

Modul Workshop
Workshop Membuka dan Mengelola Toko
Online Pada E-Commerce Bagi Warga RT 01 RW
05 Jaticempaka Pondok Gede Bekasi



Pengabdian Masyarakat
Minggu, 16 Oktober 2022

Program Studi Teknologi Komputer
Fakultas Teknik dan Informatika
Universitas Bina Sarana Informatika

I. Pengertian Marketplace

Marketplace adalah suatu platform dimana memiliki tugas sebagai perantara antara penjual dan pembeli untuk melakukan proses transaksi produk secara online. Marketplace atau pasar daring juga menyediakan berbagai fasilitas seperti metode pembayaran, estimasi pengiriman, pemilihan produk sesuai kategori, dan fitur yang lainnya.

Marketplace juga terbagi menjadi dua bagian sesuai dengan fungsinya. Berikut merupakan penjelasan mengenai jenis – jenisnya.

1. Marketplace murni.

Jenis yang pertama adalah marketplace murni, dimana mempunyai peran penting sebagai fasilitator antara penjual dan pembeli. Disini, penjual bebas untuk melakukan berbagai transaksi produk, serta mengelola pembayaran, menampilkan informasi mengenai produk, dan lainnya.

Pasar online hanya berperan sebagai perantara dan mengirim produk kepada pembeli. Jadi, penjual barang dapat mengurus dan mengelola berbagai aktivitas dengan lebih fleksibel sesuai dengan peraturan dari platform yang berlaku. Pembeli juga dapat melakukan proses penawaran harga kepada penjual produk secara bebas dan tanpa aturan mengikat dari platform.

Penjual juga berkewajiban untuk menyertakan informasi dan data terkait produk yang dipasarkan secara lengkap dan detail. Supaya dapat memudahkan dan meyakinkan pembeli untuk membeli produk tersebut. Deskripsi barang juga harus sesuai dengan kondisi dan bentuk barang, sehingga kredibilitas toko atau brand anda tetap terjaga dengan baik.

2. Marketplace konsinyasi.

Selanjutnya, terdapat jenis marketplace konsinyasi yang merupakan jenis pasar daring dimana penjual hanya memiliki akses untuk menitipkan

produk saja. Maksudnya adalah, dari pihak penjual hanya dapat menyediakan barang serta mengirimkan deskripsi informasi detail dari barang tersebut.

Tugas dari marketplace disini adalah sebagai perantara, sekaligus mengatur urusan pembayaran, pengiriman barang, foto produk, dan lain sebagainya. Jadi, untuk jenis yang satu ini, segala macam bentuk transaksi jual beli diserahkan kepada platform. Penjual hanya sekedar menyediakan barang.

Untuk proses penetapan harga akan dilakukan oleh pihak platform sendiri. Contoh platform yang telah menerapkan marketplace konsinyasi adalah Zalora dan Berrybenka. Untuk perbedaan yang mendasar dengan pasar daring murni terletak pada tanggung jawab dari penjual produk, serta proses transaksi jual beli.

II. Perbedaan ecommerce dan marketplace

Setelah mengetahui apa itu marketplace, selanjutnya kita masuk pada pembahasan mengenai perbedaan ecommerce dan marketplace. Perbedaan yang paling mendasar disini adalah dari sisi platformnya. Untuk ecommerce sendiri, lebih berfokus pada menjual barang dari website itu sendiri. Sedangkan platform dari pasar online berfokus pada penjualan barang dari berbagai toko dan penjual yang telah mendaftar pada website tersebut.

III. Perbedaan marketplace dengan online shop

Perbedaan yang selanjutnya antara marketplace dengan online shop. Perbedaan yang mendasar dari kedua platform tersebut adalah dari sisi perantaranya. Marketplace adalah platform yang berperan sebagai fasilitator antara penjual dan pembeli. Sedangkan online shop tidak memerlukan perantara antara penjual dan pembeli dalam proses transaksi.

Jadi, jika anda menggunakan online shop, maka anda dapat berkomunikasi langsung dengan penjual melalui website tersebut. Namun, apabila anda menggunakan marketplace, maka harus proses transaksi jual beli akan dilakukan dengan bantuan pihak ketiga sebagai media atau wadah dalam bentuk aplikasi berbasis web untuk memudahkan dalam proses jual beli online.

1. Tentukan produk yang akan dijual.

Sebelum memulai berjualan, tentunya kita harus tahu terlebih dahulu akan produk apa yang ingin kita jual. Detikers dapat memilih produk buatan sendiri atau produk buatan orang lain (reseller) untuk dipasarkan. Jika detikers memilih untuk memasarkan produk buatan sendiri, maka detikers dapat dengan bebas menentukan seperti apa produknya nanti dan sekaligus bisa belajar dalam hal pengelolaan marketing. Yang perlu diperhatikan ialah kualitas produk dan membranding brand baru yang dipasarkan.

Jika detikers memilih untuk jualan online produk buatan orang lain, detikers tak perlu repot untuk memikirkan bagaimana caranya membranding produk dan memilih bahan baku. Detikers hanya perlu mencari supplier yang mau meminjamkan produknya terlebih dahulu, sehingga detikers dapat memulai berjualan online tanpa modal.

2. Tentukan harga yang wajar

Dikutip dari kompas.com, strategi paling mudah dalam menentukan harga yaitu dengan melihat kompetitor. Jika ingin cepat terjual, detikers dapat menggunakan strategi potongan harga atau diskon namun dengan tetap mempertimbangkan keuntungan. Tidak perlu ragu untuk menetapkan harga yang mungkin lebih tinggi jika menurut detikers produk yang dijual memiliki kualitas yang lebih baik daripada produk serupa. Strategi paling mudah dalam menentukan harga yaitu dengan melihat kompetitor. Jika ingin

cepat terjual, dapat menggunakan strategi potongan harga atau diskon namun dengan tetap mempertimbangkan keuntungan.

Tidak perlu ragu untuk menetapkan harga yang mungkin lebih tinggi jika produk yang dijual memiliki kualitas yang lebih baik daripada produk serupa.

3. Tentukan target pasar

Setelah menentukan produk dan juga harga, selanjutnya adalah menentukan pasar. Karena menggunakan sistem online, maka detikers tentunya bisa menjangkau pasar yang lebih luas. Walaupun dengan jangkauan yang luas, detikers juga tetap harus memperhatikan target pasar yang sesuai dengan produk ya!

4. Membuka toko online

Untuk mendirikan toko online, detikers dapat memilih website pribadi atau menggunakan media sosial pribadi. Detikers juga bisa mendaftar di berbagai aplikasi yang menawarkan e-commerce. Sudah banyak aplikasi e-commerce yang bisa Anda gunakan, sebut saja Tokopedia atau Shopee. Pengelolaannya pun cukup mudah dan efisien.

5. Promosi

Promosi akan produk, bisa dilakukan melalui media sosial pribadi. Detikers dapat memulai mempromosikan produk dengan teman terdekat atau kerabat. Melalui media sosial, detikers juga bisa memulai untuk mencari komunitas-komunitas online yang antusias dengan jenis produk yang dijual sebagai referensi. Manfaatkan pula fitur-fitur yang ada di ecommerce untuk semakin membuat produkmu makin dikenal. Pastikan promosi dengan hitung-hitungan yang cermat sehingga tidak malah membuat rugi.

6. Mencari relasi

Agar bisnis bisa berkembang, cobalah untuk mencari relasi yang berada di bidang yang sama. Dengan demikian detikers memiliki seorang bisa

diajak untuk saling berkonsultasi masalah bisnis dan bisa dijadikan sebagai mentor. Tentunya untuk menjadikannya mentor, pilihlah orang yang sekiranya lebih berpengalaman dalam bidang atau penjualan produk tersebut.

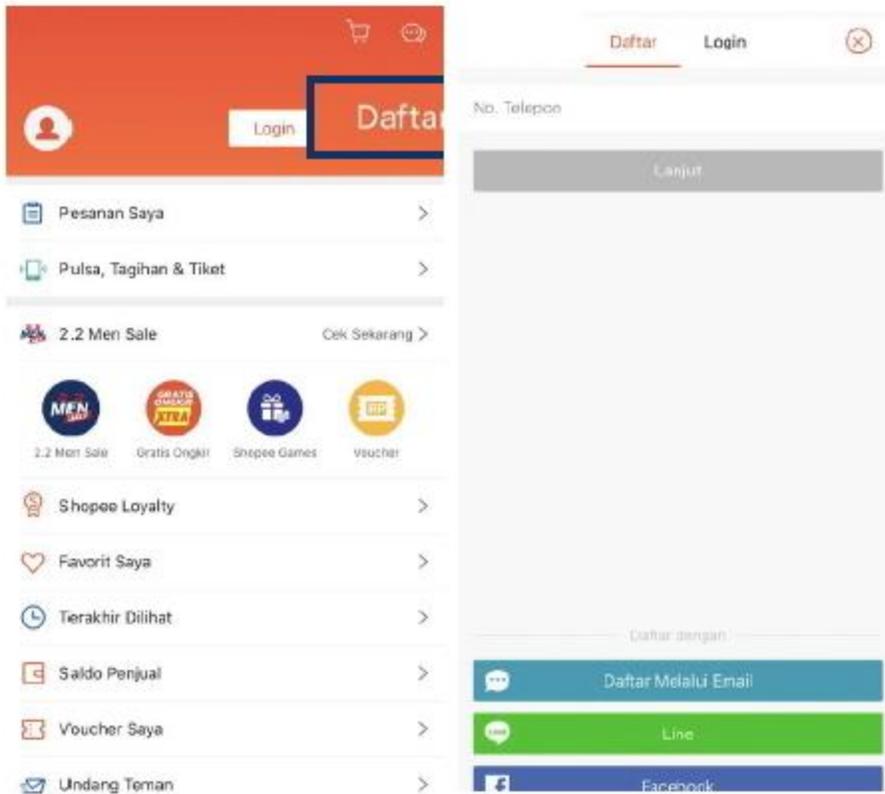
7. Lakukan evaluasi

Evaluasi bisnis dalam jualan online juga sangat penting untuk dilakukan. Dengan mengevaluasi bisnis, kamu dapat mengetahui hal yang kurang dan sudah tepat kamu lakukan. Kamu juga bisa menambah strategi baru jika memiliki hasil evaluasi yang kurang memuaskan.

Untuk melakukan jualan di Shopee, calon penjual harus memiliki akun Shopee terlebih dahulu. Lalu bisa mengikuti cara buka toko di Shopee. Kemudian, penjual bisa memasukkan berbagai produk dagangannya dengan cara berjualan di Shopee. Melansir laman Shopee Indonesia, berikut cara buka toko di Shopee melalui aplikasi atau seller centre Shopee.

1. Daftar akun Jika calon penjual sudah memiliki akun Shopee, bisa melewati cara daftar akun ini dan langsung ke tahap cara buka toko di Shopee. Namun, biasanya penjual akan membedakan akun pribadi dan akun tokonya sehingga perlu membuat akun baru.

1. Daftar akun Jika calon penjual sudah memiliki akun Shopee, bisa melewati cara daftar akun ini dan langsung ke tahap cara buka toko di Shopee. Namun, biasanya penjual akan membedakan akun pribadi dan akun tokonya sehingga perlu membuat akun baru. Baca juga: Untuk Pemula, Ini Cara Belanja di Shopee dengan Mudah Berikut cara membuat akun baru di Shopee: Unduh dan buka aplikasi Shopee di Google Play Store maupun App Store atau buka situs Shopee. Pilih Daftar. Isi Informasi Akun Masukkan nomor telepon dan email yang aktif dan verifikasi. Ubah username Shopee sesuai dengan yang diinginkan.



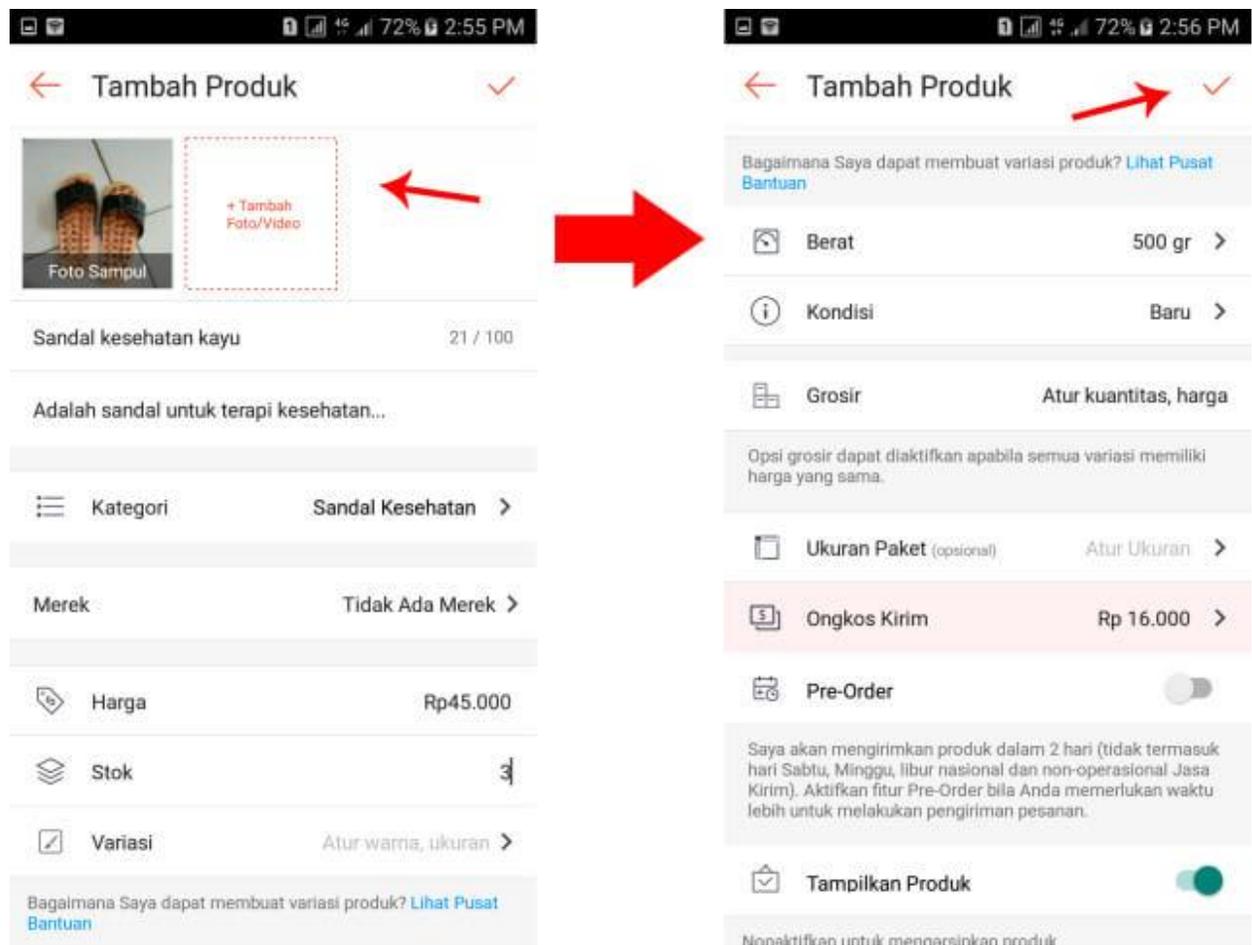
2.

2. Setelah memiliki akun Shopee, maka calon penjual tinggal selangkah lagi untuk mengikuti cara berjualan di Shopee. Calon penjual bisa melengkapi profil toko melalui aplikasi Shopee maupun Seller Centre di website, sebagai berikut.

- Via aplikasi Buka aplikasi Shopee. Pilih menu Saya: Klik Mulai Jual. Klik Tambah Produk. Masukkan alamat toko dan pilih jasa kirim yang diinginkan. Isi detail produk, klik Simpan.
- Via Seller Centre Buka website resmi Shopee, pilih Seller centre di pojok kiri atas. Login dengan username dan kata sandi yang sudah dibuat.
- Verifikasi melalui link yang akan dikirim via WhatsApp atau SMS.
- Klik Mulai Pendaftaran. Atur informasi toko mulai dari nama, alamat email, dan nomor telepon toko. Klik Simpan dan klik Lanjut. Atur jasa kirim yang diinginkan, klik Kirim.

3. Setelah daftar dan membuka toko di Shopee, pengguna bisa memasukkan satu per satu barang dagangannya secara online dan memulai cara berjualan di Shopee. Adapun cara jualan di Shopee sebagaimana dilansir dari laman resminya, sebagai berikut:

- Buka Seller Centre. Pilih Tambah Produk Baru. Lengkapi Nama Produk, pilih Kategori Produk, lalu klik Lanjut. Lengkapi informasi produk yang akan Anda jual (Informasi Produk, Informasi Penjualan, Pengaturan Media, Pengiriman, dan Lainnya).
- Klik Simpan & Tampilkan untuk langsung menjual produk, atau klik Simpan & Arsipkan bila Anda ingin menjual produk tersebut pada lain waktu.



Perlu diperhatikan, jika ingin sukses cara jualan di Shopee, penjual perlu

meningkatkan penjualan dengan cara mengatur masa pengemasan. Masa pengemasan produk pre-order biasanya 7-15 hari kerja sedangkan produk non pre-order hanya 2 hari kerja. Penjual juga bisa mengupgrade cara jualan di Shopee dengan memberikan harga yang kompetitif, memperbanyak variasi produk, gunakan fitur Naikkan Produk tiap 4 jam sekali. Calon penjual juga bisa menyebarkan tautan produk ke media sosial, membuat voucher toko, serta daftar gratis ongkir di Shopee agar bisa menarik pembeli lebih banyak.

Sistem e-Commerce dan Perlindungan Konsumen

Di era digital ini, sekarang semua serba dipermudah. Apapun dapat diakses dengan menggunakan internet. Dimulai dari belanja online, pesan makanan online, hingga transportasi berbasis online. Dengan pesatnya perkembangan internet pada saat ini, maka terbangun sebuah sistem perdagangan dunia maya. E-Commerce atau perniagaan elektronik merupakan semua bentuk transaksi perdagangan barang ataupun jasa yang menggunakan media perantara internet. Dalam sebuah sistem e-commerce setidaknya terdapat 4 komponen yang diperlukan dalam transaksi onlinea:

Store/Marketplace

1. Penjual dan Pembeli
2. Payment Gateway
3. Jasa Pengiriman

Pertama adalah adanya store/marketplace yang dimana disini dijualnya barang – barang yang dibutuhkan oleh consumer. Akan tetapi terdapat perbedaan antara marketplace dengan store online, yaitu marketplace adalah suatu tempat di internet dimana banyak pihak berkumpul untuk melakukan proses

transaksi jual beli, ada yang ingin mencari suatu barang dan ada pihak lain yang sedang ingin menjual barang. Sedangkan online store adalah dimana pembeli bisa langsung memesan kepada penjual, dan bisa diartikan bahwa ini hanya satu toko yang menjual. Contoh marketplace di Indonesia saat ini adalah Bukalapak, TokoPedia, Elevenia, Qoo10 Indonesia, dan lain sebagainya. Sedangkan contoh online store yang ada di Indonesia adalah MatahariMall, Lazada, Zalora, BerryBenka, Groupon Indonesia, dan lain sebagainya.

Kedua adalah penjual dan pembeli. Penjual adalah yang menjual barang / jasanya kepada konsumen, sedangkan pembeli adalah orang yang membeli barang yang dijual. Pada analisa ini, kita akan mencari tau apa saja faktor yang membuat pembeli memilih belanja online dan yang tidak memilih belanja online.

Berikut adalah faktor mengapa konsumen memilih belanja online:

1. Kemampuan Finansial.
2. Lebih banyak promo yang ditawarkan ketika belanja online.
3. Ketika melihat keluarga/teman yang memiliki barang baru, terkadang konsumen jadi ingin ikut membelinya walaupun tidak selalu butuh.
4. Iklan atau promosi di media massa

Faktor- faktor peminat memilih untuk tidak belanja online :

1. Transaksi dan Perlindungan Konsumen. Pada bagian ini terlihat banyak orang yang takut akan penipuan yang terjadi ketika belanja online. Kartu kredit yang dapat diakses oleh tangan nakal, barang yang sampai tidak sesuai dengan keinginan atau toko yang susah dihubungi ketika konsumen telah membayar. Hal ini menjadikan hal terbesar yang membuat orang memilih tidak belanja online.
2. Barang tidak dapat dilihat secara jelas. Ketika kita belanja online, kita hanya bisa menerka saja bagaimana barang itu. Tapi kita tidak

mengetahui apakah nanti barang yang dikirim akan sama dengan barang yang ada di gambar.

3. Terkadang harga yang ditawarkan lebih mahal dari membeli dengan datang ke tokonya langsung.
4. Barang yang dijual kebanyakan sudah tidak bergaransi atau garansinya tidak bisa dibuktikan.
5. Tidak mengerti cara untuk belanja online dan menurutnya tidak praktis.
6. Proses transaksi atau pengiriman, terkadang lama.

Dilihat dari faktor – faktor diatas, terlihat jelas mengapa masih banyak juga konsumen yang takut untuk belanja online. Dikarenakan Indonesia masih minim dengan masalah keamanannya. Faktor yang tertinggi saat ini adalah takut terjadinya penipuan. Seperti penipuan pembayaran, penipuan dengan menggunakan akun nakal, serta pengambilalihan akun. Sebuah Riset dari Comscore, perusahaan analisis media, menyimpulkan:

- 2 dari 3 pembeli memperhitungkan ongkos kirim yang paling ekonomis.
- 1 dari 3 orang bahkan memilih untuk membayar lebih, selama mereka bisa menerima barang lebih cepat.
- 46% pembeli menyatakan akan merekomendasikan suatu toko online jika barang yang mereka pesan tiba tepat waktu.

Kemudian terdapat pula faktor yang mempengaruhi pengalaman belanja konsumen, berikut gambarnya.

What factors influence the **ONLINE SHOPPING** experience?

