

Shopee mencatat Gross Merchandise Value (GMV) atau keseluruhan volume transaksi di Indonesia pada kuartal pertama 2019 menyentuh angka US\$1,4 miliar atau sekitar Rp20,1 triliun. Angka ini menyumbang duapertiga dari total transaksi Shopee di Asia Tenggara dan Taiwan.

Direktur Shopee Indonesia Handhika Jahja mengklaim secara keseluruhan di Asia Tenggara dan Taiwan, Shopee mencatat GMV sebesar US\$3,5 miliar atau sekitar Rp50,4 triliun. Handhika mengatakan peningkatan ini melebihi target dan prediksi para analisis.

"Jadi dari US\$3,5 juta itu 40 persen dari Indonesia. 40 persen GMV itu disumbang oleh Shopee Indonesia," kata Handhika saat konferensi pers di Kantor Shopee, Jakarta Selatan, Rabu (29/5).

Dengan pencapaian ini GMV Shopee di seluruh Asia Tenggara dan Taiwan telah meningkat 80 persen dibandingkan kuartal pertama tahun lalu.

Selain itu, Handhika juga mengatakan Shopee menjadi aplikasi dengan jumlah unduhan terbanyak di Asia Tenggara menurut App Annie. Di Indonesia sendiri, Shopee telah diunduh 80 juta kali dengan 2,2 juta penjual aktif.

Handhika menjelaskan Shopee telah melakukan kampanye belanja Ramadhan sejak 27 April hingga 31 Mei 2019 dengan puncaknya yang jatuh pada 24 Mei 2019.

Dibandingkan hari puncak tahun lalu, Handhika mengatakan jumlah transaksi meningkat tiga kali lipat. Peningkatan transaksi ini disertai dengan peningkatan trafik aplikasi sebanyak dua kali lipat. Ia menyebut jumlah pesanan tersebar di tiga kota yakni Bogor, Surabaya dan Jakarta.

"Di hari-H puncaknya sendiri kita mendapatkan 300 persen, atau 3 kali lipat dibanding puncak tahun lalu. Dan dua kali lipat peningkatan trafik aplikasi shopee," kata Handhika.