

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Subjek dan Objek Penelitian

1.1 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini ialah mahasiswa aktif ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang diambil dari populasi sebanyak 1004 mahasiswa aktif dan diambil 108 orang sebagai responden yang dibagi menjadi tiga kelompok ke dalam situs belanja online dengan jumlah responden masing-masing situs sebanyak 36 responden. Penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*.

1.2 Objek Penelitian

1.2.1 Situs Belanja *Online*

Situs belanja *online* sudah tidak asing lagi bagi kita, hampir setiap hari kita selalu mendengar istilah yang populer juga disebut dengan *E-commerce*, *Web Store* atau *Virtual Store*. Situs belanja *online* adalah tempat terjadinya aktivitas perdagangan atau jual beli barang yang terhubung ke dalam suatu jaringan. Ketika melakukan transaksi, kita bebas memilih barang yang akan di beli. Terkadang kita perlu memasukkan barang yang kita beli ke dalam keranjang belanja, kemudian kita menyerahkan keranjang belanja tersebut kepada kasir untuk dihitung total belanjanya.

Di situs belanja *online*, proses transaksi yang dilakukan tidak jauh berbeda dengan proses transaksi yang kita lakukan di toko biasa. Jika di toko kita dilayani oleh manusia, sedangkan melalui situs belanja *online* kita dilayani oleh mesin (Sarwandi, 2016:5). Situs belanja *online* memiliki fungsi untuk melakukan transaksi penjualan langsung di internet. Transaksi pada toko *online* tersebut menggunakan form atau aplikasi yang dibuat sedemikian rupa pada situs belanja online tersebut. Secara garis besar situs belanja *online* memiliki fitur sebagai berikut (Sarwandi, 2016:5) :

1. Kategori produk
2. Item kategori
3. Fungsi Add to cart dan check out
4. Fungsi registrasi
5. Fungsi aproval pembelian dan lain sebagainya.

Situs belanja online yang menjadi objek dalam penelitian ini ialah :

1. Bukalapak.com

Bukalapak.com dimiliki dan dikelola oleh PT. Seperti situs jual beli online lainnya yang berbasis C2C, Bukalapak.com menyediakan sarana penjualan dari konsumen ke konsumen dimanapun dan siapapun dapat membuka toko *online* untuk melayani calon pembeli dari seluruh Indonesia.

Pada awal berdirinya pada tahun 2010, situs Bukalapak.com hanya menjadi sarana bertemunya calon pembeli dengan penjual dan

produk-produk yang ditawarkan lebih dikhususkan kepada produk *second* (barang bekas/barang yang telah terpakai). Seiring dengan perkembangannya, Bukalapak.com mulai melakukan berbagai inovasi.

Sejak awal berdirinya sampai saat ini Bukalapak.com telah menyedot sekitar 260 ribu pengunjung per harinya dan melayani transaksi dengan nilai total 500 juta rupiah tiap harinya. Namun dengan strategi bisnis dan inovasi yang dilakukan, Bukalapak.com baru mampu menduduki peringkat 3 diantara situs lainnya yang disebutkan di atas dan pada peringkat 22 dari seluruh situs yang ada di Indonesia. Bukalapak memiliki visi “*Menjadi Online Marketplace Nomor 1 di Indonesia*”. Misi yang akan dicapai oleh Bukalapak.com ialah “*Memberdayakan UKM yang ada di Seluruh Penjuru Indonesia*”.

2. Tokopedia.com

Tokopedia.com didirikan pada 17 Agustus 2009 dengan visi “*Membangun Indonesia lebih Baik Melalui Internet, Tokopedia.com Tumbuh Sangat Pesat dan Menjadi Marketplace Terbesar di Indonesia*”. Sejak berdiri, tokopedia.com pernah meraih penghargaan Bubu Awards pada tahun 2009 dimana tokopedia.com dinobatkan sebagai perusahaan e-commerce terbaik. Selain itu tokopedia.com telah berhasil mendapatkan investasi dari PT Indonusa Dwitama (2009), *East Ventures* (2010),

CyberAgent Ventures (2011), *BEENOS* (2012), *SB Pan Asia Fund* (2013), dan *SoftBank Internet and Media, Inc.* (“SIMI”) dan *Sequoia Capital* (2014).

3. Elevenia.co.id

Elevenia.co.id adalah produk dari PT XL Planet yang merupakan kerja sama antara PT XL Axiata Tbk ialah salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia dan SK Planet Co. Ltd adalah perusahaan layanan digital dan pemilik dari brand *e-commerce* terbesar di Korea Selatan.

Elevenia menggunakan sistem belanja platform *open marketplace* serta menyediakan solusi pembayaran *Escrow System* yang menjamin transaksi belanja dengan aman.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu oleh Ainun Fika Budi Aji Saputri (2015) dengan judul Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.com. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh keamanan, kemudahan, dan risiko kerja terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif dengan studi kasus pengumpulan data yang didapatkan dari pengguna situs belanja *online* Tokopedia.com. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi yang digunakan

dalam penelitian ini adalah pengguna tokopedia.com (*toppers*) di Yogyakarta. Sampel yang digunakan adalah pengguna tokopedia.com (*toppers*) di Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian secara online di tokopedia.com dan diambil sebanyak 135 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu berdasarkan kriteria pengguna tokopedia.com (*toppers*) di Yogyakarta yang telah melakukan pembelian secara online di tokopedia.com lebih dari satu kali. Uji validitas instrumen menggunakan *Confirmatory Factor Analysis*, sedangkan uji reliabilitasnya menggunakan *Alpha Cronbach*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

C. Kelebihan dan Kekurangan Situs Belanja *Online* Bukalapak.com, Elevenia.co.id, Tokopedia.com

Dengan banyaknya situs belanja *online* di Indonesia, konsumen bebas memilih situs mana yang akan mereka gunakan untuk menjual barang dagangannya atau hanya untuk membeli produk saja. Dengan menggunakan situs belanja *online* ini akan memudahkan kegiatan transaksi, namun masing-masing situs belanja *online* ini memiliki kebaikan dan keburukan. Kebaikan dan keburukannya akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Bukalapak.com

Kelebihan :

1. Fitur Buka Dompok

Fitur ini merupakan dompet virtual alias *e-wallet* yang dimiliki semua pengguna Bukalapak.com. Difer fitur ini tersimpan semua dana hasil penjualan (*remit*) dan dana hasil pengembalian (*refund*) transaksi. Fitur ini memberikan manfaat mempercepat proses pengembalian dana, mempercepat transfer dana ke penjual dan memberikan metode alternatif pembayaran lebih mudah dan cepat.

2. Fitur Push

Bukalapak melakukan push terhadap produk agar terdisplay di jajaran terdepan laman.

3. Fitur Tolak Pesanan

Penjual dapat membatalkan pesanan di laman transaksi. Pembeli dapat menerima pengembalian dana lebih cepat tanpa harus meminta pembatalan karena stok kosong dan sebagainya serta memudahkan Bukalapak dalam memproses pengembalian dana.

4. Fitur Quick Ebay

Memudahkan pembeli berbelanja tanpa harus mendaftar sebagai pengguna di Bukalapak. Pembeli cukup memasukkan *e-mail* yang aktif dan detail alamat pengiriman barang pada laman isi data pembeli.

5. Fitur Retur

Fitur pengembalian barang dengan mekanisme tertentu. Fitur ini disediakan demi memfasilitasi ketidakpastian antara penjual dan pembeli yang bertransaksi di Bukalapak.

6. Fitur Seaching dan Sorting Transaksi

Fitur ini membantu dalam melakukan pencarian dan menyusun data transaksi secara rapi. Dengan fitur ini memudahkan kita untuk mencari transaksi tertentu berdasarkan nomor transaksi atau nama pengirim atau penerima.

7. Fitur cetak Alamat Pengirim

Memudahkan penjual dalam memilih transaksi serta alamat pengirim yang akan dicetak. Terdapat informasi detail alamat pengiriman dan informasi nama penjual dan nomor telepon.

8. Fitur Koreksi Biaya Kirim

Memudahkan pelapak mengubah biaya kirim. Pelapak harus sudah dalam konsisi login di Bukalapak untuk menggunakan fitur ini.

Kekurangan :

Dari beberapa kebaikan Bukalapak diatas terdapat kekurangannya, peneliti melihat kekurangannya melalui testimoni customer, sebagai berikut :



ferdiyan

January 14, 2015 at 9:20 am

Pengalaman buruk saya di bukalapak. Saya beli barang dari Tangerang tujuan ke ANCOL Jakut dengan pilihan paket JNE tetapi penjual mengirim pake TIKI tgl 1 januari hingga sekarang 14 january barang belum sampai. Ternyata pas saya cek no Resi di tiki online paket tujuannya ke SURABAYA. Bagaimana kalau barang tersebut sudah sampai dan system bukalapak sudah menghitung mundur selama 2hari sejak barang sampai. Sementara saya belum dapat barangnya dan uang di tranfer ke penjual. Lah terus saya dapet apa barang ga ada uang pun raib... Mohon kejelasannya.

Pada gambar tersebut customer menjelaskan permasalahan yang dialaminya.



Joni

January 23, 2015 at 4:18 pm

sekarang udh sampe barangnya gan?

REPLY



cam2store

January 18, 2015 at 3:28 pm

lebih bagus sistem tokopedia menurut saya...ada fitur diskusi,promosi,dan review...dan klo tulis no hp,bbm dll gak bakal dihapus...

Pada gambar diatas terdapat dua pelapak yang merespon customer yang terdapat di gambar sebelumnya. Pada gambar ini, salah satu pelapak mengungkapkan bahwa sistem yang ada di Tokopedia lebih baik dari pada

sistem yang ada di Bukalapak. Karena Bukalapak tidak menyediakan fitur diskusi, promosi dan review.

2. Elevenia.co.id

Kelebihan :

1. JNE JOB

JOB merupakan singkatan dari JNE *online booking* dimana para *seller* yang menggunakan jasa JNE, tidak perlu lagi memasukan nomor resi secara manual melalui seller office Elevenia. Anda hanya perlu membawa kode booking saat menerima order yang bisa diunduh di halaman “*Print Out Invoice*” di seller office elevenia.

2. Fitur Mokado

Mokado atau akronim dari *mobile kado* sendiri merupakan sebuah layanan dari pengembangan *e-coupon* Elevenia yang termasuk fitur favorit. Dalam Mokado sendiri Elevenia menghadirkan kemudahan kepada konsumennya yang ingin mengirimkan hadiah, kejutan atau bonus kepada siapapun dengan praktis melalui SMS di semua perangkat telepon seluler serta smartphone.

3. Fasilitas Eksklusif *Seller Zone*

Berjualan di Elevenia, didukung fasilitas edukasi yang hanya ada di Elevenia bernama *Seller Zone* serta pendukung lainnya berupa Training, Seminar dan juga Studio Foto gratis.

4. Layanan Edukasi untuk *Seller* dari Elevenia

Memberikan edukasi bagi *seller* baru mengenai berjualan atau upload gambar barang dagangan. Tim dari *one stop service* dapat melakukan edukasi langsung ke tempat *seller* baru dan untuk wilayah Jakarta & sekitarnya.

5. Fitur *Automatic Cancellation*

Fitur ini dibuat untuk kenyamanan baik pihak *seller* maupun *buyer*. Elevenia melindungi para *buyer* menunggu lebih lama produk pesanan untuk dikirim, serta elevenia ingin mengingatkan para *seller* untuk selalu meng-*update* seluruh pesanan yang datang.

Kekurangan :

1. Tidak ada tenggat waktu pengiriman barang oleh *seller*. Dalam hal ini *seller* bisa sesukanya mengirimkan barang ke konsumen sedangkan konsumen hanya bisa khawatir apakah barangnya akan dikirim *seller* atau tidak.
2. Member akan dikenakan biaya ketika terjadi transaksi penjualan sebanyak 10 % dari harga ini ditentukan sesuai kategori.

3. Tokopedia.com

Kelebihan :

1. 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.

2. *User Management*/Pengaturan Admin

User management atau pengaturan admin merupakan fitur berbayar yang disediakan oleh Tokopedia bagi 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 tokonya.

3. Tokopedia *TopAds*

TopAds adalah fitur yang ditawarkan oleh Tokopedia untuk mempromosikan toko ataupun produk dari toko penjual, serta memungkinkan toko dan produk yang dijual dapat dilihat dan dibeli oleh lebih banyak pembeli di Tokopedia.

4. Pusat Resolusi Tokopedia

Pusat Resolusi adalah fitur yang disediakan oleh Tokopedia untuk memfasilitasi penyelesaian masalah transaksi antara pembeli dan penjual. Tokopedia menjamin keamanan transaksi 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 Anda.

5. *Gold Merchant*

Fitur tambahan berbayar yang disediakan Tokopedia 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 Anda, serta tersedia pengurutan produk berdasarkan *Gold Merchant*.

Kekurangan :

1. Fitur berbayar cukup mahal
2. Ketika akan login, selalu ada pertanyaan tentang nomor *handphone* atau nomor rekening.
3. Masih banyak *seller* yang memasang harga tidak sesuai dengan harga sebenarnya.

4. Sistem rating yang baru kurang mengakomodasi penilaian dari pembeli
5. Data tentang informasi pribadi tidak tertutup.