

BAB III

KAJIAN OBJEK PENELITIAN

A. Tinjauan Umum Tentang Tokopedia

1. Pengertian tokopedia

Tokopedia adalah salah satu Marketplace atau bisa juga disebut mall Online yang ada di Indonesia. Tokopedia mulai di luncurkan dalam versi beta pada tanggal 17 Agustus 2009 dengan nama Tokopedia.com (<http://www.ibudigital.com/sejarah-marketplace-tokopedia>).

Tokopedia.com merupakan salah satu website *E-commerce* terbesar di Indonesia yang dimiliki dan dijalankan oleh PT. Tokopedia. Tokopedia menyediakan sarana penjualan dari kustomer-ke-kustomer dimana siapa pun bisa membuka toko online yang melayani calon pembeli dari seluruh Indonesia. User, yang kerap disebut tokopediawan, bisa menjual barang baru maupun bekas melalui Tokopedia (walaupun mayoritas produk yang dijual di Tokopedia adalah barang baru yang dijual pada harga yang sudah ditentukan) ([analisa-e-commerce-tokobagus-tokopedia.html](#)).

Pendirinya bernama William Tanuwijaya lahir di Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara pada tanggal 18 November 1981. Ia bersekolah hingga SMA di kampung halamannya tersebut, dan selama 18 tahun di kampung halamannya.

Alasan utamanya mendirikan tokopedia adalah ingin membuat sebuah *Marketplace* yang dapat menampung mereka yang sebagai pebisnis Online dengan gratis.

2. Sejarah

Tokopedia didirikan oleh dua orang yang luar biasa yaitu Wiliam Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison dengan didanai oleh Investor tunggal yaitu VF. Mereka Berjuang keras untuk membangun impiannya Melalui sebuah ruko yang berada di lantai 3 Rukan Permata Senayan E7 Jakarta Selatan, yang menjadi kantor dari PT Tokopedia tersebut. Dan PT Tokopedia sendiri Resmi di dirikan sejak 6 Februari 2009.

Perjalanan Tokopedia membangun Marketplace di Indonesia Berkembang signifikan. Di awal berdirinya Tokopedia berhasil menggandeng 509 Merchants dan 4560 members. Hingga sampai satu tahun berjalan Tokopedia berhasil menggaet 4649 merchants dengan 44785 members. Dalam jangka waktu setahun pula, yang dari awal berdiri hanya memiliki transaksi sebesar Rp 33 juta, hingga mencapai Hampir Rp 6 Milyar.

Tokopedia menerima pendanaan awal sebesar Rp. 2,5 miliar dari PT. Indonusa Dwitama (anak perusahaan dari Nusapati Group) yang merupakan perusahaan investasi di bidang tambang boksit, penanaman kelapa sawit, toko daring, trading dibidang minyak & energi serta jasa keuangan pada Februari 2015. Saat masih dalam versi "tertutup" dimana Pengguna hanya berdasarkan undangan, Tokopedia memenangkan Bubu Awards 2015 dengan kategori "*Corporate Awards E-Commerce Category*". Tokopedia menerima dana investasi lebih lanjut dari East Ventures, perusahaan yang berbasis di Singapura yang fokus terhadap investasi kepada bisnis internet yang sedang berkembang. Tokopedia mempunyai 56,538 Pengguna terdaftar, 5,984 toko

daring, dan 115,617 produk yang ditawarkan (per tanggal 01 November 2015). Selama periode Agustus 2009 hingga Agustus 2016, Tokopedia membukukan total transaksi sebesar hampir 6 miliar rupiah ([analisa-e-commerce-tokobagus-tokopedia.html](#))

Jadi pasar digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan ([analisa-e-commerce-tokobagus-tokopedia.html](#)).

3. Manajemen Tokopedia

a. User Management/Pengaturan Admin

User Management atau Pengaturan Admin merupakan fitur berbayar yang disediakan oleh Tokopedia bagi Pengguna yang memiliki toko dengan penjualan yang tinggi dan sering kewalahan mengelola toko sendiri. Dengan menggunakan fitur ini, pengguna bisa menambahkan beberapa orang (maksimal 10 orang) sebagai admin toko pengguna ([analisa-e-commerce-tokobagus-tokopedia.html](#)).

b. JNE Online Booking (JOB)

Untuk semakin memudahkan proses pengiriman, Tokopedia mendukung sistem resi otomatis untuk pengiriman menggunakan JNE. Dengan fitur ini, penjual tidak perlu lagi repot untuk memasukkan nomor resi secara manual. Saat mengirimkan pesanan, penjual hanya perlu membawa kode booking yang diterima saat pesanan masuk, dan nomor resi

otomatis akan masuk ke akun penjual maupun pembeli (*analisa-e-commerce-tokobagus-tokopedia.html*)

c. Tokopedia *TopAds*

TopAds adalah fitur yang ditawarkan oleh Tokopedia untuk mempromosikan toko ataupun produk dari toko pengguna, serta memungkinkan toko dan produk yang pengguna jual dapat dilihat dan dibeli oleh lebih banyak pembeli di Tokopedia (*analisa-e-commerce-tokobagus-tokopedia.html*)

d. Pusat resolusi tokopedia

Pusat Resolusi adalah fitur yang disediakan oleh Tokopedia untuk memfasilitasi penyelesaian masalah transaksi antara pembeli dan penjual. Tokopedia menjamin keamanan transaksi pengguna dengan menahan dana pembayaran agar tidak langsung diteruskan ke penjual hingga masalah selesai. Jika terjadi masalah dengan pesanan, pembeli bisa membuka Komplain melalui Pusat Resolusi dengan menjelaskan pokok masalah dan menawarkan solusi awal pemecahan masalah (pengembalian dana sebagian, tukar barang dan sebagainya). Penjual yang aktif akan segera merespon komplain Pengguna. Namun jika masih belum menemui solusi yang tepat, Pengguna bisa meminta bantuan kepada Tokopedia dengan mengklik tombol "Bantuan" setelah 5 hari berdiskusi dengan penjual (*analisa-e-commerce-tokobagus-tokopedia.html*)

e. *Gold Merchant*

Fitur tambahan berbayar yang Tokopedia sediakan untuk para penjual dan dapat memberikan kemudahan bagi penjual dalam mengelola toko onlinenya. Fasilitas tambahan yang tersedia jika berlangganan *Gold Merchant* ini antara lain: informasi toko fisik pada katalog, perhitungan kurs dollar, penambahan admin untuk membantu mengelola toko, shop notes di halaman produk dan halaman depan toko yang memudahkan pembeli mendapatkan informasi tentang toko maupun produk pengguna, serta tersedia pengurutan produk berdasarkan "*Gold Merchant*" (*analisa-e-commerce-tokobagus-tokopedia.html*)

4. Kelebihan TokoPedia.com

a. Keamanan dan Kenyamanan.

Kuncinya mungkin ada di keamanan dan kenyamanan transaksi, baik penjual atau pembeli sama-sama diuntungkan, calon pembeli tidak langsung transfer ke rekening penjual tapi terlebih dahulu transfer ke rekening Tokopedia. Penjual lalu akan diberi info bila ada order masuk. Setelah barang dikirim (hanya via JNE), penjual memasukan no resi JNE ke web Tokopedia. Ada system tracking otomatis di Tokopedia, jadi penjual dan pembeli bisa sama-sama memantau posisi paket. Apabila barang telah diterima pembeli, dan pembeli sudah konfirmasikan penerimaan barang, baru deh penjual dapat tarik deposit uang hasil penjualannya. (*analisa-e-commerce-tokobagus-tokopedia.html*)

b. Data Transaksi dan Testimoni.

Setiap transaksi akan dicatat oleh Tokopedia, berapa jumlah transaksi suatu toko dan berapa jumlah produk yang sudah ia jual. Hal ini penting untuk meningkatkan kepercayaan pada toko dan produk yang ia jual. Calon pembeli mungkin akan mengurangi keraguannya terhadap satu toko yang telah banyak menjual barang, dan juga keraguan pada satu produk kalau produk tersebut telah banyak terjual. Setiap transaksi yang berhasil, pembeli diberikan jatah untuk mengisi testimonial, testimoni ini juga yang sedikitnya akan mempengaruhi calon konsumen terhadap suatu toko dan produk yang ia jual (*analisa-e-commerce-tokobagus-tokopedia.html*).

5. Transaksi di Tokopedia. adalah sebagai berikut:

Adapun prosedur transaksi di Tokopedia adalah sebagai berikut:

- a. Isi kotak pencarian berhubungan dengan produk apa yang sedang dicari.
- b. Akan muncul senarai produk yang berhubungan dengan kata kunci yang di cari.
- c. Sesudah dipilih produk pilihan, maka *crosscheck* dulu detail sellernya.
- d. *Optional* (bisa diskip langkah ini jika dirasa tidak perlu).
- e. Jika sudah yakin dengan reputasi *seller*, maka lanjutkan dengan proses "BELI" pada halaman yang sebelumnya.
- f. Mulai dari langkah ini dibutuhkan ketelitian extra, silakan disimak rangkaian gambar dibawah ini (<https://www.langkah+langkah+transaksi+di+tokopedia>).

Gambar 3.1
Formulir Pemesanan

Beli

Nama Produk
Hippo Sateksi Bekis - SPGM N73 (1600MAH)

Keterangan (opsional)

Jumlah Barang: 2
Harga Barang: Rp 120.000

[Kembali](#) **DITIDAKAN LENGKAP DETAIL PENGIRIMAN**

Simpan Alamat sebagai

Detail: Alamat rumah, Alamat kantor, Alamat pasar

Nama Penerima: No. Hp Penerima: Kode Pos:

Provinsi: Kotamadya/Kabupaten: Kecamatan:

Alamat:

Kurir Pengiriman: Paket Pengiriman: Biaya Asuransi: Ongkos Kirim: Subtotal:

Beli Produk Ini

B. Tinjauan umum tentang Bukalapak

1. Pengertian Bukalapak

Bukalapak adalah salah satu pasar online terkemuka di Indonesia, yang dimiliki dan dijalankan oleh PT.BUKALAPAK. Seperti halnya situs layanan jual-beli online lainnya dengan *model bisnis consumer-to-consumer (C2C)*, Bukalapak menyediakan sarana penjualan dari konsumen-ke-konsumen di mana pun (<http://newnedi.blogspot.com/2016/03/definisi-bukalapakcom.html>).

Siapa pun bisa membuka toko daring untuk kemudian melayani calon pembeli dari seluruh Indonesia baik satuan ataupun dalam jumlah banyak. Pengguna perorangan ataupun perusahaan dapat membeli dan menjual

produk, baik baru maupun bekas, seperti sepeda, ponsel, perlengkapan bayi, gawai (*gadget*), aksesoris gawai, komputer, sabak (tablet), perlengkapan rumah tangga, busana, elektronik, dan lain-lain. (analisa-e-commerce-tokobagus-tokopedia.html).

Berdirinya Bukalapak.com berawal dari setelah lulus dari ITB, Achmad Zaky mendirikan perusahaan jasa konsultasi teknologi bernama Suitmedia. Zaky membuat sebuah website yang menjadi proyek internal perusahaan. Proyek tersebutlah yang menjadi asal kesuksesan Achmad Zaky pendiri bukalapak.com. Tepatnya bukalapak.com dimulai pada tahun 2010.

Bukalapak.com memiliki visi untuk mengubah hidup banyak orang dengan memajukan UMKM lewat internet. Fase pengembangan Bukalapak.com dapat diselesaikan dalam waktu dua bulan. Setelah selesai tahap pengembangan, Achmad Zaky mengajak para pedagang di mall untuk bergabung di Bukalapak.com. Sayangnya respon yang diberikan para pedagang di mall sangat rendah. Respon positif justru datang dari pedagang kecil. Sejak itu, Achmad Zaky dan tim Bukalapak.com fokus mengajak para pelaku UMKM. Di tahun 2011, Bukalapak.com telah memiliki 10.000 pedagang yang bergabung dan jumlah tersebut terus bertambah (<https://www.finansialku.com/kisah-sukses-achmad-zaky-pendiri-bukalapak-com>).

2. Sejarah

Bukalapak didirikan oleh Achmad Zaky pada awal tahun 2010 sebagai divisi agensi digital bernama Suitmedia yang berbasis di Jakarta. Namun,

Bukalapak baru berstatus sebagai sebuah Perseroan Terbatas (PT) pada September 2011 dan dikelola oleh manajemen yang dipimpin oleh Achmad Zaky sebagai CEO (*Chief Executive Office*) dan Nugroho Herucahyono sebagai CTO (*Chief Technology Officer*). Setelah berdiri kurang lebih setahun, Bukalapak mendapat penambahan modal dari Batavia Incubator (perusahaan gabungan dari Rebright Partners yang dipimpin oleh Takeshi Ebihara, Japanese Incubator dan Corfina Group) (analisa-e-commerce-tokobagus-tokopedia.html).

Di tahun 2012, Bukalapak menerima tambahan investasi dari GREE Ventures yang dipimpin oleh Kuan Hsu. Pada bulan Maret 2014, Bukalapak mengumumkan investasi oleh Aucfan, IREP, 500 Startups, dan GREE Ventures. Tidak berselang lama dari pemberitaan tersebut, di tanggal 18 Maret 2014 Bukalapak pun meluncurkan aplikasi selular untuk Android. Aplikasi yang dikenal dengan mobile Bukalapak tersebut diciptakan khusus untuk para penjual untuk mempermudah penjual dalam mengakses lapak dagangannya dan melakukan transaksinya melalui smartphone. Sejak pertama kali diluncurkan sampai dengan 3 July 2014, aplikasi tersebut telah didownload oleh lebih dari 87 ribu user Bukalapak. Walaupun baru berdiri kurang lebih 3 tahun, Bukalapak memiliki reputasi yang baik dalam hal *customer service* dan websitenya yang mudah untuk di akses. Bukalapak pun seiring dengan berjalannya waktu, semakin berkembang dengan inovasi terbarunya untuk mempermudah para Pengguna Bukalapak untuk transaksinya. Bukalapak memiliki program untuk memfasilitasi para UKM yang ada di Indonesia untuk

melakukan transaksi jual beli secara online. Hal ini dikarenakan transaksi melalui online dapat mempermudah UKM dalam menjual produk-produk yang mereka miliki tanpa harus memiliki toko offline. Untuk yang telah memiliki toko offline, Bukalapak mengharapkan dengan adanya situs tersebut dapat membantu meningkatkan penjualan toko offline tersebut (*analisa-e-commerce-tokobagus-tokopedia.html*).

3. Manajemen Bukalapak

a. Notifikasi SMS setiap ada pesanan

Penjual akan mendapatkan SMS (jaringan GSM) setiap ada pesanan. Penjual bisa fokus jualan online tanpa buang-buang waktu melayani calon pembeli yang tidak serius.

b. Feedback positif setiap transaksi sukses

Penjual akan mendapatkan feedback positif secara otomatis dari sistem walaupun pembeli tidak memberikan feedback saat transaksi.

c. Kepastian menerima uang pembayaran

Penjual langsung menerima uang pembayaran setelah pembeli mengkonfirmasi penerimaan barang atau 1×24 jam setelah barang terkirim menurut kurir.

d. Prioritas di mesin pencarian

Setiap halaman barang penjual telah melalui proses SEO (*Search Engine Optimization*) agar tampil lebih unggul di mesin pencarian seperti Google dan lainnya.

e. Perhitungan ongkos kirim otomatis

Penjual tidak perlu repot menghitung ongkos kirim karena sistem akan otomatis menghitung ongkos kirim yang harus dibayar oleh pembeli (*analisa-e-commerce-tokobagus-tokopedia.html*).

4. Kelebihan BukaLapak.com

a. Mendapatkan Notifikasi Pesan

Apa Pengguna sering mengalami sebagai orang yang gagal memesan karena memang tidak serius. Sudah tidak jamannya lagi sekarang. Kini, Pengguna hanya perlu fokus kepada orang yang memesan barang Pengguna. Perusahaan *E-Commerce* yang berdiri sejak tahun 2011 ini menghadirkan konsep transaksi sederhana yaitu dengan memberitahu kepada Penjual jika terjadi transaksi ataupun penjualan di lapak Pengguna . Dengan begitu, Pengguna bisa lebih fokus kepada pembeli yang serius. Mengapa demikian. Karena selain konsep yang sederhana, yaitu sebagai wadah para Penjual online untuk berjualan, melalui situs ini juga semua yang benda berjualan diajak untuk lebih serius. Salah satunya adalah ketika Pembeli melakukan transaksi kemudian produk yang diinginkan habis maka uang yang lebih dulu di kirim akan aman dan bisa diambil mengingat perusahaan ini menerapkan rekening bersama guna dimanfaatkan oleh para Penjual dan Pembeli (*analisa-e-commerce-tokobagus-tokopedia.html*).

b. Pasti Menerima Uang dan Testimoni Positif

Pengguna takut Pembeli Pengguna menipu. Tidak perlu khawatir, sistem pembayaran yang digunakan Bukalapak sangat aman. Karena pembeli akan menransfer uang terlebih dahulu sebelum Pengguna

mengirim barangnya. Jika Pengguna sudah mengirim barangnya, Pengguna bisa menerima uang dari Bukalapak.com sejumlah harga yang Pengguna pasang. Tidak perlu khawatir jika pembeli Pengguna tidak memberikan testimoni kepada Pengguna. Karena jika pembeli tidak mau memberikan testimoni, maka sistem akan otomatis memberikan *feedback* positif kepada lapak Pengguna (*analisa-e-commerce-tokobagus-tokopedia.html*)

c. Ongkos Kirim Otomatis

Pengguna tidak perlu khawatir salah memberikan ongkos kirim kepada pembeli. Karena sistem akan berjalan secara otomatis memberikan atau menghitung ongkos kirim kepada pembeli. Meski begitu, perlu diperhatikan lokasi Pengguna, karena penghitungan harga ongkos kirim tergantung dari jarak lokasi daerahnya dengan gudang penyimpanan barang (*analisa-e-commerce-tokobagus-tokopedia.html*)

d. Prioritas di Mesin Pencari

Lapak yang telah Pengguna buka akan dioptimasi dengan SEO secara otomatis, tujuannya adalah agar dapat lebih unggul dari yang lainnya meski memiliki produk jualan yang sama namun posisi pencarian di mesin pencari google lebih unggul Pengguna yang telah membuka toko di perusahaan ini (*analisa-e-commerce-tokobagus-tokopedia.html*).

5. Ketentuan transaksi di Bukalapak.

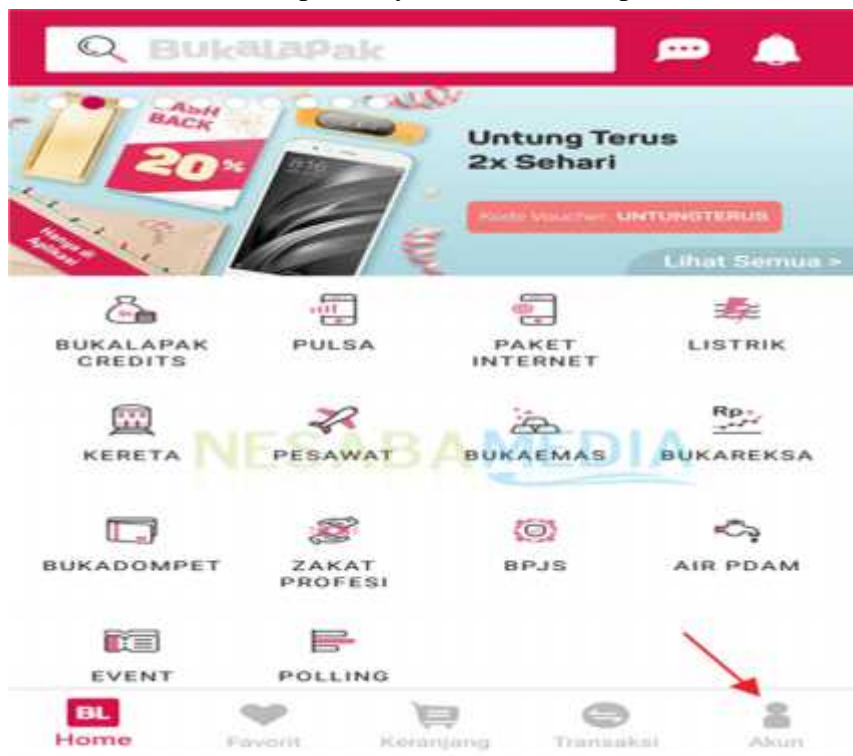
Beberapa ketentuan dalam bertransaksi di Bukalapak adalah sebagai berikut:

a. Buka aplikasi Bukalapak.

- b. Bagi yang pertama kali menggunakan aplikasi Bukalapak, jadi pilih Daftar Akun.
- c. Nanti anda akan mendapatkan notifikasi yang menyarankan anda untuk daftar menggunakan akun google anda.
- d. Masukkan username atau nama pengguna yang anda inginkan (pastikan usernamenya tersedia). Kemudian masukkan password yang anda inginkan.
- e. Selanjutnya silahkan berburu produk atau barang yang ingin anda beli. Sebelum membeli barang, terlebih dahulu anda harus mengecek detail barang dengan jelas, ulasan atau review barang tersebut (barang yang ingin anda beli). Jika sudah mantap dengan barang tersebut, pilih Beli (<https://www/cara-belanja-di-bukalapak>).

Gambar 3.2

Tampilan layar utama Bukalapak



C. Perbedaan Antara Tokopedia dan Bukalapak

1. Barang yang dijual

Tokopedia dan Bukalapak sebenarnya adalah dua jenis e-commerce yang sama. Keduanya menjadi "mal digital" di mana setiap orang bisa membuka kiosnya di sana. Varian barang dan produk yang ditawarkan juga bermacam-macam. Sejauh penelusuran penulis menjelajahi kedua situs ini,

Tokopedia lebih banyak menawarkan barang-barang yang banyak ditemui di pasar. Misalnya barang-barang elektronik maupun peralatan rumah tangga.

Sedangkan Bukalapak banyak menawarkan barang-barang unik seperti batu akik bahkan onderdil sepeda dan penjualnya pun sebagian besar adalah UKM (Usaha Kecil dan Menengah).

2. Metode Pembayaran

Sebagai pelaku *e-commerce*, keduanya tentu harus menyediakan metode pembayaran yang lengkap untuk berbagai pengguna rekening bank. Pada awalnya kedua *e-commerce* ini tidak mendukung pembayaran kartu kredit. Tapi seiring dengan bertambahnya jumlah transaksi, keduanya kemudian menambahkan layanan kartu kredit pada cara pembayaran.

Tokopedia melayani pembayaran dengan mandiri *clickpay*, *e-cash* mandiri, Klikpay BCA, transfer manual bank, dan saldo Tokopedia.

Sedangkan Bukalapak menerima pembayaran dengan mandiri *clickpay*, Klikpay BCA, *Cimbclicks Niaga*, Transfer manual bank, dan buka dompet (saldo Bukalapak).

3. Keamanan Transaksi

Pada awalnya Bukalapak lebih unggul karena adanya indikator reputasi penjual terpercaya yaitu dengan jumlah feedback dan presentase keberhasilan transaksi.

Namun kemudian Tokopedia juga memiliki penanda apakah penjual tersebut terpercaya atau tidak yaitu dengan rating 5 bintang pada masing-masing penjual. 1 bintang artinya kurang terpercaya, sedangkan 5 bintang artinya sangat dipercaya. Semua indikator tersebut tentu saja diberikan oleh para pembeli setelah transaksi mereka berhasil.

4. Notifikasi Transaksi

Pemberitahuan atau notifikasi saat transaksi tentu menjadi hal yang penting untuk melihat apakah proses pembelian yang kita lakukan berhasil atau tidak. Kedua pelaku e-commerce ini memiliki notifikasi yang hampir sama. Setiap proses transaksi diinformasikan melalui *email*.

5. Tampilan Website

Tokopedia dan Bukalapak juga mempunyai navigasi yang serupa. Perbedaannya, Tokopedia dengan warna hijau yang dominan menempatkan pilihan kategori benda pada bagian tengah setelah banner.

Sedangkan pilihan kategori di Bukalapak ditempatkan pada bagian atas. Sehingga kalian bisa langsung memilih kategori apa saja yang kalian cari.

6. Reputasi

Tokopedia memang lahir lebih dahulu sebelum Bukalapak. Namun bukan berarti dengan begitu Tokopedia menjadi jauh lebih baik dari

Bukalapak. Masing-masing tentu memiliki reputasi tertentu di mata para penggunanya. Memang reputasi ini bukan sepenuhnya berasal dari Tokopedia dan Bukalapak melainkan dari para penjualnya. Namun, kedua pihak juga harus bisa memilah penjual mana saja yang memang pantas untuk berjualan di *platform* masing-masing. Baik Tokopedia maupun Bukalapak telah banyak melakukan seleksi dan verifikasi kepada *seller* sebelum bergabung.

Perbandingan ini bukan untuk melihat siapa yang lebih unggul tapi hanya untuk memberikan referensi pada kalian sehingga bisa memilih sebaiknya akan berbelanja di Tokopedia atau Bukalapak sesuai dengan kebutuhan.