



## OPTIMALISASI STRATEGI PEMASARAN DENGAN PLATFORM SHOPEE PADA PELAKU USAHA DESA GALANG PENGAMPON, PEKALONGAN, JAWA TENGAH

Dirasti Novianti<sup>1</sup>, Kuntoro Agus Saputro<sup>2</sup>, Angfi Akhyanul Isro<sup>3</sup>, Ayu Navila<sup>4</sup>, Ayyuma Fillah<sup>5</sup>,  
Muasomah<sup>6</sup>

Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Indonesia

[dirasti.novianti@gmail.com](mailto:dirasti.novianti@gmail.com)

Diserahkan tanggal 08 September 2024 | Diterima tanggal 012 September 2024 | Diterbitkan tanggal 31 Desember 2024

### Abstract:

*In this research there is a discussion of marketing strategies on the Shopee platform and the impact of e-commerce on marketing, underlining the important role of marketing strategies in influencing consumer purchasing decisions. Various strategies recommended include optimizing shop profiles, using Shopee features, SEO, collaborating with influencers, marketing with Shopee Ads, data analysis, good customer service, promotions, professional delivery, and participation in Shopee events. Apart from that, this article is the result of the Digital Marketing Seminar held by Kuliah Kerja Nyata (Field Work Lectures) 57 UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan in Galang Pengampon Village, Pekalongan, Central Java. This activity uses seminar and outreach methods to increase understanding of digital marketing, especially on the Shopee e-commerce platform. This activity was carried out to support Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs/UMKM) by involving resource persons experienced in marketing to provide practical guidance for business actors.*

**Keywords:** E-Commerce, Shopee, Digital Marketing

### Abstrak:

*Dalam penelitian ini terdapat pembahasan mengenai strategi pemasaran pada platform Shopee dan dampak e-commerce terhadap pemasaran, menggarisbawahi peran penting strategi pemasaran dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Berbagai strategi yang direkomendasikan antara lain mengoptimalkan profil toko, menggunakan fitur Shopee, SEO, berkolaborasi dengan influencer, pemasaran dengan Shopee Ads, analisis data, layanan pelanggan yang baik, promosi, pengiriman profesional, dan partisipasi dalam acara Shopee. Selain itu, artikel ini merupakan hasil dari Seminar Digital Marketing yang diselenggarakan oleh Kuliah Kerja Nyata (Kuliah Kerja Lapangan) 57 UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan di Desa Galang Pengampon, Pekalongan, Jawa Tengah. Kegiatan ini menggunakan metode seminar dan outreach untuk meningkatkan pemahaman tentang digital marketing khususnya pada platform e-commerce Shopee. Kegiatan ini dilaksanakan untuk mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM/UMKM) dengan melibatkan narasumber yang berpengalaman di bidang pemasaran untuk memberikan bimbingan praktis bagi pelaku usaha.*

**Kata Kunci:** E-Commerce, Shopee, Pemasaran Digital

Copyright © 2024, Author

This is an open-access article under the [CC BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



## PENDAHULUAN

Dunia bisnis yang terus mengalami perubahan ikut memberikan dampak pada dunia bisnis untuk melakukan perubahan baru agar dapat bertahan dari persaingan lainnya. Perubahan ini tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan ekonomi global, tetapi juga oleh kemajuan teknologi informasi yang semakin pesat. Perubahan dalam dunia bisnis menuntut setiap pelaku usaha, terutama usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), untuk mampu beradaptasi dan memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi (Sugiarto, 2018). Dalam menghadapi era digital yang serba cepat, perusahaan-perusahaan dituntut untuk terus berkembang dengan memanfaatkan teknologi sebagai strategi utama dalam mencapai tujuan bisnis mereka.

Salah satu bentuk kemajuan teknologi yang sangat berpengaruh dalam dunia bisnis adalah teknologi informasi yang memainkan peranan penting dalam proses penjualan, transaksi, dan promosi. Teknologi ini membantu pelaku usaha untuk mengelola dan memasarkan produk mereka secara lebih efektif dan efisien, yang pada akhirnya dapat mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian. Proses transaksi yang dilakukan secara online memberikan kenyamanan dan kecepatan bagi konsumen serta pelaku usaha, dengan waktu dan tempat yang fleksibel (Salsadila & Takwim, 2021). Dengan kemajuan teknologi yang pesat, perkembangan sektor *e-commerce* menjadi sangat signifikan dalam menopang perekonomian digital.

Perkembangan *e-commerce* atau perdagangan elektronik, yang melibatkan transaksi melalui platform digital, menjadi salah satu faktor utama dalam pertumbuhan ekonomi digital. Salah satu alasan mengapa *e-commerce* semakin berkembang adalah karena kemudahan yang ditawarkan bagi para pelaku bisnis dan konsumen. Penggunaan platform *e-commerce* memungkinkan pelaku bisnis untuk memperluas jangkauan pasar tanpa batasan geografis. Selain itu, sistem pembayaran yang mudah, sistem pengiriman yang terorganisir, dan fitur-fitur lain yang ditawarkan oleh *platform e-commerce* semakin mempermudah transaksi (Nasution et al., 2020). Seiring dengan itu, munculnya berbagai aplikasi marketplace memberikan peluang bagi UMKM untuk lebih dikenal dan dapat bersaing dengan perusahaan besar.

Perkembangan dunia bisnis yang semakin maju ini mendorong UMKM untuk mengikuti kemajuan teknologi guna memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Penjualan online menjadi solusi efektif bagi UMKM dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif. Dengan memanfaatkan platform *e-commerce* seperti Shopee, pelaku UMKM dapat memasarkan produk mereka kepada lebih banyak konsumen dalam waktu yang lebih singkat. Shopee, sebagai salah satu *platform e-commerce* terbesar di Asia Tenggara, menawarkan berbagai fitur yang memudahkan pelaku usaha untuk berjualan, seperti sistem pembayaran yang aman, pengiriman yang cepat, serta fitur promosi yang menarik bagi pembeli (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Shopee juga menawarkan kemudahan bagi konsumen dengan menyediakan banyak pilihan produk, harga yang bersaing, serta sistem pembayaran yang praktis. Hal ini membuat Shopee semakin digemari oleh konsumen dan pelaku usaha. Platform ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan penjual melalui fitur chat, memberi penilaian pada produk, serta mengikuti promo yang sedang berlangsung. Dengan menggunakan Shopee, pelaku UMKM dapat lebih mudah menjangkau konsumen yang lebih luas, bahkan di luar daerah mereka, sehingga memperbesar peluang peningkatan penjualan (Alamin et al., 2023).

Namun, di beberapa daerah, terutama di desa-desa, masih terdapat pelaku usaha yang belum sepenuhnya memahami dan memanfaatkan potensi yang ada pada teknologi digital. Di Desa Galang Pengampon, misalnya, masih ada pelaku UMKM yang kesulitan dalam memanfaatkan media digital untuk mempromosikan produk mereka. Banyak di antara mereka yang belum tahu cara membuat akun di marketplace, atau belum paham bagaimana cara memaksimalkan platform seperti Shopee. Selain itu, mereka juga sering kali kesulitan dalam membuat foto produk yang menarik dan sesuai dengan standar yang dapat menarik perhatian

pembeli. Hal ini menjadi tantangan besar bagi UMKM dalam mengembangkan usaha mereka di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital.

Untuk itu, kegiatan pelatihan tentang pemanfaatan media digital dan *platform e-commerce* sangat penting bagi pelaku UMKM di Desa Galang Pengampon. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku usaha tentang cara membuat akun di marketplace, bagaimana cara mengambil foto produk yang menarik, dan bagaimana memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Shopee untuk meningkatkan penjualan. Dengan kegiatan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat lebih memahami dan memanfaatkan teknologi digital dalam meningkatkan kapasitas produksi dan pemasaran mereka. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat membuka peluang baru bagi UMKM untuk lebih berkembang, meningkatkan daya saing, dan mengakses pasar yang lebih luas.

## METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah melalui kegiatan seminar dan sosialisasi yang ditujukan untuk masyarakat di Desa Galang Pengampon. Kegiatan seminar ini dirancang untuk memberikan pemahaman dan keterampilan praktis kepada pelaku UMKM mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam memasarkan produk mereka secara online. Agar tujuan dan target dari kegiatan pengabdian ini tercapai dengan baik, penting untuk memilih metode pelaksanaan yang tepat, yang dapat menyesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik peserta. Oleh karena itu, metode seminar dipilih sebagai metode utama dalam pengabdian ini, karena memiliki keunggulan dalam menyampaikan informasi secara efektif kepada kelompok besar dalam waktu yang relatif singkat.

Metode seminar adalah salah satu pendekatan yang sangat relevan dalam pengabdian masyarakat, terutama dalam konteks penyebaran informasi dan edukasi mengenai topik-topik tertentu. Seminar ini akan diadakan dengan tujuan untuk memberikan wawasan dan pengetahuan kepada masyarakat, khususnya pelaku UMKM di Desa Galang Pengampon, tentang pentingnya digital marketing dan bagaimana memanfaatkan platform e-commerce seperti Shopee untuk mempromosikan produk mereka. Melalui seminar ini, peserta diharapkan dapat memahami cara-cara praktis dalam menggunakan media digital untuk memasarkan produk, mulai dari pembuatan akun di marketplace hingga teknik pembuatan foto produk yang menarik bagi pembeli.

Dalam pelaksanaannya, seminar ini dilaksanakan dengan berkolaborasi bersama Karang Taruna Desa Galang Pengampon, yang memiliki peran penting dalam menjembatani kegiatan ini dengan masyarakat desa. Kolaborasi dengan Karang Taruna diharapkan dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan ini. Karang Taruna memiliki kedekatan dengan para pelaku UMKM di desa tersebut, sehingga mereka dapat berfungsi sebagai penghubung yang efektif antara pihak penyelenggara seminar dan peserta yang ingin memperoleh informasi dan pelatihan.

Selain seminar, kegiatan ini juga mencakup sosialisasi yang lebih mendalam mengenai langkah-langkah praktis yang bisa diambil oleh para pelaku UMKM untuk memulai atau meningkatkan usaha mereka melalui platform digital. Sosialisasi ini akan mencakup berbagai topik, seperti cara membuat akun di marketplace, tips untuk memperkenalkan produk, serta bagaimana memanfaatkan berbagai fitur digital untuk meningkatkan penjualan. Dengan pendekatan ini, diharapkan peserta tidak hanya memperoleh teori, tetapi juga dapat langsung mengimplementasikan pengetahuan yang mereka dapatkan dalam praktik sehari-hari.

Melalui metode seminar dan sosialisasi ini, diharapkan dapat tercapai tujuan pengabdian masyarakat, yaitu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM di Desa Galang Pengampon tentang digital marketing dan e-commerce. Semoga dengan pemahaman yang lebih baik tentang teknologi digital, pelaku UMKM di desa ini dapat mengembangkan usaha mereka, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing produk mereka, serta beradaptasi dengan perkembangan dunia bisnis yang semakin berbasis digital.

## PEMBAHASAN

### Strategi Pemasaran pada Platform Shopee

Strategi dalam pemasaran mencakup berbagai elemen yang signifikan dan harus berfokus pada usaha sehingga memberikan keyakinan pada pelanggan agar melakukan pembelian (Nelwan & Artika, 2019). Hal inilah yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran mengarah pada kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh bisnis dalam memenuhi kebutuhan pelanggan serta menerapkan diri sebagai bagian dari pasar. Strategi pemasaran merupakan rangkaian instrumen pemasaran yang digunakan dalam dunia usaha untuk mencapai tujuan di pasar sasaran (Musyawarah & Idayanti, 2022).

Strategi pemasaran digital pada platform Shopee dapat menjadi kunci untuk meningkatkan visibilitas produk, menjangkau audiens yang lebih luas, dan meningkatkan penjualan. Berikut beberapa strategi yang bisa diterapkan (Istiqomah et al., n.d.):

1. Penyusunan profil toko yang menarik: pastikan profil toko memiliki deskripsi yang jelas tentang produk, logo atau gambar profil yang menarik, serta informasi kontak yang mudah diakses.
2. Optimasi gambar dan deskripsi produk: gunakan gambar berkualitas tinggi dan deskripsi yang mendetail untuk setiap produk. Highlight keunggulan produk dan tawarkan informasi yang lengkap.
3. Penggunaan fitur-fitur Shopee: manfaatkan fitur-fitur yang disediakan Shopee seperti Flash Sale, Shopee Live, Voucher, Official Store, dan fitur Promosi untuk menarik perhatian pembeli.
4. SEO di Shopee: gunakan kata kunci yang relevan dan deskriptif dalam judul, deskripsi, dan tag produk untuk membantu produk muncul lebih tinggi dalam hasil pencarian Shopee.
5. Kolaborasi dengan influencer atau toko terkemuka: bermitra dengan influencer atau toko terkemuka di Shopee dapat membantu meningkatkan eksposur produk Anda.
6. Pemasaran dengan Shopee Ads: gunakan layanan iklan yang disediakan oleh Shopee seperti Sponsored Products atau Shopee Ads untuk meningkatkan visibilitas produk di platform.
7. Analisis data dan kinerja: pantau metrik penjualan dan interaksi pembeli secara teratur menggunakan analitik yang disediakan oleh Shopee. Gunakan data ini untuk menyesuaikan strategi pemasaran Anda.
8. Layanan pelanggan yang baik: tanggapilah pertanyaan atau masukan pelanggan dengan cepat dan memberikan pelayanan yang baik untuk membangun reputasi yang positif.
9. Penggunaan promo dan diskon: tawarkan promo, diskon, atau paket penawaran khusus untuk menarik pembeli potensial.
10. Kemasan dan pengiriman yang profesional: pastikan produk dikemas dengan baik dan pengiriman dilakukan dengan tepat waktu untuk mempertahankan kepuasan pelanggan.
11. Partisipasi dalam event atau kampanye Shopee: ikuti event atau kampanye yang diadakan oleh Shopee seperti 9.9 Sale, 11.11 Sale, atau event lainnya yang dapat membantu meningkatkan penjualan.
12. Berikan ulasan dan testimoni yang positif: minta ulasan dan testimoni positif dari pelanggan yang dapat meningkatkan kepercayaan pembeli potensial terhadap produk Anda.

### Dampak E-Commerce Terhadap Strategi Pemasaran pada Platform Shopee

*E-Commerce* akan membawa dampak terhadap strategi pemasaran pada platform shopee (Wibisana et al., 2023), yaitu:

1. Kemudahan aksesibilitas

Terdapat suatu sistem pemasaran pada *e-commerce* dengan menyediakan suatu sistem pemasaran yang lebih mudah dan dapat diakses oleh semua orang. Strategi pemasaran akan berpengaruh terhadap *E-Commerce* dengan kemudahan aksesnya dalam bisnis melalui berbagai bentuk dan ukuran serta sistem yang sangat mudah. Bisnis dengan skala kecil dengan pendanaan yang masih rendah bahkan dapat memasarkan layanan atau produknya melalui platform penjualan *E-Commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Tiktok Shop, dan masih banyak lagi.

2. Menjangkau pembeli dengan cepat

Pemasaran digital merupakan saluran yang menjanjikan dan lebih efektif jika dibandingkan dengan saluran pemasaran tradisional. Shopee menjadi salah satu *platform* yang efektif dalam meningkatkan cakupan bisnis kecil dan mampu menjangkau pelanggan potensial sesuai dengan layanan dan produk yang dipasarkan. Shopee memainkan peran utama dalam meningkatkan bisnis dalam berbagai tingkatan untuk menjangkau pelanggan baru dan lebih luas untuk menjadi sasaran konsumen.

3. Pembeli dengan mudah bisa membandingkan harga

Konsumen dapat membandingkan harga dengan mudah dengan tersedianya berbagai produk dari sejumlah perusahaan atau toko baik dalam hal kualitas maupun kuantitas, bahkan layanan yang diberikan. Pembeli dapat dengan mudah membandingkan harga beserta spesifikasi setiap produk yang dipasarkan secara online.

### **Seminar Digital Marketing oleh KKN 57 UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan**

Pada 28 Oktober 2023, Kelompok 12 KKN 57 UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan (UIN Gus Dur) menyelenggarakan Seminar Digital Marketing di Balai Desa Galang Pengampon, berkolaborasi dengan Karang Taruna Desa Galang Pengampon. Seminar ini bertema "Mengoptimalkan Strategi Pemasaran Platform Shopee" dengan fokus pada memanfaatkan potensi desa yang aktif dalam bidang konveksi.

Acara dihadiri oleh Kepala Desa Galang Pengampon, Muhammad Wildan, S.E., Ketua Karang Taruna Desa Galang Pengampon, Ahmad Amiruddin, serta 46 peserta pemuda dari desa setempat. Narasumber utama adalah Muhammad Rizvanca Putra, S.H., seorang pemasar dari Sarung Kanjeng. Dalam sambutannya, Ketua Karang Taruna, Ahmad Amiruddin, mengungkapkan rasa terima kasihnya kepada KKN UIN Gus Dur atas penyelenggaraan seminar yang diharapkan dapat membuka peluang usaha baru melalui digital marketing.

Muhammad Rizvanca Putra, S.H., memberikan tips dalam pemaparan materinya, termasuk strategi untuk mendapatkan orderan pertama bagi toko baru dan pentingnya konsistensi dalam menggunakan iklan dan live Shopee untuk meningkatkan visibilitas produk. Seminar ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi dalam pemasaran digital, khususnya menggunakan platform E-commerce seperti Shopee, untuk mendukung Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

### **SIMPULAN**

Strategi pemasaran pada platform Shopee, menyoroti pentingnya strategi pemasaran dalam membangun keyakinan pelanggan untuk melakukan pembelian. Strategi pemasaran merupakan serangkaian instrumen yang digunakan bisnis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan menetapkan diri di pasar. Beberapa strategi pemasaran yang disarankan termasuk penyusunan profil toko yang menarik, optimasi gambar dan deskripsi produk, penggunaan fitur-fitur Shopee, SEO, kolaborasi dengan influencer, penggunaan Shopee Ads, analisis data, layanan pelanggan yang baik, promo, pengiriman profesional, partisipasi dalam event Shopee, serta ulasan yang positif. Dampak *e-commerce* terhadap strategi pemasaran pada Shopee. E-commerce memudahkan aksesibilitas, mempercepat jangkauan pembeli, dan memungkinkan perbandingan harga yang mudah bagi konsumen.

Seminar Digital Marketing yang diselenggarakan oleh KKN 57 UIN Gus Dur di Desa Galang Pengampon, yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan kompetensi dalam pemasaran digital khususnya menggunakan platform E-commerce seperti Shopee, untuk mendukung Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Seminar tersebut dihadiri oleh pemimpin desa, tokoh lokal, dan narasumber berpengalaman dalam bidang pemasaran, menawarkan tips praktis untuk meningkatkan visibilitas produk di platform Shopee. Acara tersebut bertujuan membantu UMKM memanfaatkan potensi digital marketing untuk mengembangkan usaha mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan, S., Fathir, F., & Khairunnas, K. (2023). Perkembangan E-commerce: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 120–131. <https://doi.org/10.52266/jesa.v6i2.2484>.
- Alamin, M. N., Sari, D. A., & Rachmawati, A. (2023). *Analisis Fitur Marketplace Shopee dalam Meningkatkan Penjualan UMKM*. *Jurnal Teknologi Bisnis*, 15(1).
- Amanda Salwa Afni. 30 Oktober 2023. *KKN 57 UIN Gus Dur Sukses Adakan Seminar Digital Marketing*. Diakses melalui: <https://www.uingusdur.ac.id/info/kkn-57-uin-gus-dur-sukses-adakan-seminar-digital-marketing>, pada tanggal 24 November 2023.
- Febriyanto, Y., & Arisandi, F. (2018). Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Pemasaran UMKM di Era Digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(2).
- Febriyanto, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Fitri, N. A. (2022). *Dampak e-commerce terhadap strategi pemasaran (studi kasus pada platform Shopee)*. *Procuratio: Jurnal Manajemen & Bisnis*, 1(2), 67–77. Retrieved from <https://ejournal.sangadjimedipublishing.id/index.php/procuratio/article/view/34>
- Munawarah et al. (2023). *Pengoptimalan digital marketing untuk meningkatkan penjualan UMKM Desa Sumberagung melalui platform Shopee*. *Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4 (1): 19 – 23.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju*. 1(1).
- Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jesya*, 3(2), 506–519. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.227>
- Nelwan, O. S., & Artika, T. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Capital Indonesia Tbk Cabang Wisma Kodel. *Jurnal STEI Ekonomi*, 27(1), 80–99. <https://doi.org/10.36406/jemi.v27i1.158>
- Salsadila, R., & Takwim, A. (2021). *PENERAPAN SISTEM INFORMASI TERHADAP PENJUALAN PRODUK JAM TANGAN DENGAN MENGGUNAKAN SISTEM E-COMMERCE*. 03(02).
- Sugiarto, E. C. (2018). [https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi\\_kreatif\\_masa\\_depan\\_indonesia](https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi_kreatif_masa_depan_indonesia). Diambil kembali dari setneg.go.id: [https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi\\_kreatif\\_masa\\_depan\\_indonesia](https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi_kreatif_masa_depan_indonesia)
- Wibisana, I. K. S., Artana, I. M., & Alam, H. S. (2023). *ANALISIS PENGGUNAAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK FASHION DI HUNGRY THURSDAY*. 7(5).