

Analisis Sistem E-Commerce Pada Perusahaan Marketplace Mobile Shopee Indonesia

Periamsyah, Subhan, Azhar Syahab

Mahasiswa STMIK Pontianak

Jl. Merdeka Barat No. 372 Pontianak, Phone : (0561) 735555, Fax : (0561) 737777

e-mail: Feriyansyahyusnandar@gmail.com, Subhankartiasa@gmail.com, aazhar2121@gmail.com

Abstrak

Penulisan dari paper ini memiliki tujuan untuk menganalisis mengenai system e-commerce pada aplikasi marketplace mobile yang ada di Indonesia yaitu Shopee. Analisis meliputi, kelebihan dan kekurangan dari Shopee Indonesia serta analisis SWOT pada aplikasi tersebut. Hasil analisis menunjukkan bahwa Shopee Indonesia mampu menjadi perusahaan belanja online terbesar yang menduduki posisi pertama pada tahun 2017 di Indonesia dengan berbagai kelebihan pelayanan maupun jaminan keamanan transaksi. Namun, Shopee juga masih memiliki beberapa kelemahan, diantara terkesan rumit dan tidak efisien disebabkan adanya bagian pembeli dan penjual tampilan deskripsi produk yang dinilai kurang menarik perhatian pembeli dengan masih banyaknya konsumen yang mengalami penipuan. Perusahaan Shopee Indonesia menggunakan strategi garansi Shopee, gratis biaya pengiriman, dan garansi harga termurah untuk menjadikan perusahaan belanja online terbesar dan nomor satu di Indonesia.

Kata kunci: e-commerce, shopee.co.id

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi internet telah menggeser pola belanja masyarakat dunia, dan tidak terkecuali Indonesia. Perdagangan elektronik ataupun e-commerce belakangan menjadi tempat idola konsumen, efisien dan harga kompetitif menjadi alasan e-commerce tumbuh subur di Indonesia, lantas toko online mana yang paling jago merauf paling banyak pengunjung. Indonesia adalah negara dengan pasar yg sangat tepat, Indonesia memiliki populasi terbesar di asia tenggara dan populasi terbesar ke empat di dunia dengan lebih dari 250 juta jiwa, karena secara otomatis dengan banyak populasi di negara tersebut pasti akan banyak orang yang belanja, bahkan kita dapat melihat siapa sebenarnya yang dapat merajai e-commerce di Indoneisa.

Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media internet, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan yang dikenal dengan istilah eletronic commerce atau e-commerce. Industri e-commerce di Indonesia berkembang cukup baik. Perkembangan e-commerce yang cukup baik

tersebut tidak terlepas dari jumlah pengguna internet di Indonesia yang meningkat tiap tahunnya. Kemenkominfo mencatat Indonesia berada di posisi ke-8 pengguna internet terbanyak di dunia. Pada tahun 2014, pengguna internet di Indonesia naik hingga mencapai 82 juta. Menurut riset asosiasi e-commerce Indonesia (idEA) dan Google mengenai e-commerce, diprediksi total nilai pasar e-commerce Indonesia mencapai angka US\$ 8 miliar atau sekitar Rp 94 triliun dan akan terus meningkat hingga mencapai angka US\$ 24 miliar atau setara dengan Rp 283 triliun pada tahun 2016 (www.the-marketeers.com). Angka tersebut membuktikan bahwa Indonesia memiliki pasar yang luas, terlihat dari banyaknya pemain ecommerce yang berasal dari luar negeri. Tidak hanya dari luar negeri, pemain lokalpun juga mencari peluang berbisnis lewat Internet serta mencoba merebut pasar di negeri sendiri. Salah satu cara yang bisa dilakukan perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan adalah dengan memanfaatkan peranan media online sebagai salah satu alat pemasaran (www.the-marketeers.com).

Diantara banyaknya layanan e-commerce yang ada di Indonesia, Salah satu yang populer adalah marketplace shopee yang menduduki peringkat pertama pada tahun 2017. Marketplace shopee pertama kali diperkenalkan di Singapura pada tahun 2015 dan memperluas cakupan bisnisnya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Shopee merupakan perusahaan yang berasal dari Singapura dan berhasil menyumbang pertumbuhan market SEA Sebagai pendatang baru di bisnis e-commerce Indonesia, Shopee mampu merebut perhatian sebagian besar masyarakat internet (netizen). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Cheetah yang menunjukkan peningkatan yang luar biasa dari Shopee yang mendaki peringkat pertama dengan 3.99% pengguna aktif setiap minggunya.

Peringkat tersebut menempatkan Shopee di urutan pertama sebagai situs toko online business to consumer (B2C) yang paling sering dikunjungi. Indonesia sempat masuk dalam daftar negara dengan potensi pertumbuhan industri e-commerce yang menjanjikan, namun hal itu tidak membuat perjalanan industri e-commerce Indonesia berjalan lancar begitu saja, bahkan sempat pula dikatakan masih banyak pelaku industri yang merugi.

Menurut situs Quartz, penyebab terjadinya dinamika tersebut adalah akses belanja online di Indonesia masih didominasi oleh kalangan profesional. Selain itu masih terbatasnya layanan pembayaran dan keperluan logistik. Kemudian banyaknya pengguna Internet yang tak sejalan dengan tingkat penjualan e-commerce. Indonesia yang dikenal sebagai negara berpenduduk terbanyak keempat di dunia, diketahui memiliki jumlah pengakses internet yang juga cukup banyak. Namun hal tersebut ternyata tidak berdampak cukup baik terhadap tingkat penjualan e-commerce di Indonesia.

Berdasarkan riset situs Quartz, Indonesia berada di posisi paling akhir dari lima negara di Asia perihal peringkat estimasi penjualan e-commerce. Hal ini dapat menunjukkan bahwa minat beli secara online masyarakat Indonesia masih rendah (www.qz.com). Sementara itu, menurut situs Quartz saat ini konsumen Indonesia masih menyukai belanja online lewat cara "konvensional". Meski sudah serba online, ternyata konsumen Indonesia saat ini masih jauh lebih menikmati belanja online dengan cara lama seperti lewat grup di BlackBerry Messenger (BBM), classified marketplace, forum, hingga layanan jejaring sosial seperti Facebook dan lain-lain. Semua layanan ini merupakan sistem belanja online yang bisa mempertemukan antara penjual dan pembeli. Masyarakat saat ini juga masih menganggap berbelanja melalui internet memiliki risiko yang cukup tinggi. Menurut survei yang dilakukan Kaspersky Lab dan B2B International, sebanyak 49% pengguna internet di seluruh dunia merasa rentan saat berbelanja online atau melakukan transaksi secara online. Tingkat perlindungan terhadap penipuan cyber merupakan faktor penting bagi pengguna saat memilih toko online atau operator jasa keuangan (teknoliputan6.com).

Berdasarkan survei Google yang berjudul "Business Insight with Google: Pelanggan Online Indonesia", diketahui bahwa faktor keamanan menjadi hambatan terbesar bagi masyarakat untuk membeli barang secara online. Konsumen khawatir akan kualitas barang yang dijual dan keamanan akan data pribadinya. Sedangkan menurut penelitian The Nielsen Global Survey of E-Commerce, keamanan kartu kredit tetap menjadi kekhawatiran utama. Konsumen digital Indonesia sangat berhati-hati jika harus memberikan informasi mengenai kartu kredit mereka secara online. Enam dari sepuluh konsumen mengatakan bahwa mereka tidak bersedia memberikan informasi kartu kredit mereka secara online. Berbagai kekhawatiran diatas merupakan persepsi risiko yang menjadi penghalang potensial dalam melakukan pembelian online. Kim et al., (2007: 546) mendefinisikan

persepsi risiko sebagai keyakinan konsumen tentang potensi hasil negatif tidak pasti dari transaksi online. Persepsi risiko dapat mempengaruhi minat beli seseorang melalui internet. Dengan berbagai alasan tersebut, perlu adanya sebuah review dan analisis mengenai system e-commerce pada marketplace mobile Shopee. analisis meliputi, kelebihan, kelemahan, dan analisis SWOT terhadap perusahaan online Shopee.

Analisis yang digunakan dalam paper ini adalah anilisi secara deskriptif. Analisis dalam paper ini, dilakukan dengan membandingkan teori-teori e-commerce pada system informasi, untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan pada situs jual beli Shopee.co.id. selain itu analisis SWOT juga digunakan dalam paper ini untuk memberikan analisa yang lebih mendalam dari situs jual beli Shopee Indonesia.

Mulyadi (2008 : 2) adalah "sekelompok unsur yang erat berhubungan satu dengan lainnya, yang berfungsi bersama-sama untuk mencapai tujuan tertentu."

Widjajanto (2008:3) adalah "sesuatu yang memiliki bagian-bagian yang saling berintraksi untuk mencapai tujuan tertentu melalui tiga tahapan yaitu input, proses dan output".

Menurut Hutahaenan (2014:2-3), mengemukakan bahwa" sistem adalah suatu jaringan kerja dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan, berkumpul bersama-sama untuk melakukan kegiatan-kegiatan atau untuk melakukan sasaran tertentu. Pendekatan sistem yang merupakan jaringan kerja dari prosedur lebih menekankan urutan-urutan operasi didalam sistem."

Sebuah sistem mempunyai karakteristik atau sifat-sifat tertentu yang mencirikan bahwa hal tersebut bisa dikatakan sebagai suatu sistem. Adapaun karakteristik yang dimaksud adalah sebagai berikut (Sutabri 2004:20):

a. Komponen sistem (Components system)

Suatu sistem terdiri dari sejumlah komponen yang saling berinteraksi, artinya saling bekerja sama membentuk satu kesatuan. Komponen-komponen sistem tersebut dapat berupa suatu subsistem. Setiap subsistem memiliki sifat dari sistem yang menjalankan suatu fungsi tertentu dan mempengaruhi proses sistem secara keseluruhan.

b. Batas sistem (boundary system)

Ruang lingkup sistem merupakan daerah yang membatasi antara sistem dengan sistem yang lain atau sistem dengan lingkungan luarnya. Batasan sistem ini memungkinkan suatu sistem dipandang sebagai satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan

Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi Informasi 2018

SENSITEK 2018

STMIK Pontianak, 12 Juli 2018

c. Lingkungan Luar Sistem (Environment System)

Bentuk apapun yang ada diluar ruang lingkup atau batasan sistem yang mempengaruhi operasi sistem tersebut disebut lingkungan luar sistem.

Lingkungan luar sistem ini dapat bersifat menguntungkan dan dapat juga bersifat merugikan sistem tersebut. Dengan demikian, lingkungan luar tersebut harus tetap dijaga dan dipelihara. Lingkungan luar yang merugikan harus dikendalikan. Kalau tidak, maka akan mengganggu kelangsungan hidup dari sistem tersebut.

d. Penghubung Sistem (Interface System)

Media yang menghubungkan sistem dengan subsistem lain disebut penghubung sistem. Penghubung ini memungkinkan sumber-sumber daya mengalir dari suatu subsistem ke subsistem lain. Bentuk keluaran dari satu subsistem akan menjadi masukan untuk subsistem lain melalui penghubung tersebut. Dengan demikian, dapat terjadi suatu integrasi sistem yang membentuk satu kesatuan.

e. Masukan Sistem (Input Proses)

Energi yang dimasukkan kedalam sistem disebut masukan sistem, yang dapat berupa pemeliharaan (maintenance input) dan sinyal (signal input). Maintenance input adalah energi yang dimasukkan supaya tersebut dapat beroperasi. Signal input adalah energi yang diproses untuk mendapatkan keluaran. Contoh, didalam suatu unit sistem komputer, program adalah maintenance input yang digunakan mengoperasikan komputernya dan data adalah signal input yang digunakan untuk diolah menjadi informasi.

f. Pengolahan sistem (Processing System)

Suatu sistem dapat mempunyai suatu proses yang akan mengubah masukan menjadi keluaran, contohnya adalah sistem akuntansi. Sistem ini akan mengolah data transaksi menjadi laporan-laporan yang dibutuhkan oleh pihak manajemen.

g. Keluaran Sistem (Output System)

Hasil energi diolah dan diklasifikasikan menjadi keluaran yang berguna, keluaran ini merupakan masukan bagi subsistem yang lain seperti sistem informasi. Keluaran yang dihasilkan adalah informasi. Informasi ini dapat digunakan sebagai masukan untuk pengambilan keputusan atau hal-hal lain yang menjadi input bagi subsistem lain.

h. Sasaran Sistem (Objective) dan tujuan (Goals)

Suatu sistem memiliki tujuan dan sasaran yang pasti dan bersifat deterministic, kLu suatu sistem tidak memiliki sasaran maka operasi sistem tidak ada gunanya. Suatu sistem dikatakan berhasil bila mengenai sasaran atau tujuan yang telah direncanakan.

Menurut Sutabri (2004:29), "Informasi adalah data yang diklasifikasikan atau diinterupsi untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan."

Menurut Sutarman (2012:14), "Informasi adalah sekumpulan fakta (data) yang diorganisasikan dengan cara tertentu sehingga mereka mempunyai arti bagi si penerima."

Kualitas suatu informasi tergantung dari 3 hal, yaitu informasi harus akurat, tepat waktu dan relevan. Penjelasan tentang kualitas informasi tersebut dipaparkan di bawah ini menurut sutabri (2004:43):

a. Akurat (accurate)

Informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak menyesatkan, akurat juga berarti informasi harus jelas mencerminkan maksudnya. Informasi harus akurat karena biasanya dari sumber informasi sampai penerima informasi ada kemungkinn terjadi gangguan yang dapat mengubah atau merusak informasi tersebut.

b. Tepat Waktu (Timelines)

Informasi yang datang pada si penerima tidak boleh terlambat. Informasi yang usung tidak akan mempunyai nilai lagi karena informasi merupakan suatu landasan dalam pengambilan keputusan terlambat maka dapat berakibat fatal bagi organisasi.

c. Relevan (relevance)

Informasi tersebut mempunyai manfaat untuk pemakainya, dimana relevansi informasi untuk tiap-tiap individu berbeda tergantung pada yang menerima dan yang membutuhkan. Nilai informasi itentukan oleh dua hal yaitu manfaat dan biaya. Suatu informasi dikatakan bernilai apabila manfaatnya lebih efektif dibandingkan dengan biaya mendapatkannya seperti definisi yang diberikan oleh loundon (2008:25) yaitu: "sistem informasi merupakan komponen-komponen yang saling berhubungan dan bekerjasama untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan dan mendistribudikan informasi tersebut untuk mendukung proses pengambilan keputusan, koordinasi, dan pengendalian".

Menurut Sutarman (2012:13) Sistem informasi adalah sistem yang dapat didefenisikan dengan mengumpulkan memproses, menyimpan, menganalisis, menyebarkan informasi untuk tujuan tertentu. Seperti sistem lainnya, sebuah sistem informasi terdiri atas input (data, intruksi)

Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi Informasi 2018

SENSITEK 2018

STMIK Pontianak, 12 Juli 2018

dan output (laporan, kalkulasi). Sedangkan menurut O'Brien dan Marakas (2008:4) Menyatakan bahwa pengertian sistem informasi kombinasi teratur dari orang-orang, hardware, software, jaringan komunikasi dan sumber daya fata yang mengumpulkan, mengubah, menyebarkan informasi dalam sebuah organisasi.

Aktivitas dasar sistem informasi adalah sebagai berikut. (Loudon dan Loudon 2010:46-47):

a. Input

Melibatkan penangkapan data dan pengumpulan data mentah dari dalam organisasi atau dari lingkungan eksternal untuk pengolahan dalam suatu sistem informasi.

b. Proses

Melibatkan proses mengkonversi input mentah ke bentuk yang lebih bermakna.

c. Output.

Mentransfer proses informasi kepada orang yang akan menggunakan atau kepada aktivitas yang akan digunakan.

d. Feedback

Output yang dikembalikan kepada anggota organisasi yang sesuai untuk kemudian membantu mengevaluasi atau mengoreksi tahap input.

Analisa sistem didefinisikan oleh Jogiyanto (2005:129) adalah suatu penguraian dari suatu sistem informasi yang utuh ke dalam bagian-bagian komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan-permasalahan, kesempatan-kesempatan, hambatan-hambatan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya. Sedangkan Menurut Fatta (2007:44) "Analisis sistem adalah teknik pemecahan masalah yang menguraikan bagian-bagian komponen dengan mempelajari seberapa bagus bagian-bagian komponen tersebut bekerja dan berinteraksi untuk mencapai tujuan mereka".

Terdapat langkah-langkah dasar yang harus dilakukan oleh analis dalam analisa sistem yaitu (Jogiyanto 2005:130):

a. Identify, yaitu mengidentifikasi masalah.

b. Understand, yaitu memahami kerja dari sistem yang ada

c. Analze, yaitu menganalisis sistem.

d. Report, yaitu membuat laporan hasil analisis.

Adapun tujuan utama dari tahap analisis ini adalah (Sutabri 2004:84):

a. Memberikan pelayanan kebutuhan informasi kepada fungsi manajerial di dalam pengendalian pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan.

b. Membantu para pengambil keputusan, yaitu para pemimpin untuk mendapatkan bahan perbandingan sebagai tolak ukur hasil yang telah dicapainya.

c. Mengevaluasi sistem-sistem yang telah ada dan berjalan sampai saat ini, baik pengolahan data maupun pembuatan laporannya.

d. Merumuskan tujuan-tujuan yang ingin dicapai berupa pola pengolahan data dan pembuatan laporan yang baru.

e. Menyusun suatu tatanan rencana pengembangan sistem dan perencanaannya serta perumusannya langkah dan kebijaksanaan.

2. Pembahasan

Tujuan dari perusahaan Shopee Indonesia adalah menjadi salah satu belanja online yang paling top dan utama di Indonesia serta memberikan pelayanan kepada konsumen secara maksimal, memberikan inspirasi dalam belanja dan memberikan pengalaman kepada konsumen dalam memilih-milih produk online. Karyawan yang bekerja di perusahaan ini merupakan individu yang mempunyai jiwa kewirausahaan, karena mereka berasal dari sekolah bisnis terbaik dan perusahaan di seluruh dunia. Oleh sebab itu tidak diragukan lagi kualitas dalam pemberian pelayanan kepada konsumen yang akan di berikan secara maksimal

Kelebihan dari pelayanan yang diberikan Shopee adalah pencapaian Shopee yang berhasil dari tiga komitmen utama yang terus dikedepankan Shopee, meliputi Garansi Shopee, Gratis biaya pengiriman, dan Garansi harga termurah. Garansi Shopee berfungsi untuk membangun kredibilitas Shopee di mata pelanggan, "karena kredibilitas pelanggan adalah hal utama yang harus dibangun dalam memulai bisnis ini". Mekanisme Garansi Shopee dilakukan dengan menahan pembayaran kepada penjual sampai produk yang dibeli sampai di tangan pelanggan dengan kondisi yang baik. Selain Garansi Shopee, sistem Garansi Harga Termurah juga digunakan untuk menarik lebih banyak pembeli. Shopee melakukan kerja sama dengan para *seller* untuk membuat kesepakatan harga, ketika pembeli menemukan harga yang lebih mahal dari produk yang dibeli di Shopee, kami akan memberikan kompensasi *voucher* belanja senilai dua kali selisih harga. Garansi Shopee dan Garansi Harga Termurah didukung dengan inisiatif

Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi Informasi 2018

SENSITEK 2018

STMIK Pontianak, 12 Juli 2018

Gratis Biaya merupakan salah satu inisiatif Shopee yang paling berkontribusi dalam menarik pelanggan, sehingga mampu membawa Shopee tumbuh pesat dalam waktu singkat.

Kelebihan yang terdapat di Shopee tidak menutup kemungkinan terdapat beberapa kekurangan, diantaranya bagian sebagai pembeli dan penjual terpisah yang terkesan rumit dan tidak efisien, penampilan deskripsi produk sangat tidak enak dilihat dan membuat pembeli jadi malas membaca, pencairan dana ke rekening kepada penjual sangat lama, Promo gratis ongkir sangat ribet bagi penjual harus upload KTP dan foto nomor resi, saat upload gambar dan nomor resi via aplikasi sering mengalami kegagalan.

3. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan, dapat disimpulkan mengenai Shopee, diantaranya perusahaan Shopee Indonesia menjadi perusahaan e-commerce terbesar di Indonesia dengan beberapa kelebihan yang

dimilikinya. Perusahaan Shopee memiliki strategi didalam mengembangkan perusahaannya dengan cara memberi garansi shopee, garansi barang termurah, dan promo gratis ongkir.

Daftar Pustaka

- [1]. H. Al Fatta, Analisis dan Perancangan Sistem Informasi untuk Keunggulan Bersaing Perusahaan dan Organisasi Modern. Yogyakarta : Penerbit Andi, 2007.
- [2]. J. Hutahaenan, Konsep Sistem Informasi. 1st Edition. Yogyakarta : Deepublish, 2014.
- [3]. H.M. Jogiyanto. Analisis dan Desain Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis. Edisi Ketiga. Yogyakarta : Penerbit Andi, 2005.
- [4]. K.C. Laudon, J.P. Laudon, Management Information System. 11th Edition. New Jersey : Pearson Prentice Hall, 2010.
- [5]. Mulyadi, Sistem Akuntansi. Jakarta : Salemba Empat, 2008.
- [6]. T. Sutabri, Analisa Sistem Informasi. Yogyakarta : Penerbit Andi, 2004.
- [7]. Sutarman, Pengantar Teknologi Informasi. Jakarta : Bumi Aksara, 2012.