JURNAL ORGANISASI DAN MANAJEMEN BISNIS LOGISTIK

Jurnal Organisasi dan Manajemen Bisnis Logistik Vol 01, No.03. (2023), pp. 245-255

IMPLEMENTASI B2C PADA SHOPEE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN

B2C IMPLEMENTATION ON SHOPEE FOR INCREASE SALES

[1]Zaizafun Sabrina Thalia Bilqis, [2]Dewi Ningrum

Program Studi Bisnis Logistik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran Jl.Raya Bandung Sumedang KM.21, Hegarmanah,Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363

corresponding e-mail: Zaizafun19001@mail.unpad.ac.id

ABSTRACT

The change in the habits of people who previously bought goods directly to buy goods online had a positive impact on the increase in sales in the company. This change is one of the goals of this study to find out how to implement B2C on shopee to increase sales. The research method used is a literature study method. From the data obtained, it can be seen that the development of sales on Shopee is growing rapidly from year to year. This is supported because of the pandemic, so that people use e-commerce more to get the goods they need. This increase in sales has a very good impact on sellers on e-commerce, the more e-commerce users have a good impact on sellers. The use of E-commerce in the millennial era has a very positive impact on large businesses and MSMEs, therefore the author strongly recommends using e-commerce as a place to buy and sell at a very minimal cost.

Keywords : *E-Commerce, Shopee, B2C, Sales, Implementation*

ABSTRAK

Perubahan pada kebiasaan masyarat yang sebelumnya membeli barang secara langsung menjadi membeli barang secara online yang memberikan dampak positif pada kenaikan penjualan pada perusahaan. Perubahan tersebut menjadi salah satu tujuan dari penelitian ini untuk mencari tahu bagaimana implementasi B2C pada shopee guna meningkatkan penjualan. Metode penelian yang digunakan adalah metode studi pustaka. Dari data yang didapat, bisa di lihat perkembangan penjualan pada Shopee ini berkembang secara pesat dari tahun ke tahun. Hal ini di dukung karena terjadinya pandemi, sehingga orang-orang lebih banyak menggunakan e-commerce untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan. Kenaikan penjualan ini sangat berdampak baik untuk para penjual pada e-commerce, semakin banyak pengguna e-commerce semakin berdampak baik pada penjual. Penggunaan *E-commerce* pada era milenial sangat memberikan dampak positif bagi bisnis besar maupun UMKM, maka dari itu penulis sangat menyarankan untuk menggunakan e-commerce sebagai wadah jual beli dengan biaya yang sangat minim.

Kata kunci : E-Commerce, Shopee, B2C, Penjualan, Implementasi

A. PENDAHULUAN

Pada era milenial masyarakat tidak dapat terpisahkan dari internet, perkembangan internet yang pesat membuat informasi lebih cepat diterima oleh masyarakat. Dengan perubahan perilaku ini telah merubah konsep dan model bisnis terutama dalam menciptakan, memasarkan serta mendistribusikan produksehingga dapat diterima oleh masyarakatlebih mudah dan lebih cepat. Di Indonesia jumlah pengguna internet pertanggal 20 januari 2022 sudah mencapai 202,35 juta orang, jumlah ini sudah mencapai 76,8 persen dari jumlah penduduk Indonesia (Dermawan,2022). Perkembangan padaTeknologi informasi telah mendominasi seluruh kegiatan yang ada karena penggunaan internet yang menggunakan untuk dunia maya sehingga memberikan kemajuan disegala bidang tidak terkecuali E-Commerce yang menyebabkan Sistem penjualan berevolusi dari konvensional menjadi digital hal ini memberikan banyak keuntungan bagi produsen maupun konsumen.

B2C *E-commerce* adalah *E-Commerce* antara perusahaan dan konsumen, termasuk pencarian informasi oleh pelanggan, pembelian barang fisik/ tangible (buku, elektronik, komputer dll) atau informasi(konten digital sperti software, ebook, hak akses, dll) dan pengiriman produk melalui jaringan elektronik. B2C *E-commerce* menjadi model bisnis yang sangat efisien, dikarenakan dapat mengurangi hambatan biaya, contohnya biaya maintenance website jauh lebih murah daripada toko fisik dan memudahkan pelanggan memilih serta membandingkan produk.

E-Commerce akhir-akhir ini menjadi marak dan memicu munculnya perusahaan yang menawarkan barang dagangannya didalam *website* maupun sosial media. Sebagai salah satu contohnya adalah Lazada, Buka Lapak, dan lain sebagainya. Dengan adanya*E-Commerce* ini semua orang bisa melakukan transaksi tampa harus bertemu langsung. Selain itu *E-commerce* ini memudahkan pelanggan mendapatkanbarang yang dibutuhkan sedangkanperusahaan mudah untuk menjual produk nya kepada berbagai pihak. Dampak positifdari *E-commerce* ini banyak di rasakan olehberbagai pihak, terlebih oleh perusahaan. Dampak pada perusahaan tersebut dirasakan pada lonjakan penjualan produk.

Penelitian ini dilakukan pada salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia yaitu Shopee. Penelitian ini dilakukan karena adanya fenomena kenaikan penggunaan *e-commerce* dalam kegiatan jual beli barang serta berubahnya kebiasaan masyarakat dalam membeli kebutuhan sehari-hari yang sebelumnya pembelian barang tersebut dilakukan secara langsung ke mall, pasar menjadi *online* melalui *e-commerce*.

B. Tinjauan Pustaka

Pengertian E-commerce

E-commerce merupakan suatu cara berbelanja secara online yang memangseiring dengan kehadiran internet dalam kehidupan kita. Banyak orang mendapatkan manfaat kemudahan berbisnis melaluimedia internet. Menurut Mc Leod andSchell, e-commerce dan e-business, pada prinsipnya merupakan kegiatan bisnis dan teknologi internet sebagai prasarana dasarnya. Sesungguhnya e-commerce dan e-business bukan hanya berbasis teknologiinternet, melainkan dapat pula berbasisteknologi jaringan telekomunikasi lainnya,misal extranet atau EDI, *Value AddedNetwork* (VAN), dan *direct connectivity* untuk komunikasi data (Widiana Muslichah Erma, 2014). E-Commerce merupakanproses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui internet (Commerce-net) dan sejenis mekanisme bisnis electronik dengan focuspada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagaimedia pertukaran barang atau jasa baikantar instansi atau individu dengan instansi. Widharta & Sugiharto(2013). *Selling* adalah kegiatan yang dimaksudkanuntuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi arahan sehingga pemenuhankebutuhannya sesuai dengan produk yang ditawarkan serta menyepakati harga yang saling menguntungkan.

Menurut Dharmmesta, 2016, dalam(Sumarsid & Paryanti 2019) menyebutkan beberapa faktor yang dapat memberikan pengaruhnya pada kegiatan penjualan adalah;

1. Faktor situasi serta kemampuan yang merupakan pemahaman terhadap beberapa masalah pentimg terkait dengan barang yang dihasilkan, kuantitasnya, dan sifat sales yang meliputi keberagaman serta karaktersitik produk yang dijual. nilai jual barang, dan beberapa ketentuan dalam proses pembayaran serta pengiriman
2. Faktor kondisi pasar yang dapat mempengaruhi aktivitas transaksi baik sebagai pembeli maupun sebagai penjual, Faktor modal atau dana yang sangat dibutuhkan dalam aktivitas usaha mupun memperbesar perusahaan
3. Faktor organisasi perusahaan dimana setiap kegiatan dikerjakan oleh ahlinya.
4. Adapun Faktor lainnya adalah seperti iklan, peragaan, promosi dan pemeberian bonus untuk menarik pembeli membeli kembali.

Berdasarkan Irawan (2017) tentang perancangan *electronic commerce* berbasis B2C pada toko ATK Sindoro. Penelitian ini menggunakan metode RUP, bahasa pemrograman dan *database* yang digunakan pada pembuatan sistem ini adalah PHP dengan MySQL. Dengan adanya sistem ini memudahkan proses penjualan dan transaksi pemesanan konsumen (Ahmad Mustofa 2015; Wulandari 2015).

Kenneth C. Laudon (2005) Irawan, Rahsel, dan Udin (2017) menggolongkan E-Commerce

dalam kategori:

1. *Business to Bussinnes* (B to B), pada umumnya e-commerce yang banyak diimplementasikan merupakan tipe B to B.E-Commerce type ini dilakukan di pasar elektronik meliputi IOS serta transaksi antar organisasi.
2. *Business to Consumers* (B to C), adalah transaksi yang dilakukan dengan cara eceran antara organisasi dan konsumen perorangan.
3. *Consumers to Consumers* (C to C), yang merupakan transaksi secara langsung antarakonsumen yang satu dengan konsumen lainnya.
4. *Consumer to Business* (C to B), yang merupakan transaksi antara konsumen perorangan dengan suatu organisasi.
5. *Non business e-commerce*, yaitu lembaga nonbisnis seperti lembaga perguruan tinggi,lembaga keagamaan, lembaga sosial, serta lembaga-lembaga pemerintah lainnya yangmemanfaatkan e-commerce.

Kelebihan E-Commerce

Kelebihan pada e-commerce ini dilihat dari 3 pihak yang diuntungkan yaitu sebagai berikut :

1. Kelebihan bagi organisasi
   a. Dapat memperluas pemasaran secara goblalbahkan internasional
   b. Mengurangi biaya pembuatan,pendistribusian, pengambilan, danpengelolaan
   c. Meningkatkan nama Brand milik perusahaan
   d. Dapat memberikan layanan yang lebih baikkepada pelanggan
   e. Mempercepat dan efisiensi proses bisnis
2. Kelebihan bagi pelanggan
   a. Pelanggan dapat memperoleh atau membelisuatu barang pada waktu yang lebih fleksible (dimanapun dan kapanpun)
   b. Pelanggan mendapatkan berbagai plihan dalam membeli barang
   c. Pelanggan lebih mudah membandingkan suatu harga barang satu dengan yanglainnya.
   d. Pelanggan lebih mudah melihat riview dari pelanggan lain untuk meyakinkan dalam pembelian suatu barang
   e. Pelanggan bisa mendapatkan informasiyang lebih tepat

Keunggulan B2C

1. Reach yang lebih luas. Pada bisnis dengan konsep B2C memiliki jangkauan yang lebihluas karena banyak pilihan pelanggan yangbisa di jadikan target, terutama penjualan secara *online*.

2. Biaya lebih rendah. Penjualan melalui B2Cyang melibatkan secara langsung seoranpenjual dengan pelanggannya tentumengurangi biaya tambahan yangdibutuhkan oleh sebuah bisnis, selain itu keuntungan yang diperoleh penjual akanlebih besar jika penjual berinteraksi secara langsung dengan penjual dibandingkanpenjual harus berinteraksi terlebih dahulu dengan reseller.

Jenis – jenis B2C

1. Penjualan secara langsung. Dalam konsep B2C model penjualan langsung adalah yang paling umum, di mana orang bisa membelibarang langsung dari penjual.

2. Perantara online. Perantara online adalah jenis penjualan langsung yang dilakukan secara online melalui layanan perantara, jenis ini mempunyai fungsi yang sama seperti broker. Penyedia layanan perantara ini akan mendapatkan keuntungan dari setiap penjualan yang dilakukan oleh penjual. Contoh dari penjualan dengan perantara online ini adalah e-commerce, dan marketplace.

3. B2C berbasis iklan. B2c dengan model berbasis iklan ini adalah seperti websiteatau toko e-commerce yang membuat konten lebih berkualitas untuk meningkatkan *traffic website*, yang dimana*website* dengan *traffic* yang tinggi akan dimanfaatkan perusahaan untuk menjual

4. B2C berbasis biaya. Model dari B2Cberbasis biaya adalah bisnis yangmenawarkan suatu layanan, produk dan manfaat bagi para konsumennya dengan imbalan biaya untuk setiap individu yang bergabung. Salah satu contoh dari jenis B2C berbasis biaya ini adalah bisnis MLM(Multi Level Marketing) yang dimanapelanggan akan diberikan sebuah hadiah(bisa berupa saldo atau koin jika pada e- commerce) untuk setiap anggota yangbergabung melalui undangan member.

5. B2C berbasis komunitas online. B2C juga bisa dilakukan melalui komunitas online, model bisnis B2C ini memang memilikikemiripan dengan model perantara online. Perbedaannya model ini dengan model perantara online adalah jika model perantara online memberikan keuntungan berupa uang, model B2c komunitas online ini menawarkan produk dan jasa ke komunitas online, yang dimana pada komunitas online ini banyak diskusi yang terjadi antar individu atau kelompok. Pengguna komunitas online juga beragam dengan berbagai usia dan gender.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi pustaka (*library research*) yaitu metode pengumpulan data dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian. Berbagai data yang berhubungan dengan topik penelitian akan dikumpulkan dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan berbagai riset yang sudah pernah dilakukan. Beberapa data dari berbagai referensi tersebut selanjutnya dianalisis secara kritis dan mendalam agar didapatkan data yang sesuai dengan topik penelitian.

Observasi

Observasi digunakan untuk melihatdan mengamati perubahan fenomena- fenomena sosial yang tumbuh dan berkembang yang kemudian dapat dilakukan perubahan atas penilaian tersebut, bagi pelaksana observasi untukmelihat obyek moment tertentu, sehingga mampu memisahkan antara yang diperlukan dengan yang tidak diperlukan. (Margono 2007:159).

D. Hasil Penelitian

Implementasi B2C

1. Syarat mendaftarkan toko pada Shopee mall

a. Tipe usaha Anda harus berupa PT, CV, Distributor Firma, Koperasi, Persekutuan Perdata, Persekutuan Umum, Persero, Usaha Dagang, atau Individual
b. Pengusaha juga harus memperhatikan tipe merek yang dijual
c. Melengkapi beberapa dokumen, seperti KTP, NPWP, NIB (Nomor Induk Berusaha)/SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), HKI (Hak Merek Dagang), Surat Resmi Penunjukan Distributor (Khusus Distributor), Sertifikat BPOM
d. Penjual Shopee Mall juga harus memperhatikan persyaratan operasional seperti: toko memiliki >= 25 produk, toko memiliki persentase chat dibalas >= 75%, toko memiliki penilaian >= 4.5, toko memiliki >= 1 pesanan Toko memiliki tingkat pesanan tidak terselesaikan (Non-Fulfillment Rate/NFR) <= 5%, toko memiliki tingkat keterlambatan pengiriman (Late Shipment Rate/LFR) <= 5%, toko memiliki jumlah produk Pre-order <20% dari total produk Toko tidak memiliki poin penalti. Mengikuti standarisasi daftar produk Shopee Mall

2. Cara pendaftaran shopee mall

a. Mengisi formular https://seller.shopee.co.id/portal/os-onboarding.
b. Jika memenuhi kriteria, tim Shopee akan menghubungi melalui telepon maksimal 7 hari setelah pengisian formulir registrasi.
c. Jika berhasil, Anda akan diundang untuk melakukan latihan onboardi

3. Cara Menjual Barang

a. Membuat akun shopee

Gambar 1.Homepage Shopee
Sumber : https://bukuwarung.com/cara-jualan-di-shopee/

b. Membuka toko

Gambar 2. Profil Saller
Sumber : https://bukuwarung.com/cara-jualan-di-shopee/

Setelah memiliki akun, dan bisa membuka sebuah toko, langkah selanjutnya adalah sebagai berikut

a. Kunjungi situs shopee di peramban
b. Klik "**jual**" yang ada di bagian sudut kiri atas
c. Isi profil toko yang meliputi nama, deskripsi, foto profil, dan juga banner.

4. Cara mengunggah produk

Gambar 3. Halaman Penambahan produk baru
Sumber : https://bukuwarung.com/cara-jualan-di-shopee/

Masukan gambar yang dapat dilihat dengan jelas dan menarik bagi calon pembeli.

Isi detail produk yang Anda jual seperti nama produk, jenis, deskripsi, ukuran, merek, dan lain sebagainya. Shopee akan melakukan pemeriksaan produk yang jual dalam waktu 1 hari kerja.

5. Promosikan produk yang dijual

Gambar 4. Halaman promosi produk
Sumber : https://bukuwarung.com/cara-jualan-di-shopee/

Apabila proses verifikasi Shopee selesai dilakukan, produk Anda sudah bisa muncul di etalase toko. Hal berikutnya yang dapat dilakukan adalah melakukan promosi.

6. Cara mengirimkan barang
   a. Buka dan login di aplikasi atau halaman website khusus penjual /seller di shopee (seller.shopee.co.id)
   b. Pada halaman utama seller shopee silahkan klik menu **>Penjualan Saya** atau bisa juga dengan membuka menu **>Pengiriman Perlu Diproses**
   c. Daftar pesanan yang harus anda proses /kirim akan terlihat di halaman ini, silahkan klik tombol /tulisan **>Atur pengiriman**

Gambar 5. Halaman penjualan barang
Sumber : https://bukuwarung.com/cara-jualan-di-shopee/

   d. Akan muncul popup menu agar anda memilih cara pengiriman ke kurir. Silahkan pilih, apakah anda ingin antar paket yang dipesan ke counter J&T terdekat, atau meminta kurir J&T menjemput paket kiriman anda. Pada langkah ini saya memilih mengantar sendiri ke counter J&T tersdekat.
   e. Setelah memilih metode pengantaran, silahkan klik tombol **>Konfirmasi >Konfirmasi** agar sistem dapat membuat kode booking.
   f. Setelah kode booking muncul silahkan klik tombol **>Cetak Resi**

Gambar 6. Halaman pengiriman barang
Sumber : https://bukuwarung.com/cara-jualan-di-shopee/

g. Halaman resi akan terbuka di tab yang baru, silahkan cetak atau print resi tersebut (untuk nanti ditempelkan di paket)

Gambar 7. Contoh resi yang akan di print
Sumber : https://bukuwarung.com/cara-jualan-di-shopee/

7. Cara meningkatkan penjualan

a. Aktifkan fitur gratis ongkir

Shopee menyediakan fitur gratis ongkir dengan minimal belanja mulai dari Rp. 0 ; Rp. 30.000 ; dan Rp.200.000.

b. Perbanyak produk

Semakin banyak produk yang ada pada etalase toko, kemungkinan mendapatkan pembeli akan lebih besar

c. Perbanyak jumlah *followers*toko

Shopee menyediakan fitur *followers* dan *following* layaknya *social media* lainnya seperti *instagram* dan *twitter*. Hal ini sangat memperngaruhi peforma penjualan toko, semakin banyak pengikut atau *followers*, kemungkinan produk laku terjual akan lebih besar.

d. Ikuti program khusus dari shopee

Shopee menyediakan banyak program khusus untuk penjual, salah satunya adalah *flash sale*. *Flash sale* sendiri merupakan penjualan produk yang dilakukan dalam waktu singkat dan dengan harga yang telah didiskon

Riwayat Peningkatan Penjualan pada Shopee

Berikut adalah riwayat penjualan pada beberapa tahun terakhir

Tabel 1. Penjualan periode 2017-2021

No	Tahun	Penjualan
1	2017	1,5 miliar
2	2018	4,1 miliar
3	2019	4,9 miliar
4	2021	5,1 miliar

Sumber : google.com

Dari data yang didapat, bisa di lihat perkembangan penjualan pada Shopee ini berkembang secara pesat dari tahun ke tahun. Hal ini di dukung karena terjadinya pandemi, sehingga orang-orang lebih banyak menggunakan e-commerce untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan. Kenaikan penjualan ini sangat berdampak baik untuk para penjual pada e-commerce, semakin banyak pengguna e-commerce semakin berdampak baik pada penjual.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, dapat ditarik kesimpulan yaitu :

1. Sistem implementasi e-commerce yang digunakan shopee untuk meningkatkan penjualan terhadap konsumen dengan sistem yang mampu memasarkan produk secara global
2. Sistem implementasi e-commerce pada Shopee ini dapat membantu para pelaku konsumen melakukan pemesanan secara online dan pembayaran di tempat lain, sehingga pelaku usaha dapat memberikan pelayanan yang lebih cepat
3. Sisitem implementasi e-commerce ini sangat memudahkan para penjual untuk memasarkan produknya
4. Memudahkan admin dan penjual dalam pengelola data laporan penjualan yang mereka butuhkan

F. Daftar Pustaka

Darmawan, H. (2022, Januari Kamis, 20). penjualan produk atau jasa. Kemenkominfo Mencatat Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Mencapai 202,35 Juta Orang. Retrieved from Tribun Techno: sudah mencapai 202,35 juta orang Artikel ini telah tayang di Tribunnews.com dengan judul Kemenkominfo Mencatat Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Mencapai 202,35 Juta Orang,

Kenneth C. Laudon, J. P. (2005). Sistem InformasiManajemen Mengelola Perusahaan.

Sumarsid, &. P. (2019). Analisa Promosi Penjualan DanPeriklanan Terhadap Hasil Penjualan Air Mineral. Journal of Applied Business and Economics (JABE), 6, (1)

Widharta, W. &. (2013). Penyusunan Strategi1/20/kemenkominfo-mencatat-jumlah-pengIrawan, D. Y. (2017). Perancangan Electronic Commerce Berbasis B2C Pada Toko Atk Pada UKM Di Jawa Timur. *UBHARAManajemen Press*.

Wulandari, S. A. (2015). Sistem Informasi Penjualan Produk Berbasis Web Pada Chanel . *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 41-47.