

BAB III

PEMBAHASAN

A. Tinjauan Umum

Gambaran Umum Perusahaan

a. OLX.co.id

1) Sejarah *OLX.co.id*

Tokobagus.com didirikan di Bali pada tahun 2005, oleh Arnold Sebastian Egg, seorang warganegara Belanda. Arnold pertama kali datang ke Indonesia pada awal Januari 2000, saat itu ia adalah seorang pengusaha mudayang baru saja lulus kuliah di Belanda. Melalui PT Isya Jaya, ia memulai usaha di Indonesia, tepat setelah born Bali I meletus. Saat itu ia menawarkan jasa pembuatan situs *e-commerce*. Pada tahun 2005, Arnold memulai bisnis jual beli secara online. Ia menyiapkan konsep *Tokobagus.com* dan mulai membangun *Tokobagus.com*. Tahun 2008 Arnold mendapat investor yang kemudian menjadi mitranya. Bersama dengan mitra barunya, di tahun yang sarna mereka pindah ke Jakarta dan mendirikan PT Tokobagus.

OLX sendiri adalah sebuah *e-commerce* global yang didirikan oleh Fabrice Orinda dan Alec Oxenford pada tahun 2006 di Buenos Aires. Grup OLX sendiri saat ini sudah berada di 106 negara. Menurut laporan *dailysocial.net*, pada tahun 2010, Naspers Grup media besar asal Afrika

Selatan masuk sebagai investor strategis di OLX, melalui investasi sebesar \$20 juta sampai \$40 juta. Naspers Grup kemudian berinvestasi di Tokobagus pada tahun 2010. Singkatnya adalah *tokobagus.com* adalah milik OLX sementara OLX adalah milik Naspers Grup. Selain tokobagus, Naspers Grup juga telah berinvestasi di *Multiply* yang sudah tidak beroperasi lagi. Saat berinvestasi di grup OLX, Naspers mengatakan bahwa akan mengakuisisi atau mendirikan komunitas *internet* di suatu negara, sebelum terjun ke layanan ecommerce, komunikasi, dan konten.

OLX yang sebelumnya adalah *Tokobagus.com* merupakan situs *online classified* terbesar di Indonesia. OLX menyediakan media yang mudah, cepat dan gratis bagi para penjual untuk memasang iklan dan sekaligus bagi pembeli untuk mencari beragam produk barang bekas dan barang baru untuk kebutuhan sehari-hari. Barang yang dapat dicari mulai dari *handphone*, komputer, perangkat rumah tangga, hingga mobil dan sepeda motor, rumah dan properti, bahkan lowongan kerja dan layanan lainnya.

Sejak berdiri pada tahun 2005, OLX telah meraih berbagai penghargaan, antara lain "*Gold Brand Champion 2013 of Most Widely Used Brand*" dari majalah *MarkPlus Insight* dan *Marketeers*, "Situs *e-commerce* terbaik kategori *online shopping Top Brand Award 2012*" dari *Frontier Consulting Group* dan majalah *Marketing*, Situs *e-commerce* terbaik ("*The Great Performing Website*") kategori *Communication*, dalam "*Digital Marketing Award 2012*" dari majalah *Marketing*, dan lembaga *survey independen*

SurveyOne. Alasan penggantian nama Tokobagus semata-mata untuk memperkuat branding OLX secara global. Ini juga memperjelas bahwa grup Naspers ingin mengkonsolidasi berbagai *brand* situs iklan baris yang dimilikinya di berbagai negara. Contohnya "Sulit", situs iklan baris di Filipina milik grup Naspers, yang lebih dahulu mengumumkan pembaharuan identitasnya menjadi OLX.

2) Visi dan Misi OLX.co.id

a) Visi

Melayani mayoritas atau lebih dari 50% populasi pengguna *internet* di Indonesia dan memberikan kemudahan serta kecepatan *e-commerce* untuk penjual dan pembeli.

b) Misi

Menarik banyak pengguna baru yang belum pernah mencoba *e-commerce* sebelumnya

3) Slogan *OLX.co.id*

“Jual Cepat Beli Dekat”

4) Logo *Tokobagus.com* dan *OLX.co.id*



Gambar 3.1 Logo *OLX.co.id*

(sumber : www.wikipedia.com)

a. Tokopedia.com

5) Sejarah *Tokopedia.com*

Perjalanan Tokopedia dimulai dari tahapan ide, *business plan*, dan perjuangan mencari investor, yang kemudian berakhir ditahun 2007 (*SMS Content*) dan 2008 (*SMS Broadcasting*). Tidak menyerah sampai disini saja, dengan pemikiran bahwa kegagalan adalah suatu pembelajaran menuju sukses, kemudian mengembangkan ide area bisnis baru melalui website. Disinilah awal pembuatan Tokopedia dengan VF (Victor Vungkong) sebagai investor tunggal. PT. Tokopedia pun akhirnya berdiri tanggal 6 February 2009 kemudian memperkenalkan *website* nya *Tokopedia.com* pada tanggal 17 Agustus 2009. Tokopedia adalah ensiklopedia toko–toko *online* di Indonesia dengan wujud sebuah mall online yang mempertemukan para penjual dengan

pembeli dan memungkinkan terjadi transaksi jual beli *online* dengan lebih aman dan nyaman. Membuka toko *online* di Tokopedia tidak dipungut biaya, dan pengelolaannya juga sangat mudah. *East Ventures*, perusahaan berbasis di Singapura yang berfokus pada investasi dibisnis berbasis *internet*, telah melakukan investasi ke Tokopedia melalui pembelian sebagian saham Tokopedia. Sebelumnya diawal tahun 2009 Tokopedia telah mendapatkan *seed funding* dari PT.Indonusa Dwitama untuk *launching* Tokopedia.com pada Agustus 2009. Hanya dalam waktu tujuh bulan beroperasi, *website* Tokopedia.com telah menjadi salah satu *online marketplace* dengan tingkat pertumbuhan paling pesat di Indonesia, baik dalam jumlah anggota, toko *online* aktif, jumlah produk, hingga jumlah transaksi dan perputaran uang perhari.

<http://rocketmanajemen.com/sejarah-tokopedia/>

<https://www.cnnindonesia.com/teknolog/kisah-pendiri-tokopedia/>

6) Visi dan Misi *Tokopedia.com*

Visi

Menggunakan teknologi terkini dari *web* dan *internet* secara tepat.

Misi

Memperkuat produk dan layanan dari tokopedia baik yang dilakukan secara *online* maupun *offline*.

7) Slogan *Tokopedia.com*

“ Belanja *online* kapan aja – Jualan *online* dimana aja ”

8) Logo *Tokopedia.com*

Gambar 3.2 Logo *Tokopedia.com* (2009-sekarang)

(sumber : www.tokopedia.com)

1. Kondisi Perusahaan

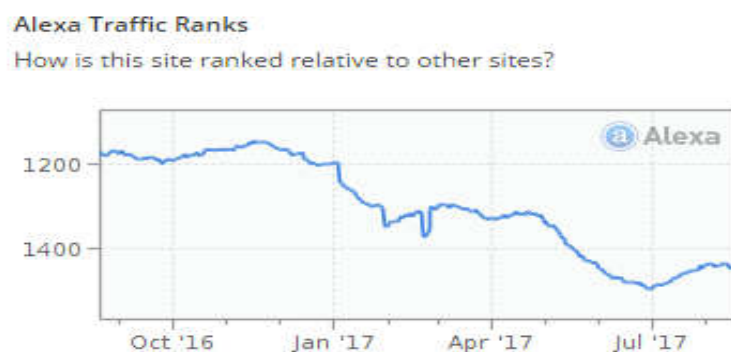
a. OLX.co.id

Terkait dengan transaksi yang telah berhasil didapatkan selama kuartal pertama pada tahun 2016, OLX Indonesia mencatat kenaikan sebesar 18% yaitu 1,6 juta transaksi per bulan. Pertumbuhan ini terjadi di berbagai kategori yang tersebar cukup merata di Indonesia. OLX mencatat jumlah pengguna aktif naik menjadi 20 juta orang per bulan dan jumlah penjual naik menjadi lebih dari 900 ribu orang per bulan. Selain jumlah pengguna yang mengalami peningkatan, jumlah iklan yang terpasang di OLX juga mengalami kenaikan sebesar 20% menjadi 4,8 juta iklan setiap bulannya. Tren lainnya yang dicatat oleh OLX adalah mulai bermunculannya iklan baris menawarkan lowongan pekerjaan untuk posisi tertentu, seperti kasir, penjaga gudang, dan pekerjaan-pekerjaan di sektor informal lainnya. Tercatat 40 ribu iklan baris lowongan pekerjaan yang

dimuat di OLX dan 32 ribu iklan tersebut langsung direspon oleh pelamar yang melihat langsung iklan baris di OLX. Secara keseluruhan persentasenya naik sekitar 53% di kuartal pertama 2016. Fakta menarik yang juga dibagikan OLX adalah minat dan antusiasme masyarakat Indonesia terkait barang-barang bekas atau *second hand product*. Ketika saat ini industri otomotif, dalam hal ini mobil, mengalami kemunduran di sisi penjualan, ternyata tidak demikian dengan penjualan mobil bekas yang memanfaatkan iklan baris OLX. Sementara itu, layanan berbayar yang mulai diluncurkan OLX kepada penjual juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Jumlah penjual yang telah memanfaatkan layanan premium ini naik sebanyak 80% dan pendapatan pun diperkirakan juga mengalami peningkatan.

<https://dailysocial.id/post/olx-indonesia-ungkap-pencapaian-dan-tren-pengguna-di-kuartal-pertama-2016>

Berikut ini adalah traffic perkembangan penjualan OLX.co.id :



Gambar 3.3 Traffic penjualan *OLX.co.id* periode oktober 2016 – juli 2017

(sumber : www.alexacom)

b. Tokopedia.com

PT Tokopedia mendapatkan seed funding (pendanaan awal) dari PT Indonusa Dwitama pada tahun 2009. Kemudian pada tahun-tahun berikutnya, Tokopedia kembali mendapatkan suntikan dana dari pemodal ventura global seperti *East Ventures*, *Cyber Agent Ventures*, *Netprice*, dan *SoftBank Ventures Korea*. Hingga pada Oktober 2014, Tokopedia berhasil mencetak sejarah sebagai perusahaan teknologi pertama di Asia Tenggara, yang menerima investasi sebesar USD 100 juta atau sekitar Rp 1,2 triliun dari *Sequoia Capital* dan *SoftBank Internet dan Media Inc.* Pada tanggal April 2016, Tokopedia kembali dikabarkan mendapatkan investasi sebesar USD 147 juta atau sekitar Rp 1,9 triliun Pada bulan Agustus 2017, Tokopedia menerima investasi sebesar USD 1.1 milyar dari Alibaba. Ini memberikan Alibaba kemampuan untuk berekspansi ke Indonesia, khususnya lebih dalam di Asia Tenggara, setelah perusahaan tersebut sebelumnya membeli saham Lazada. Berkat peranannya dalam mengembangkan bisnis online di Indonesia, PT Tokopedia berhasil meraih penghargaan *Marketeers of the Year 2014* untuk sektor *E-Commerce* pada acara *Markplus Conference 2015* yang digelar oleh *Markplus Inc* tanggal 11 Desember 2014. Pada tanggal 12 Mei 2016, Tokopedia terpilih sebagai *Best Company in Consumer Industry* dari *Indonesia Digital Economy Award 2016*.

<https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>

Berikut ini adalah traffic perkembangan penjualan Tokopedia.com :

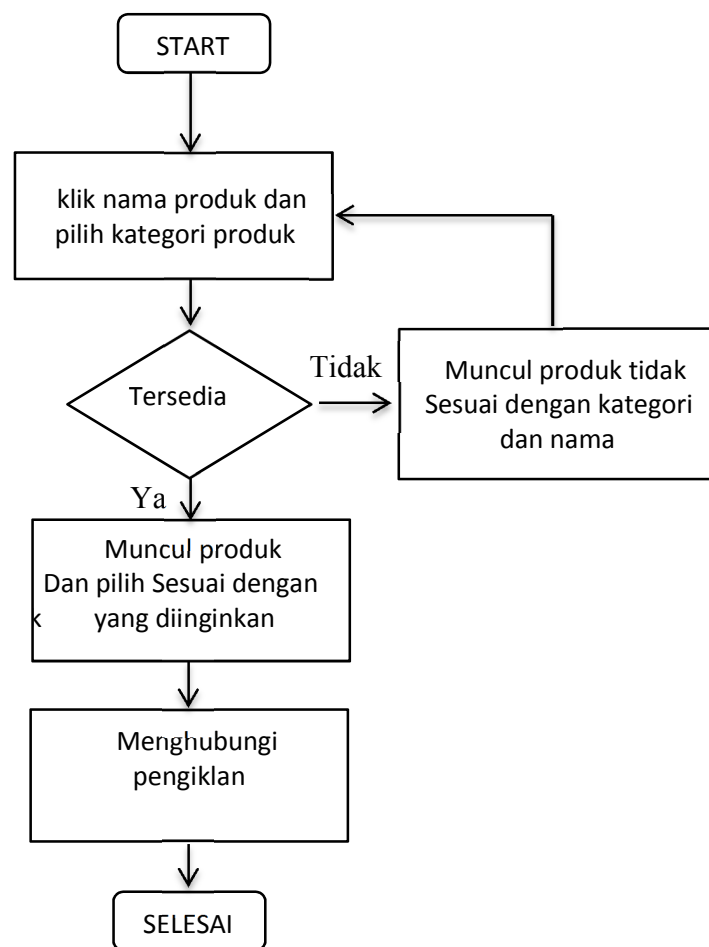


Gambar 3.4. Traffic penjualan *Tokopedia.com* periode oktober 2016 – juli 2017

(sumber : www.alexacom)

B. Alur Sistem

1. Alur transaksi pembelian OLX.co.id



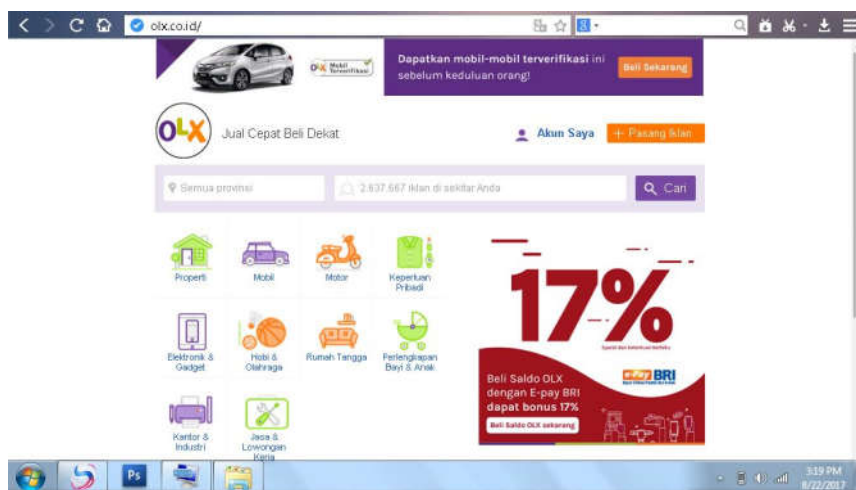
3.5. Gambar alur sistem pembelian OLX.co.id

(sumber www.olx.co.id)

Dari alur transaksi pembelian OLX.co.id diatas maka tahapannya dapat dijelaskan sebagai berikut :

a) *Start*

Masuk ke alamat www.olx.co.id lalu akan tampil jendela *OLX.co.id*



Gambar 3.6. Tampilan awal OLX

b) *klik* nama produk dan *klik* kategori produk

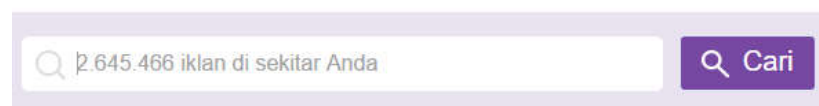
klik nama produk atau bisa langsung *klik* kategori barang yang di inginkan.



Gambar 3.7. Tampilan kategori OLX.co.id

c) *Search*

klik *search* untuk mencari barang yang dibutuhkan.



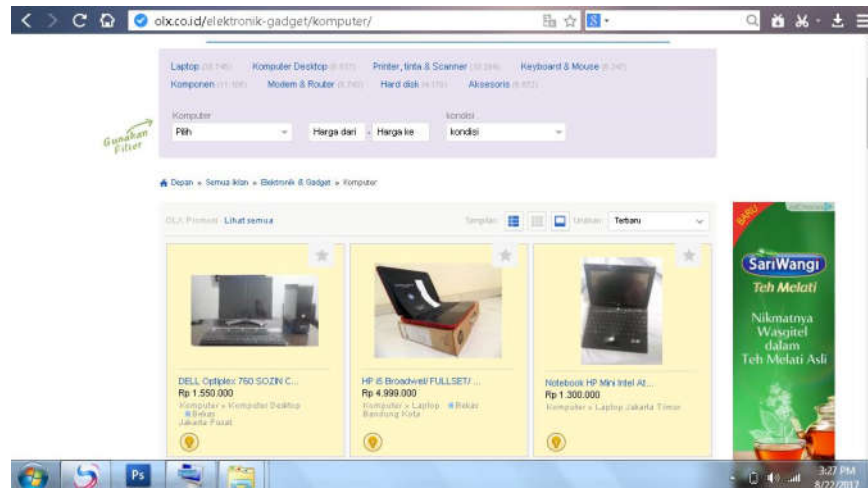
Gambar 3.8. Tampilan search atau pencarian barang

d) Muncul produk tidak sesuai dengan katagori dan nama

Jika pencarian tidak ada atau tidak ditemukan, kembali menetik dan *search* nama barang yang sesuai.

e) Muncul produk dan pilih sesuai dengan produk yang diinginkan

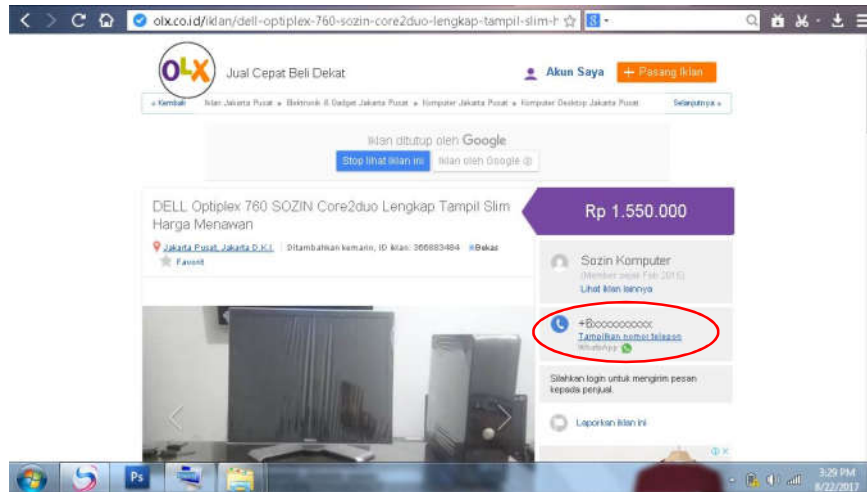
Ketika sudah muncul produk yang dicari, maka pembeli memilih barang sesuai keinginan.



Gambar 3.9. Tampilan produk di OLX.co.id

f) Menghubungi pengiklan

Setelah melihat barang yang diinginkan bisa langsung menghubungi pengiklan lewat *telephone*, *whatsapp*, atau *SMS*.

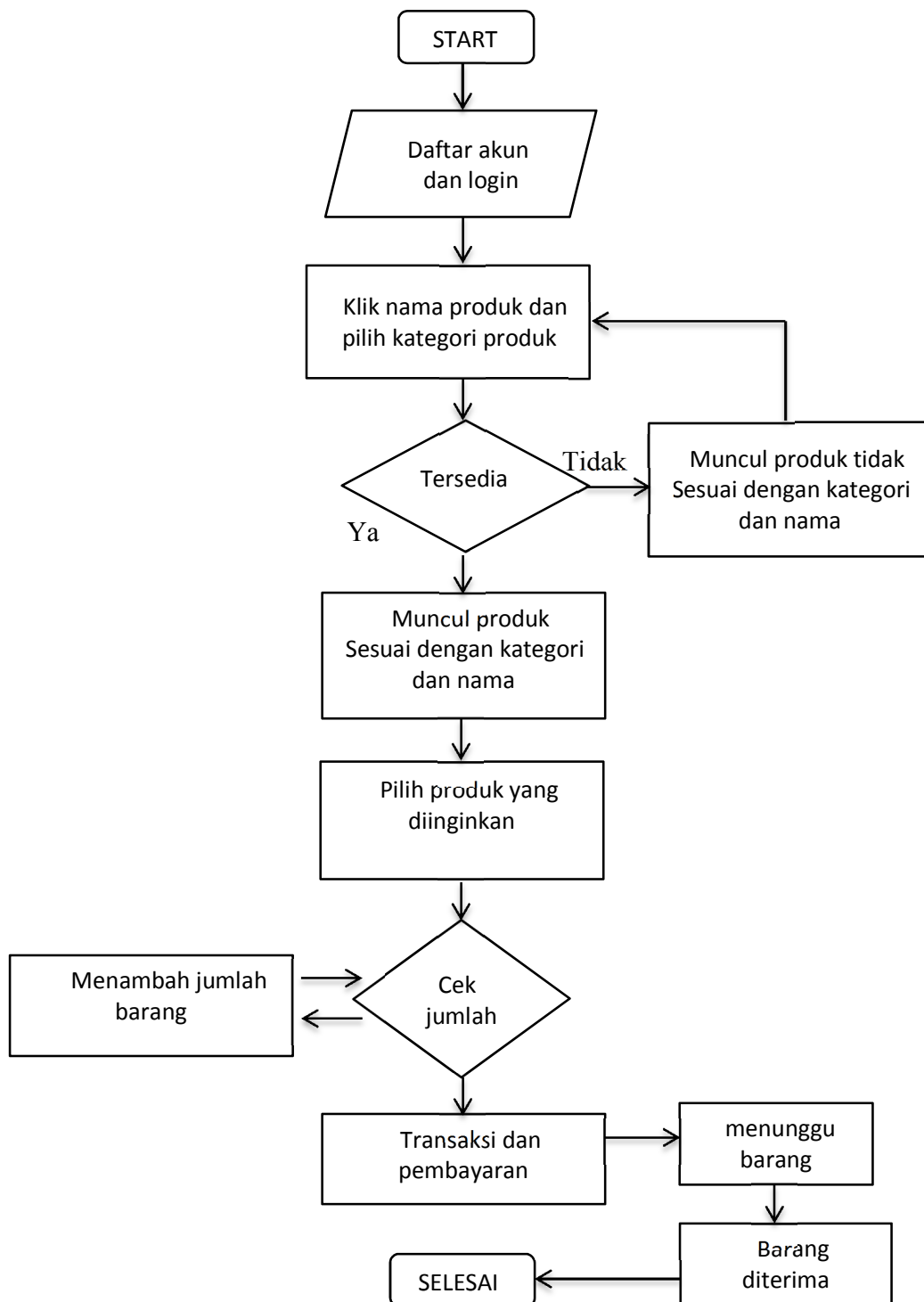


Gambar 3.10. Tampilan nomor *telephone* pengiklan

g) Selesai

Ditahap ini berarti pembeli sudah melakukan semua tahapan diatas dan selesai.

2. Alur transaksi pembelian Tokopedia.com



Dari alur transaksi pembelian Tokopedia.com diatas maka tahapannya dapat dijelaskan sebagai berikut :

a) *Start*

Masuk ke alamat *www.tokopedia.com* lalu akan tampil jendela *Tokopedia.com*



Gambar 3.12. tampilan awal masuk tokopedia.com

b) *Daftar akun dan login*

Pada tampilan awal Tokopedia.com pembeli bisa mendaftarkan akun atau data diri pembeli, tujuannya agar transaksi barang yang sudah dipesan pembeli dapat menerima konfirmasi pengiriman barang dari Tokopedia.com melalui email.

tokopedia
DAFTAR DI TOKOPEDIA

Sudah punya akun Tokopedia? Masuk [di sini](#)

atau

f Daftar Dengan Facebook

G Daftar Dengan Google

Y! Daftar Dengan Yahoo

Daftar

Nama Lengkap

Nomor Telepon

Pastikan nomor ponsel Anda aktif untuk keamanan dan kemudahan transaksi.

Email

Alamat Email harus diisi.

Kata Sandi

Minimal 8 karakter

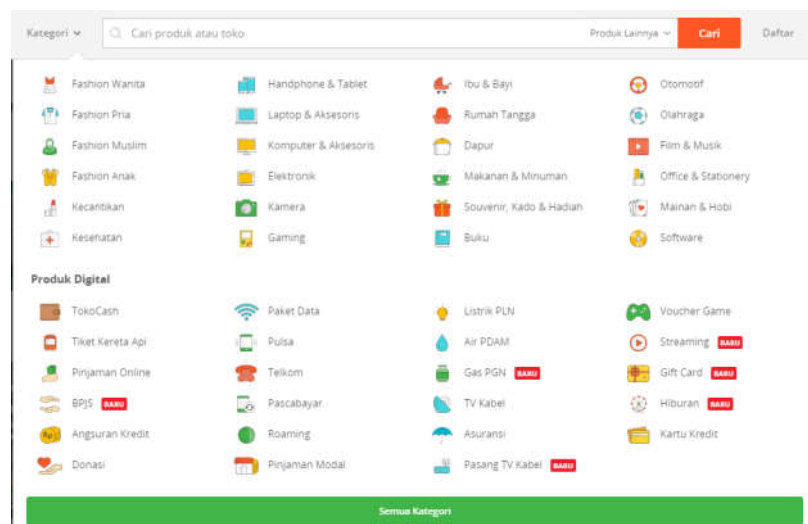
Daftar Akun

Dengan menekan Daftar Akun, saya menginformasi telah menyetujui [Syarat dan Ketentuan](#) serta [Kebijakan Privasi](#) Tokopedia.

Gambar 3.13 tampilan daftar akun dan *login*

c) Klik nama produk dan pilih kategori produk

klik nama produk atau bisa langsung pilih kategori barang yang di inginkan.



Gambar 3.14 tampilan kategori barang

d) Tersedia

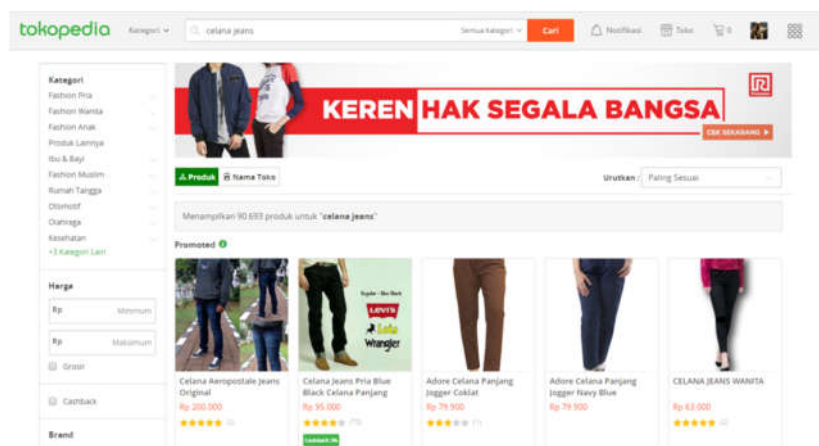
klik tersedia untuk mencari barang yang dibutuhkan.

e) Muncul produk tidak sesuai dengan kategori dan nama

Jika pencarian tidak ada atau tidak ditemukan, kembali mengetik dan *search* nama barang yang sesuai.

f) Muncul produk dan pilih sesuai dengan produk yang diinginkan

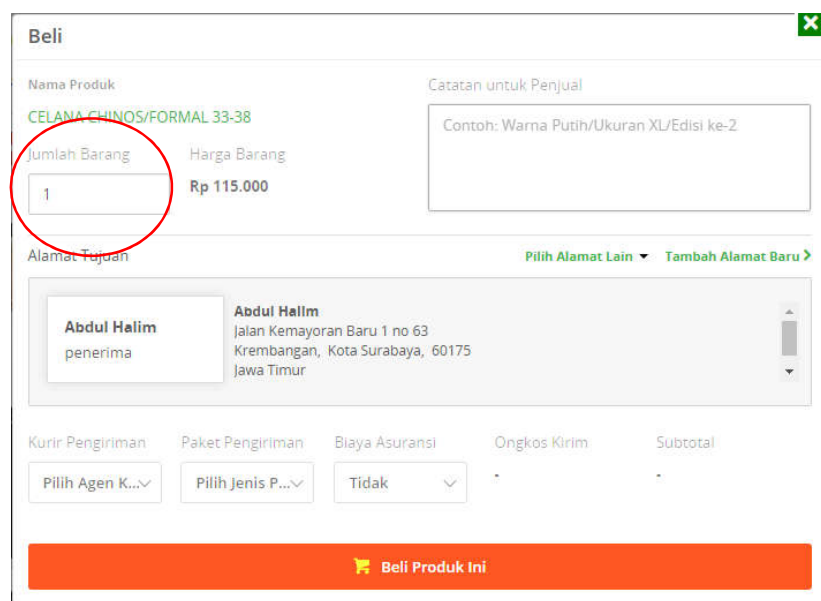
Ketika sudah muncul produk yang dicari, pilih produk yang ingin di beli.



Gambar 3.15 tampilan produk yang diinginkan

g) Cek stok barang

Stok barang dapat di lihat pada halaman detail barang, di bawah tulisan harga barang. Tetapi jika ingin memastikan stok barang, bisa menanyakan langsung ke pengiklan melalui fitur kirim pesan.



Beli

Nama Produk: CELANA CHINOS/FORMAL 33-38

Catatan untuk Penjual: Contoh: Warna Putih/Ukuran XL/Edisi ke-2

Jumlah Barang: 1

Harga Barang: Rp 115.000

Alamat Tujuan: Abdul Halim penerima, Jalan Kemayoran Baru 1 no 63, Krembangan, Kota Surabaya, 60175, Jawa Timur

Kurir Pengiriman: Pilih Agen K...
Paket Pengiriman: Pilih Jenis P...
Biaya Asuransi: Tidak
Ongkos Kirim: *
Subtotal: *

Beli Produk Ini

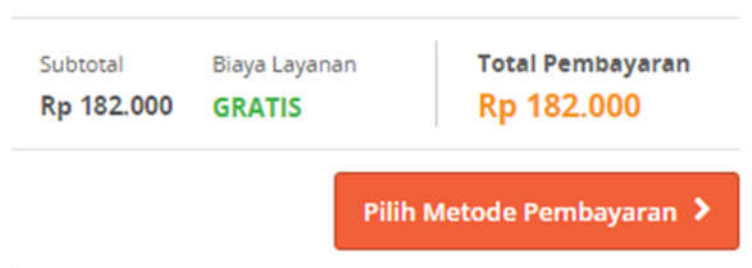
Gambar 3.16 tampilan cek stok barang

h) Penambahan jumlah barang

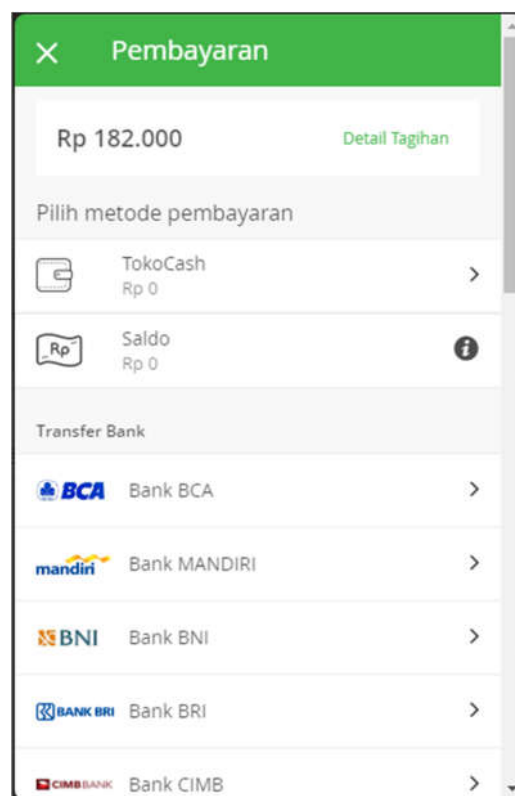
Pembeli bisa menambah jumlah barang yang diinginkan apabila barang yang mau di beli lebih dari satu item.

i) Transaksi dan pembayaran

Setelah melakukan transfer, pembeli harus melakukan konfirmasi pembayaran, agar pembayaran pembeli bisa segera diverifikasi dan pesanan langsung diteruskan ke penjual.



Gambar 3.17 tampilan transaksi dan pembayaran



Gambar 3.18 tampilan pembayaran dan opsi transfer rekening

j) Menunggu barang dikirim

Disini pembeli menunggu barang dan bisa melihat langsung tahapan proses pengiriman barang di *Tokopedia.com*

k) Terima barang

Pembeli sudah menerima barang dan mengkonfirmasi ke *Tokopedia.com*

l) Selesai

Setelah pembeli mengkonfirmasi barang diterima berarti proses selesai.

C. Pembahasan

1. Kategori Barang

a. OLX.co.id

Untuk Perbandingan kategori barang antara OLX.co.id dan Tokopedia.com terlihat sangat signifikan kategori yang ada pada OLX.co.id, karena di OLX.co.id barang yang ditawarkan tergolong sedikit dibandingkan dengan Tokopedia.com. Berikut ini adalah pembahasan umum kategori di OLX.co.id :

1) Mobil

Memuat iklan mobil bekas atau baru dengan berbagai merk dan tipe, yang dilengkapi dengan spesifikasi tahun maksimum dan minimum, bahan bakar (*solar, premium, atau pertamax*), transmisi (manual atau *automatic*).

2) Motor

Memuat iklan motor baru atau bekas dengan berbagai merk dan tipe, dilengkapi dengan spesifikasi tahun motor dengan harga maksimum dan minimum.

3) Properti

Memuat iklan rumah dan apartemen baru atau bekas dengan ukuran bermacam-macam serta iklan tanah dengan ukuran panjang dan lebar bervariasi.

4) Keperluan Pribadi

Memuat iklan tentang keperluan pribadi pria dan wanita mulai dari pakaian berbagai jenis dan model sampai dengan penawaran jasa perawatan.

5) Elektronik & Gadget

Memuat iklan barang elektronik dan *gadget* bekas dan baru berupa :

- a) Handphone
- b) Tablet
- c) Aksesoris HP & Tablet
- d) Fotografi
- e) Elektronik Rumah Tangga
- f) Games & Console
- g) Komputer
- h) Lampu
- i) TV & Audio, Video

6) Hobi & Olahraga

Dalam kategori ini terdapat :

- a) Alat-alat Musik
- b) Olahraga
- c) Sepeda & Aksesoris
- d) Handicrafts
- e) Barang Antik
- f) Buku & Majalah
- g) Koleksi
- h) Mainan Hobi

i) Musik & Film

j) Hewan Peliharaan

7) Rumah Tangga

Dalam kategori ini terdapat :

a) Makanan & Minuman

b) Furniture

c) Dekorasi Rumah

d) Konstruksi dan Taman

e) Jam

f) Lampu

g) Perlengkapan Rumah

8) Perlengkapan Bayi & Anak

Dalam kategori ini terdapat :

a) Pakaian

b) Perlengkapan Bayi

c) Perlengkapan Ibu Bayi

d) Boneka & Mainan Anak

e) Buku Anak-anak

f) Stroller

9) Kantor & Industri

Dalam kategori ini terdapat :

- a) Peralatan Kantor
- b) Perlengkapan Usaha
- c) Mesin & Keperluan Industri
- d) Stationery

10) Jasa & Lowongan Kerja

Dalam kategori ini terdapat :

- a) Lowongan
- b) Cari Pekerjaan
- c) Jasa

b. Tokopedia.com

Seperti pembahasan sebelumnya mengenai perbandingan kategori barang OLX.co.id dan Tokopedia.com, dimana Tokopedia menawarkan iklan yang sangat banyak. Berikut adalah pembahasan secara umum kategori barang Tokopedia.com :

1) Fashion Pria

Memuat iklan tentang fashion pria yaitu :

- a) Outerwear
- b) Atasan
- c) Jam Tangan

d) Aksesoris

e) Tas

f) Sepatu

g) Celana

h) Batik Pria

2) Fashion Wanita

Memuat iklan tentang :

a) Outerwear

b) Perlengkapan Couple

c) Atasan

d) Jam Tangan

e) Setelan

f) Dress

g) Sepatu

h) Tas

i) Celana

j) Aksesoris

3) Fashion Anak

Memuat iklan tentang :

a) Pakaian Anak Laki-Laki

b) Pakaian Anak Perempuan

c) Pakaian Pria

d) Pakaian Wanita

e) Sepatu Anak Laki-laki

4) Olahraga

Memuat iklan tentang :

a) Sepak Bola & Futsal

b) *Outdoor Sport*

c) Renang & *Diving*

d) *Gym & Fitness*

e) Olahraga Lainnya

f) Basket

g) Aksesoris Olahraga

h) *Airsoft Gun*

i) Sepeda

5) Handphone & Tablet

Memuat iklan diantaranya :

a) Aksesoris Handphone

b) Aksesoris Tablet

6) Buku

Memuat iklan diantaranya :

a) Hobi

b) Agama & Filsafat

2. Keterbatasan

a. OLX.co.id

1) Kelebihan

OLX Indonesia menyediakan berbagai pilihan barang dan jasa, baik baru maupun bekas, dan bermacam alternatif yang mencakup seluruh daerah di Indonesia. Selain itu, apabila ingin melakukan kontak dengan penjual yang memasang iklan di OLX Indonesia, tidak diharuskan untuk registrasi terlebih dahulu. Situs ini juga menyediakan tab spesifikasi produk atau jasa yang dibutuhkan, seperti *merk*, tipe, tahun maksimum dan minimum, serta harga maksimum dan minimum. OLX Indonesia juga tersedia dalam bentuk *Mobile Version* dan *Official Application for Android*. Tidak ada biaya untuk pemasangan iklan, kecuali apabila meminta layanan promosi tambahan (*promo point*) untuk iklan-iklan yang dipasangkan. Biaya yang dikenakan tersebut hanya bersifat “dianjurkan” bukan “diharuskan”. Jadi, apabila tidak ingin menggunakan layanan promosi tambahan, pelanggan tidak perlu membayar.

2) Kekurangan

- a) Pembeli harus sangat teliti.
- b) Harga dibanding-bandingkan.
- c) Masa tayang iklan terbatas.

- d) Konsumen suka menelepon.
 - e) Banyaknya penipuan.
- b. Tokopedia.com
- 1) Kelebihan
 - a) Kelebihan pertama yang dimiliki tokopedia adalah penampilannya yang ringan dan segar.
 - b) Selain itu, situs ini juga bersifat gratis dan tidak berbayar.
 - c) *Loading site* terhitung ringan, khususnya pada halaman-halaman toko dan produk.
 - d) Bagian daftar produk sangat jelas, kategori yang bervariasi, serta adanya fitur harga grosir.
 - e) Adanya fitur *pre-order* untuk produk yang harus di *import*, karena proses ini biasanya akan memakan waktu yang lebih lama.
 - f) Adanya fitur estimasi total yang harus dibayar, seperti total harga produk (berlaku kelipatan) dan estimasi ongkos kirim hingga jasa ekspedisi yang tersedia.
 - g) Transfer dana yang relatif cepat dengan rata-rata 2 hingga 3 jam, dan maksimum mencapai waktu 4 jam untuk transfer ke bank-bank besar.
 - h) Waktu proses pesanan memiliki waktu yang lebih leluasa, yakni berkisar 5 hingga 7 hari semenjak *invoice* masuk.

- i) Keamanan cukup baik karena adanya penggunaan kode OTP (*One Time Password*).
- j) Memiliki *blog* yang berisikan beragam tips dan juga informasi yang bermanfaat untuk penjualan dan optimasi toko *online* milik pembeli.

2) Kekurangan

- a) *Website* dan aplikasi Tokopedia kerap mengalami error.
- b) Terlalu sering *maintenance*, sehingga kerap membuat pengunjung merasa kesal.
- c) *Error pasca maintenance*, efeknya bisa sampai 1 hingga 2 hari dengan keluhan yang bermacam-macam.
- d) Tidak adanya fitur *blacklist* untuk buyer atau pembeli.
- e) Sering terjadi perang harga, membanderol produk dengan harga dengan kisaran yang sangat murah. Sehingga memberikan peluang yang sangat kecil pada produk untuk laku dengan kisaran harga yang relatif tinggi.
- f) Peluang barang lebih banyak laku pada *member Gold Merchant* masih tidak optimal. Hanya memberikan kesan eksklusif dan memiliki tampilan yang sedikit berbeda dari member biasa.

- g) *Fitur* pengelola stok barang masih dirasa kurang optimal, karena saat ada pembeli yang tengah menunggu pembayaran, stok produk tidak secara otomatis berkurang.
- h) Tidak memiliki *fitur* diskon yang terbatas waktu.