



BUKU PANDUAN MARKETPLACE



Sabtarini Kusumaningsih
Joko Sutopo
Fenti Nurlaeli

**UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 28 TAHUN 2014
TENTANG HAK CIPTA**

**PASAL 113
KETENTUAN PIDANA
SANKSI PELANGGARAN**

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Buku Panduan Marketplace

Sabtarini Kusumaningsih

Joko Sutopo

Fenti Nurlaeli



Buku Panduan Marketplace

*Diterbitkan pertama kali dalam bahasa Indonesia
oleh Penerbit Global Aksara Pres*

ISBN: 978-623-5548-92-0

viii + 44 hal; 14x20 cm

Cetakan Pertama, Desember 2021

copyright © 2021 Global Aksara Pres

Penulis : Sabtarini Kusumaningsih
Joko Sutopo
Fenti Nurlaeli

Penyunting : Alaika M. Bagus Kurnia PS

Desain Sampul : Ahmad Afif Hidayat

Layouter : Isa Saburai

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dengan bentuk dan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

Diterbitkan oleh:



CV. Global Aksara Pres

Anggota IKAPI, Jawa Timur, 2021, No. 282/JTI/2021

Jl. Wonocolo Utara V/18 Surabaya

+628977416123/+628573269334

globalaksarapres@gmail.com

KATA PENGANTAR

Buku ini menawarkan solusi dengan mengkaji pengetahuan mengenai Marketplace. Materi yang disampaikan mencakup Definisi marketplace, jenis marketplace, Perbedaan Marketplace dengan E-Commerce, Perbedaan Marketplace dengan toko online, Mengenal Marketplace terbesar di Indonesia, 3 hal utama yang Ada di Marketplace, Keuntungan Menjual Barang di Marketplace, dan Kekurangan Menjual Barang di Marketplace.

Penulis memanjatkan segala puja-puji syukur ke hadirat Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia ilmu kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan buku ini. Ucapan terimakasih dan penghargaan tinggi kami sampaikan kepada penerbit dan segenap pihak yang kooperatif mendukung proses penyusunan buku, serta keluarga dan rekan yang telah memberikan masukan positif.

Penulis sangat menyadari bahwa buku ini masih jauh dari harapan ideal sehingga penulis mengharapkan berbagai



masuk dan rekomendasi konstruktif sebagai dasar untuk perbaikan di masa depan. Semoga buku ini bias menjadi ilmu bermanfaat serta dapat berkontribusi untuk kemajuan dunia pendidikan di Indonesia. Aaamiin.



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
1. Definisi Market Place.....	2
2. Jenis Marketplace.....	4
3. Perbedaan Marketplace dengan E-Commerce	11
4. Perbedaan Marketplace dengan Toko Online	13
5. Mengetahui Marketplace terbesar di Indonesia	15
a. Tokopedia	15
b. Bukalapak	21
c. Shopee.....	23
d. Lazada	25
e. Blibli.....	27
6. 3 hal utama yang Ada di Marketplace.....	31
a. Tidak perlu menyimpan stok	31
b. Mendapatkan lebih banyak kepuasan Pelanggan.....	32



c. Model bisnis yang ramping dan skalabel.....	33
7. Keuntungan Menjual Barang di Marketplace.....	35
8. Kekurangan Menjual Barang di Marketplace.....	38
9. Cara berjualan lewat marketplace	41
TENTANG PENULIS	44





BUKU PANDUAN MARKETPLACE



Sabtarini Kusumaningsih
Joko Sutopo
Fenti Nurlaeli



DEFINISI MARKETPLACE

Marketplace adalah istilah yang cukup populer di kalangan masyarakat. Dilihat dari arti katanya, marketplace merupakan tempat serupa pasar di mana seseorang bisa berjualan maupun membeli barang. Namun, benarkah begitu? Ya, 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. Singkatnya, penjual dan pembeli akan bertemu secara online di dalam website yang telah disediakan oleh pemilik marketplace. Setelah deal, pembeli akan melakukan pembayaran lalu barang akan dikemas dan dikirim oleh penjual.



Pengertian Marketplace menurut Para Ahli Dari banyaknya opini yang berkembang, setidaknya ada 3 pengertian marketplace menurut para ahli berikut ini.

1. Strauss

Marketplace adalah pemakaian data elektronik serta aplikasi perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, harga sebuah ide, distribusi barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang sesuai dengan tujuan.

2. Smith dkk

Online marketplace adalah penerapan teknologi digital sebagai sarana untuk mencapai tujuan pemasaran.

3. Opiida

Menurut Opiida, pengertian online marketplace adalah media online berbasis internet yang digunakan sebagai tempat transaksi bisnis, dimana pembeli bisa mencari penjual sebanyak mungkin sesuai kriteria dengan harga pasar.





JENIS MARKETPLACE

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

a. 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.

b. 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.

c. Marketplace Horizontal

Horizontal marketplace adalah website dan aplikasi yang menjual berbagai barang dan jasa dari beragam kategori. Biasanya, marketplace horizontal melabeli dirinya sebagai toko serba ada dengan mengandalkan kenyamanan sebagai nilai jual utamanya. Jenis marketplace horizontal menyediakan beraneka macam barang, mulai dari kosmetik, pakaian, makanan, minuman, elektronik, buku hingga perabot kebutuhan rumah tangga. Contoh marketplace horizontal buatan anak bangsa yang terkenal adalah Tokopedia dan Bukalapak

d. Marketplace Vertikal

Berbeda dengan jenis horizontal yang menawarkan berbagai macam produk, konsep vertikal marketplace adalah situs dengan spesialisasi tersendiri. Marketplace vertikal hanya akan memasarkan produk



dari satu kategori tertentu saja melalui situs webnya. Mengangkat konsep vertikal, salah satu contoh marketplace adalah Sociolla yang berfokus pada produk kosmetik dan perawatan tubuh.

e. Marketplace Global

Apa itu marketplace global? Sesuai namanya, global marketplace adalah website yang dapat menjadi tempat transaksi jual beli beragam jenis produk dari banyak sumber di seluruh dunia.

Contoh Marketplace:

Nah, selanjutnya kita masuk pada pembahasan mengenai contoh marketplace yang berada di Indonesia, maupun di luar Indonesia. Sehingga, anda dapat mengetahui beberapa jenis platform yang sering digunakan untuk transaksi jual beli online.

1. Pasar daring di dunia

Saat ini, persaingan pasar online di seluruh dunia sangatlah ketat. Salah satunya yang paling banyak digunakan adalah platform ecommerce. Banyak sekali platform yang bermunculan karena semakin banyaknya minat konsumen untuk membeli produk barang atau jasa melalui



online, daripada menggunakan transaksi konvensional.

Hal yang paling mendasari mengapa banyak konsumen beralih untuk melakukan menggunakan marketplace karena di dalam pasar daring tersebut biasanya menyediakan berbagai diskon atau potongan harga. Kemudian, juga terdapat filter terkait produk kategori untuk memudahkan pembeli dalam memilih barang sesuai kebutuhannya.

Dan yang terpenting adalah, pengiriman barang serta transaksi yang lebih efektif, cepat, dan tidak terlalu sulit membuat konsumen semakin nyaman untuk berinteraksi dengan platform ecommerce melalui aplikasi yang dapat diakses pada perangkat elektronik tanpa batasan tempat dan waktu.

Untuk contoh marketplace di dunia yang paling terkenal dan memiliki jaringan yang luas adalah Amazon. Salah satu situs pasar daring terbesar di dunia, yaitu Amazon berdiri pada tahun 1995. Pendiri dari situs ini adalah Jeff Bezos, dimana pertama kali hanya menjual



produk seperti makanan, minuman, buku, alat elektronik, dan masih banyak yang lainnya. Hingga saat ini dapat menampung berbagai macam brand serta kategori barang yang lebih kompleks.

Kemudian, contoh kedua marketplace terbesar asal China adalah Alibaba. Platform tersebut didirikan oleh salah satu orang terkaya di dunia, yaitu Jack Ma. Ratusan juta konsumen telah menjadi pelanggan dari Alibaba, sehingga membuat Alibaba dapat menguasai hampir 80% pasar online di daratan China.

2. Pasar daring di Indonesia

Kemudian, kita lanjut pada pembahasan contoh marketplace di Indonesia. Banyak sekali startup yang mengembangkan produk dalam bidang industri ecommerce. Karena target pasar di Indonesia mengenai pasar online sangat besar.

Contoh platform pasar online asal Indonesia adalah Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli, Shopee, dan masih banyak lagi platform yang lainnya. Saat ini, Tokopedia telah menjadi salah satu startup yang berkembang menjadi



perusahaan kelas Unicorn, dimana memiliki valuasi yang besar.

Perkembangan ecommerce di Indonesia cukup signifikan, sehingga menimbulkan banyaknya aplikasi untuk mengelola pasar online. Faktor dari teknologi dan kondisi sosial di Indonesia yang membuat pertumbuhan marketplace mengalami kenaikan yang pesat. Banyak sekali konsumen yang membutuhkan produk impor, hanya dengan mencari di platform jual beli online, konsumen dapat mendapatkan produk impor secara cepat, tanpa perlu memesan dan pergi ke luar negeri.





PERBEDAAN E-COMMERCE DAN MARKETPLACE

Perbedaan Ecommerce dan Marketplace

Berbeda dengan marketplace yang hanya menyediakan tempat untuk transaksi, ecommerce lebih berfokus pada penjualan produk di brand itu sendiri. Berikut beberapa perbedaan ecommerce dan marketplace yang perlu diketahui.

1. Teknik Marketing

Ecommerce dan marketplace punya cara berbeda dalam mendapatkan pelanggan. Ecommerce bergantung pada traffic website, sebab transaksi hanya bisa terjadi saat pelanggan menemukan website tersebut. Sedangkan ketika Anda menggunakan marketplace yang telah memiliki nama, Anda hanya perlu berfokus pada bagaimana cara memenangkan kompetisi dengan toko lain.



2. Pilihan Produk

Di marketplace, penjual harus mengikuti kategori yang telah dibuat oleh sistem. Sementara ecommerce memungkinkan Anda untuk lebih bebas dalam pengkategorian atau setting tampilan produk sesuai yang diinginkan.

3. Pengeluaran uang dan waktu

Bagi Anda yang masih pemula, menggunakan marketplace tentu akan jauh lebih mudah daripada ecommerce. Mengapa demikian? Sebab Anda hanya perlu membuat akun toko yang selanjutnya langsung bisa digunakan untuk bertransaksi.

Singkatnya, dengan menggunakan marketplace Anda hanya menata penjualan tanpa perlu memelihara website. Sedangkan untuk membangun website ecommerce perlu proses panjang dan banyak hal yang perlu diperhatikan, seperti perawatan website, perihal server, domain dan lain sebagainya.

4. Pendekatan pelanggan

E-commerce dan marketplace punya pendekatan berbeda. Untuk e-commerce akan lebih fokus pada pengembangan website agar tampilan website lebih menarik untuk user.





PERBEDAAN MARKETPLACE DENGAN TOKO ONLINE

Marketplace online adalah platform tempat vendor dapat berkumpul untuk menjual produk atau layanan mereka ke basis pelanggan yang dikurasi. Perannya sendiri adalah menyatukan vendor dan pelanggan yang tepat untuk mendorong penjualan melalui platform multi-vendor. Penjual juga memiliki tempat untuk mendapatkan dan meningkatkan visibilitas dan menjual produk mereka, dengan menggunakan fitur tertentu yang biasanya berbayar. Toko online, di sisi lain, adalah toko tunggal yang menjual produknya sendiri secara online. Semua pemasaran dan operasi dikelola oleh perusahaan yang memiliki situs web dan produk.

Marketplace online biasanya tidak memiliki inventaris yang dijual platform mereka, tidak seperti pemilik toko online. Oleh karena itu, marketplace menyerahkan sisi bisnis yang lebih operasional kepada vendor sambil berfokus



terutama pada mempromosikan merek mereka dengan maksud untuk mengarahkan lalu lintas ke platform dan mengubah kunjungan situs menjadi penjualan.

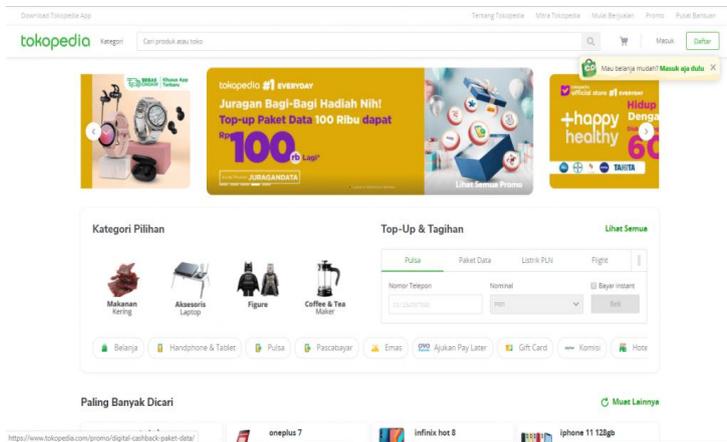
Contoh marketplace dengan skala dan inventaris besar di dunia adalah seperti Amazon, Rakuten atau eBay atau platform khusus seperti Etsy (kerajinan tangan), Runnics (pakaian olahraga untuk lari) atau lainnya. Di Indonesia sendiri ada marketplace yang sudah terkenal seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, atau Lazada. Sebaliknya, toko online hanyalah satu perusahaan, seperti Zara, Apple atau Nike, yang menjual produknya sendiri secara online melalui toko online miliknya.





MENGENAL MARKETPLACE TERBESAR DI INDONESIA

a. Tokopedia



Tokopedia merupakan salah satu mall belanja berbasis online yang memungkinkan setiap orang dan pemilik bisnis di Indonesia untuk membuka dan mengurus toko online mereka secara mudah dan bebas biaya, sekaligus memberikan sebuah pengalaman jual

beli online aman dan nyaman. Penggunaan Tokopedia sangat mudah dan tidak dipungut biaya. Tokopedia sejatinya tidak mempunyai cabang perusahaan, Ia hanya memiliki kantor pusat yang bertempat di Jakarta.

Awal mula Tokopedia hadir di pasaran pada tanggal 17 Agustus 2009, Tokopedia didirikan oleh Wiliam Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison. Tokopedia mendapatkan seed funding atau pendanaan awal dari PT Dwitama pada tahun 2009. Lalu mendapatkan modal yang sangat besar sekitar USD 100 juta atau Rp 1,2 triliun yang disuntikkan beberapa bulan oleh Softbank Internet and Media Inc. dan Sequoia Capital.

Sejauh ini Tokopedia telah banyak menyabet anugerah penghargaan antara lain: Marketeers of the Year 2014 untuk sektor e-commerce pada acara Markplus Conference 2015 yang digelar oleh Markplus Inc tanggal 11 Desember 2014. Dan pada tanggal 12 Mei 2016, Tokopedia kembali terpilih sebagai Best Company in Consumer Industry dari Indonesia Digital Economy Award 2016. Website Tokopedia menjual berbagai macam barang seperti:



Barang Elektronik, Peralatan Kantor dan Rumah Tangga, Peralatan Olahraga, Kosmetik, Perlengkapan bayi dll.

Tokopedia juga menyediakan berbagai produk digital yang memudahkan konsumen seperti:

TokoCash, Tiket Kereta Api, Air PDAM, Angsuran Kredit, Pascabayar, Gas PGN, Mitra Toppers, Pulsa, BPJS, Telkom, Donasi, Voucher game, dll.

Hampir semua yang dijual dapat dengan mudah ditemukan disitus jual beli Tokopedia. Hal ini tentu akan sangat memudahkan para pembeli yang tidak mempunyai waktu luang untuk berbelanja di toko dan tidak ingin terlalu ribet. Tokopedia dilengkapi fitur mesin pencari atau search engine yang memudahkan pembeli dalam menentukan dan mencari barang yang diinginkan. Tokopedia juga dilengkapi fitur-fitur direktori sebagai katalog belanja.

Tokopedia juga bekerjasama dengan agen pengiriman di Indonesia yang memudahkan pembeli yang berlokasi cukup jauh. Pembayaran juga tidak perlu khawatir karena ada proses verifikasi pembayaran yang instan, yang menguntungkan penjual dalam mengirim barang dan memuaskan pembeli karena barang bisa



cepat sampai. Ada beberapa fitur tambahan di Tokopedia seperti:

1. JNE Online Booking

Pengiriman dengan jasa JNE, Tokopedia menggunakan pengiriman dengan resi otomatis untuk pengiriman paket dengan jasa JNE. Saat pengiriman Penjual hanya perlu membawa kode booking yang akan diterima saat pesanan masuk dan nomor resi akan secara otomatis akan masuk ke akun si penjual maupun si pembeli. Jadi jangan khawatir barang tidak terkirim ya.

2. User Management / Pengaturan admin

Pengaturan admin merupakan sebuah fitur berbayar yang telah disediakan oleh pihak Tokopedia bagi mereka yang memiliki toko dengan penjualan tinggi dan sering kewalahan dalam mengelola toko sendiri. Fitur ini sangat memudahkan penjual dengan menambahkan sepuluh orang sebagai admin di toko penjual.

3. Tokopedia TopAds

Top Ads adalah fitur yang telah ditawarkan untuk mempromosikan toko ataupun produk dari toko,



serta memungkinkan toko dan produk yang dijual dapat dilihat dan membeli banyak produk. Tokopedia sudah menjual lebih dari 4000 barang dan kurang lebih sudah belanja 40 an barang dengan nilai transaksi yang lumayan. Ada beberapa keunggulan yang dimiliki oleh Tokopedia yaitu:

Dari sisi penjual

- a. Penampilan website yang berwarna hijau berkesan segar.
- b. Tidak memungut biaya
- c. Tampilan website yang minimalis dan informatif
- d. Bagian penambahan daftar produk juga jelas, pilihan kategori lebih bervariasi dan fitur harga grosir
- e. Fitur Preorder yang memungkinkan untuk produk yang membutuhkan proses yang cukup lama, seperti barang impor
- f. Pilihan pengiriman beserta biaya tambahan yang dikenakan
- g. Waktu pemrosesan pemesanan yang mencapai 5-7 hari semenjak invoice masuk, jadi lebih leluasa



- h. Walaupun banyak bug, keamanan akun sangat terjaga, pengguna kode OTP sangat diapresiasi.
- i. Bisa mendapatkan cerita inspirasi, tips-tips dll yang informatif untuk meningkatkan penjualan di blog Tokopedia.

Dari sisi pembeli

- a. Loading website cepat
- b. Sering memberikan promo gratis ongkos pengiriman, biasanya jangka waktunya sebulan.
- c. Tersedia dengan fitur pembelian tiket kereta api, pulsa, paket data dan token listrik.
- d. Bisa top up saldo untuk metode pembayaran lebih cepat dan instan
- e. Dengan adanya fitur preorder, kesempatan pembeli yang ingin mendapatkan barang yang memang lama prosesnya menjadi lebih tinggi
- f. Fitur retur gratis ketika barang tidak sesuai, berguna sekali apalagi produk



tersebut seperti fashion, sepatu, helm dan lain-lain.

g. Katalog di Tokopedia sangat membantu.

Mengenai apa itu Tokopedia sudah dijelaskan dengan gamblang pada artikel di atas? Apakah sekarang Anda berminat untuk membuka toko dan bertransaksi di Tokopedia? Dengan visinya “Membangun Indonesia Lebih Baik Lewat Internet”, Tokopedia berusaha meningkatkan perekonomian masyarakat Indonesia supaya lebih baik lagi.

b. Bukalapak

The screenshot displays the Bukalapak website interface. At the top, there is a red navigation bar with the Bukalapak logo, a search bar containing the text "Apa mau belanja...", and links for "Lihat Status Transaksi", "Login", and "Daftar". Below the navigation bar, a horizontal menu lists various product categories: "E-Voucher & Tiket", "Buku/Buku", "Mebel & Dekor", "Buku/Buku", "Buku/Pengalaman", "Mebel/Bukalapak", "Buku/Buku", "Mebel/Asin", "Promo", "Komunitas", "Buku/Review", "Buku/Buku", and "Galeri/Prioritas".

The main content area features a search bar with fields for "Nomor telepon" and "Nomor", and a "Rp" price field, followed by a "Beli" button. Below this, there is a "Pencarian Populer" section with tags: "Ramen Instan 3", "Headset Bluetooth", "Celana Penetis", "Tenda Camping", "Sepeda Gunung", and "Sepatu Converse".

The bottom section contains several promotional banners. The largest banner on the left is for a "PROMO ASTIK DISKON DARI 50% FLASHDEAL DARI Rp11" running from 4-17 November 2019. To its right are smaller banners for "PROMO ASTIK SERBU SERBU DARI Rp11" (4-17 November 2019), "#MAUDIKODE" (Kumpulkan kodengmu, Sikat hadiahnya!), and a banner with a large "99%" discount.

Bukalapak didirikan di tahun 2010 oleh Achmad Zaky dan dua orang teman satu kuliahnya, Fajrin Rasyid dan Nugroho Herucahyono, dengan tujuan untuk membantu warung-warung yang kesehariannya mengalami kesulitan beradaptasi di era internet.

Bukalapak diciptakan sebagai pasar E-commerce yang membantu jutaan warung di negeri ini untuk menjadi online. Bukalapak kemudian bertindak sebagai perantara yang mendukung transaksi antara pembeli dan penjual. Misi utama kami adalah melayani yang kurang terlayani. Sebagai E-Commerce, kami harus meningkatkan taraf hidup, tak hanya untuk mendapatkan keuntungan, namun juga untuk membentuk masyarakat yang lebih baik.

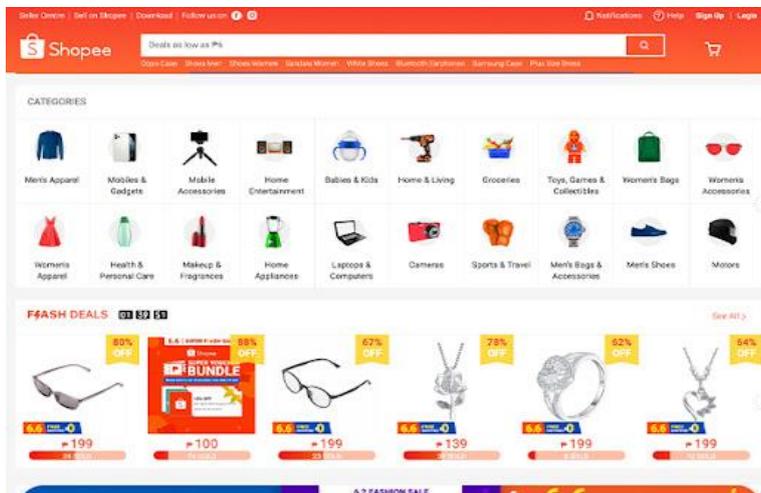
Pada tahun 2017, Bukalapak meluncurkan Mitra Bukalapak untuk membantu warung-warung ini bersaing dengan toko-toko modern. Melalui Mitra Bukalapak, kini warung dapat menawarkan layanan tambahan secara online, seperti bayar tagihan dan top up pulsa. Mitra Bukalapak juga menghubungkan warung dengan distributor barang kebutuhan sehari-hari, merampingkan jalur distribusi, menurunkan harga



modal barang-barang tersebut, dan meningkatkan marjin keuntungan bagi usaha-usaha kecil ini.

Sebagai perusahaan 'all commerce' yang memberikan layanan online dan offline, Bukalapak ingin menjadi platform bagi setiap orang untuk memperbaiki taraf hidup mereka, serta dapat melakukan jual beli secara tenang dan nyaman. Pada akhirnya, kita bisa mencapai keadaan di mana setiap orang merasa sederajat dalam melakukan usaha, atau yang kami biasa sebut sebagai "Ekonomi yang Adil untuk Semua.

c. Shopee



Pada tahun 2015, Shopee diluncurkan di Singapura, Indonesia, Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, dan Filipina. Pada tahun 2015, Shopee diluncurkan di 7 wilayah berbeda. Kami berhasil menyelenggarakan sesi Shopee University pertama Pada Desember 2015, kami menyelenggarakan Shopee University pertama kami di Taiwan. Hari ini, sekitar 70 ribu penjual di seluruh wilayah telah mendapatkan manfaat dari sesi ini. Memperkenalkan Shopee Mall di berbagai wilayah. Pada Juni 2017, Shopee Mall diluncurkan di Taiwan.

Kini, kami telah memiliki lebih dari 11.000 penjual di 7 wilayah. Memperoleh Gross Merchandise Value (GMV) senilai lebih dari US\$10 milyar Pada tahun 2018, Gross Merchandise Value (GMV) kami mencapai US\$10 milyar dengan lebih dari 600 juta transaksi yang telah dilakukan melalui platform kami. Super Brand Day Pada Mei 2018, Shopee meluncurkan Super Brand Day pertama di Indonesia dengan P&G sebagai mitra kami. Sejak itu, kami telah menyelenggarakan 70 Super Brand Days di seluruh wilayah.

Regional Brand Ambassador 2018. Pada tahun 2018, Shopee mengumumkan BLACKPINK sebagai Regional



Brand Ambassador menjelang Shopee 12.12 Birthday Sale. Brand Ambassador Regional 2019

Pada bulan Agustus 2019, kami mengumumkan Cristiano Ronaldo sebagai Brand Ambassador Regional baru kami untuk tahun 2019. Shopee 12.12 Birthday Sale Pada bulan Desember 2019. Shopee menjual 80 juta item dalam satu hari di Shopee 12.12 Birthday Sale. Shopee Live dan In-app Games. Pada tahun 2019, kami memiliki total 500 juta views di Shopee Live dan lebih dari 1 milyar yang memainkan in-app games di Shopee.

d. Lazada

The screenshot shows the Lazada profile page for 'Xplod Company'. At the top, there is a search bar with the text 'Cari di Lazada' and a shopping cart icon. Below the search bar, there are navigation options: 'Kategori', 'LazMail', 'Global Collection', 'Pulsa & eStore', and 'Voucher Belanja'. The main header features the 'Xplod Company' logo, a 'Sandai Swallow' badge, and the website 'Xplodcompany.com'. The profile information includes 'Xplod Clothing' with 11 Followers and an 88% Positif Seller rating. There are buttons for 'Chat Now' and 'IKUTI'. Below this, there are social media icons for Facebook, YouTube, Instagram, and Twitter. The main content area shows 'Kategori' (Fashion), 'Halaman Muka', 'Semua Produk', and 'Profil'. It also displays 'Lokasi' (Kab. Karanganyar), 'Kategori Utama' (Fashion), 'Ukuran Penjual' (3 tahun), and 'Bergabung' (3 tahun). A 'Pengiriman Tepat Waktu' badge shows 100% on-time delivery. The 'Chat' section shows a 100.00% Chat Response Rate and Chat Response Time. The 'Rata-rata penilaian penjual' is 88% with a 'Penilaian positif' badge. The 'Penilaian seller dan Ulasan (1)' section shows three smiley face icons and a 'Positif' badge.

Diluncurkan pada tahun 2012, Lazada merupakan destinasi belanja dan berjualan online nomor satu di Asia Tenggara—hadir di Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand dan Vietnam. Sebagai pelopor ekosistem eCommerce di Asia Tenggara, melalui platform marketplace yang didukung oleh berbagai macam layanan pemasaran yang unik, layanan data, dan layanan jasa lain, Lazada telah membantu lebih dari 135.000 penjual lokal dan internasional, serta 3.000 brand untuk melayani 560 juta konsumen di kawasan Asia Tenggara. Dengan lebih dari 300 juta SKU yang tersedia, Lazada menawarkan variasi produk dalam berbagai kategori mulai dari barang elektronik hingga barang keperluan rumah tangga, mainan, fashion, perlengkapan olahraga dan kebutuhan sehari-hari. Sebagai bentuk komitmen Lazada untuk mengedepankan pengalaman berbelanja online yang menyenangkan bagi para konsumen, Lazada menghadirkan berbagai metode pembayaran, termasuk cash-on-delivery (COD), pelayanan konsumen yang menyeluruh, dan layanan pengembalian barang yang mudah melalui jasa pengiriman first dan last mile milik Lazada, dan juga dengan lebih dari 100 mitra logistiknya. Kepemilikan



saham mayoritas Lazada group dimiliki oleh Alibaba Group Holding Limited (NYSE: BABA).

e. Blibli



Blibli adalah marketplace hasil buatan PT Global Digital Niaga, anak perusahaan dari Djarum. Marketplace ini berhasil menduduki peringkat kelima dengan jumlah pengunjung sebesar 32.597.200 per bulan.

Blibli, berdiri tahun 2011, merupakan e-commerce buatan Indonesia dengan model bisnis yang fokus pada B2B, B2C, dan B2B2C (Business to Business to Consumer). Sebagai mal online terbesar dan terpercaya, Blibli menawarkan berbagai pilihan produk berkualitas yang disediakan oleh lebih dari 100.000 mitra usaha,

mulai dari kebutuhan primer, produk elektronik termasuk gadget, kebutuhan sehari-hari hingga produk untuk keperluan gaya hidup. Kecepatan pengiriman di Blibli didukung oleh armada BES dan 15 mitra logistik, serta memiliki 20 gudang, dan 32 hub yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia.

Dengan visi menjadi e-commerce nomor satu yang memiliki jumlah pelanggan setia terbanyak di Indonesia, Blibli berkomitmen untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan belanja melalui 24/7 layanan Customer Care, kepastian 15 hari pengembalian produk serta pilihan pembayaran yang lengkap dan aman kepada pelanggan.

Koleksi lengkap untuk semua kebutuhan kamu. Menghadirkan ratusan ribu produk pilihan dari 17 kategori yang tersusun sistematis mulai dari kategori HP & Tablet, Kamera, Komputer, Elektronik, Rumah Tangga, Hobi & Mainan, Fashion Pria, Fashion Wanita, Kesehatan & Kecantikan, Bliblimart, Ibu & Anak, Olahraga, Tiket & Voucher, Otomotif, Tur & Travel, Galeri Indonesia, serta Tagihan & Isi Ulang.



Cicilan 0% semua produk

Untuk kenyamanan dalam berbelanja, Blibli menghadirkan fasilitas cicilan 0% untuk semua produk dengan tenor cicilan hingga 12 bulan.

Cicilan tanpa kartu kredit

Belanja lalu bayar pesanan dengan cicilan tanpa kartu kredit menggunakan Akulaku, Kredivo, Home Credit Indonesia, dan Vospay.

Gratis pengiriman ke seluruh Indonesia

Blibli memberikan layanan gratis pengiriman ke seluruh Indonesia.

Customer Care 24 jam 7 hari

Blibli menghadirkan layanan Customer Care 24/7 yang siaga membantu pelanggan dalam berkonsultasi atau bertanya seputar produk dan layanan kami. Customer Care kami dapat dihubungi melalui telepon di 0804 1 871 871, Twitter @BlibliCare, email, dan chat.



Jaminan pengembalian produk

Untuk kepuasan dalam berbelanja, Blibli memfasilitasi layanan pengembalian produk dengan batas waktu klaim 15 hari setelah produk kamu terima.

Sistem pembayaran yang mudah, aman, dan terpercaya

Menghadirkan pilihan metode pembayaran yang bervariasi dan aman bersertifikasi VeriSign dan Credit Card Fraud Detection System.

Promo

Jadikan momen belanja online menjadi lebih menyenangkan dengan beragam promo menarik di Blibli.





3 HAL UTAMA YANG ADA DI MARKETPLACE

Untuk membantu bisnis memutuskan model mana yang paling cocok untuk mereka, kami telah mendalami beberapa fitur marketplace yang membuatnya berbeda dari toko online, dan yang membuatnya menarik bagi wirausahawan digital.

Mereka memungkinkan kemudahan manajemen inventaris (pada kebanyakan marketplace, mereka tidak memerlukan stok yang dipegang oleh pasar), mereka lebih terukur dan memungkinkan manajer pasar untuk lebih fokus pada pengguna akhir. Berikut adalah ikhtisar yang lebih detail:

- a. Tidak perlu menyimpan stok

Marketplace adalah bisnis besar yang berurusan dengan banyak vendor, yang menyediakan katalog mereka, dan biasanya membawa lebih banyak inventaris daripada toko online.



Apakah ini berarti mereka lebih kompleks untuk dikelola? Belum tentu. Faktanya, yang sering terjadi justru sebaliknya. Sebagai pemilik toko online, Anda diharuskan mengelola stok dan inventaris sendiri, mereka biasanya perlu berinvestasi besar dalam akuisisi dan manajemen gudang ketika memulai bisnis. Di sisi lain, katalog yang ditawarkan di marketplace dipegang oleh vendor eksternal sehingga investasi dalam manajemen gudang tidak ada atau terpisah.

b. Mendapatkan lebih banyak kepuasan pelanggan

Saat mengoperasikan toko online, ada banyak hal yang harus dipikirkan: manajemen inventaris, manajemen situs, layanan pelanggan, pemasaran, penjualan, media sosial, konten, dan banyak lagi.

Sebaliknya, saat menjalankan bisnis di marketplace, fokus utamanya adalah menawarkan platform terbaik bagi pengguna: vendor pasar, dan pelanggan tempat mereka menjual. Ini berarti mereka dapat benar-benar fokus untuk menambah nilai bagi pengguna mereka dan mengoptimalkan berbagai hal untuk memenuhi kebutuhan konsumen mereka dengan sebaik-baiknya. Tentu saja, tidak ada yang



mengatakan bahwa menjalankan bisnis marketplace online itu mudah. Banyak pekerjaan yang dilakukan untuk kurasi dan moderasi konten. Menciptakan pasar hiper-vertikal, misalnya, yang berfokus pada ceruk tertentu membutuhkan banyak kerja keras dari pemilik marketplace dalam mencari penjual dan memasukkan produk yang tepat.

Upaya itu membuahkan hasil. Dengan banyaknya vendor yang berjualan di bawah satu atap, marketplace menjadi tempat yang sangat menarik bagi konsumen untuk mencari opsi yang lebih murah dan alternatif baru. Marketplace yang dikelola dengan baik, bisa menjadi komunitas besar dengan pelanggan dan penjual yang sangat puas.

c. Model bisnis yang ramping dan skalabel

Marketplace online menawarkan kepada pemiliknya model bisnis yang sangat ramping dan dapat diskalakan. Beberapa perusahaan terbesar di dunia memberikan contoh yang bagus. Uber, misalnya, tidak memiliki mobil sendiri. Airbnb tidak memiliki apartemen, dan Amazon tidak memiliki sebagian besar barang dan jasa yang mereka jual.



Sementara bisnis konvensional lain perlu menjual lebih banyak barang, atau jasa, untuk mencapai titik impas, marketplace memastikan mereka fokus pada platform, menjangkau lebih banyak konsumen, dan memastikan skala ekonomi yang dicapai. Artinya, berbeda dengan bisnis digital lainnya, pemilik ecommerce mungkin juga akan terkejut dengan apa yang dapat mereka capai dengan tim yang relatif kecil.





KEUNTUNGAN MENJUAL BARANG DI MARKETPLACE

Situs web Marketplace sangat populer. Mereka telah memperoleh basis pelanggan yang sangat besar. Jadi mereka mendapatkan jutaan pelanggan mengunjungi situs itu setiap hari. Anda dapat memanfaatkan basis pelanggan yang besar tanpa membuat permintaan baru untuk produk Anda.

Produk Anda bisa langsung dikenali oleh pembeli yang sudah ada. Anda bisa mendapatkan kepercayaan segera setelah Anda mengunggah produk pertama Anda untuk dijual karena pelanggan sangat mempercayai Marketplace sehingga mereka sudah mengenal Anda sebagai penjual yang dapat dipercaya.

Anda tidak perlu memiliki situs web atau infrastruktur TI apa pun untuk menjual produk Anda. Anda dapat memanfaatkan struktur Marketplace untuk Anda sendiri. Jadi, Anda menghemat sejumlah besar anggarannya saat menjual di Marketplace mana pun. Anda tidak perlu khawatir



tentang inventaris produk Anda. Beberapa situs Marketplace seperti Lazada atau Blibli menangani inventaris produk Anda di gudang mereka sendiri. Ini adalah keuntungan besar lainnya dari pemotongan anggaran gudang dan manajemen inventaris Anda. Hampir semua marketplace memiliki tim dukungan pelanggan mereka sendiri dan mereka menangani setiap pertanyaan tentang produk dan layanan Anda sepanjang waktu untuk Anda.

Semua situs Marketplace memiliki layanan escrow pembayaran mereka sendiri. Ini berarti pelanggan dengan percaya diri membayar produk Anda dengan banyak pilihan. Mereka tahu jika terjadi perselisihan, Marketplace tidak akan merilis pembayaran penjual dan sengketa akan diselesaikan dengan cepat. Banyak situs memungkinkan pengiriman produk dan manajemen pengiriman dengan layanan kurir mereka sendiri. Anda dapat memanfaatkan layanan pengiriman ini sebagai penjual Marketplace. Jika Anda menjual jenis produk baru, Anda tidak dapat berasumsi apakah produk ini akan diterima oleh calon pembeli atau tidak.



Dalam skenario ini, Anda dapat menguji produk dengan situs ecommerce terkenal mana pun. Anda dapat membuat atau mengimpor beberapa produk sampel, dan mencoba menjualnya di website mana pun yang Anda inginkan. Jika pembeli menerima produk Anda dengan senang hati maka Anda dapat membuat atau mengimpor produk ini dalam jumlah besar dan dijual dengan saluran pemasaran yang berbeda.





KEKURANGAN MENJUAL BARANG DI MARKETPLACE

Setiap situs Marketplace menjalankan kampanye promosi dan pemasaran yang berbeda. Mereka mengizinkan berbagai diskon pada waktu yang berbeda untuk menjual lebih banyak produk. Meskipun Anda dapat menjual lebih banyak produk, margin keuntungan menjadi lebih sedikit bahkan dalam penjualan. Karena Anda harus menurunkan harga untuk memungkinkan lebih banyak penjualan.

Pembeli di ecommerce bukanlah pelanggan Anda sendiri. Anda berbagi basis pelanggan dengan penjual lain. Anda kehilangan peluang untuk melakukan cross selling dan upselling produk Anda pada berbagai tahap di Marketplace. Anda harus bersaing dengan penjual berbeda di dalam Marketplace yang menjual produk yang sama seperti milik Anda. Anda tidak memiliki kendali atas harga dan keuntungan karena keduanya selalu kompetitif.

Jika Anda adalah merek yang sudah besar dan menjual produk premium dengan harga terjangkau dan kualitas



produk yang baik, Anda tidak akan terlihat berbeda di antara persaingan harga di pasar. Karena berkali-kali pelanggan menilai produk berdasarkan kisaran harga di ecommerce besar mana pun. Banyak marketplace selalu berfokus pada produk, mereka tidak berfokus pada penjual. Artinya mereka selalu peduli dengan volume penjualan yang besar bukan tentang keuntungan dan margin penjual.

Anda tidak dapat melakukan Pengoptimalan Mesin Telusur (SEO) untuk merek atau produk Anda secara eksklusif di situs Marketplace. Anda tidak memiliki kontrol langsung apa pun pada halaman tempat produk Anda ditampilkan. Analisis pelanggan dan manajemen hubungan pelanggan (CRM) adalah bagian penting dari setiap penjualan online. Marketplace tidak memberikan banyak detail tentang pelanggan Anda. Dan juga Anda tidak dapat langsung menghubungi pelanggan atau calon pelanggan di ecommerce mana pun.

Jika Anda seorang Startup, Anda mungkin tidak memiliki pendaftaran pajak terperinci seperti PPN, Pajak Layanan, atau GST pada tahap awal. Situs Marketplace mana pun mengharuskan dokumen hukum ini menjadi penjual di situs web mereka. Kita sudah tahu bahwa situs marketplace selalu memiliki sistem escrow. Mereka menahan pembayaran



untuk produk Anda untuk waktu tertentu hingga produk tersebut sampai ke pelanggan Anda. Mereka selalu memiliki kebijakan pengembalian dana sendiri yang berpengaruh utama atau bertentangan dengan kebijakan Anda sendiri.

Biasanya, pembeli di marketplace tidak setia. Mereka bukan pelanggan tetap Anda. Mereka sesekali berkunjung dan membeli produk apa pun jika memiliki diskon besar. Tidak ada jaminan bahwa pelanggan akan kembali untuk membeli lagi dari Anda. Marketplace tidak mengizinkan interaksi atau komunikasi langsung antara pembeli dan penjual. Alasannya adalah bahwa penjual mungkin menjual produknya langsung ke pelanggan nanti, untuk memotong biaya yang diambil oleh pasar sebagai Komisi per penjualan.

Marketplace yang berbeda memungkinkan berbagai jenis produk. Mereka memiliki daftar produk terlarang yang tidak dapat Anda jual di situs mereka. Jika Anda berurusan dengan jenis produk ini, Anda tidak diizinkan menjadi penjual di Marketplace mana pun. Sebagai penjual, Anda mungkin ingin menyesuaikan halaman toko Anda agar menarik bagi calon pembeli, tetapi dalam kasus situs Marketplace, Anda tidak dapat menyesuaikan halaman Toko atau produk Anda. Anda tidak memiliki kendali atas tata letak dan pengaturan ini.





CARA BERJUALAN LEWAT MARKETPLACE

a. Siapkan Produk Berkualitas & Memiliki Daya Saing

Berjualan tidak akan terlepas dari produk sebagai hal utamanya. Memiliki produk yang berkualitas, unik atau khas dari daerah di sekitar Anda adalah sebuah keuntungan. Dengan produk khas daerah atau unik, biasanya keberadaannya mudah di jumpai di sekitar Anda dan memiliki harga yang lebih bersaing karena banyaknya produsen yang memproduksi barang tersebut. Ingat, untuk selalu menjual barang-barang yang berkualitas, agar konsumen tidak kecewa dan memiliki keinginan untuk melakukan pemesanan kembali.

b. Sediakan Definisi Produk & Gambar yang Baik

Membeli secara online, berarti seorang konsumen tidak melihat secara langsung barang yang akan dibelinya. Biasanya, gambaran produk hanya diperoleh



dari definisi barang dan foto yang dicantumkan pada iklan. Agar konsumen mendapatkan barang sesuai dengan ekspektasi mereka, maka ada baiknya Anda memberi deskripsi barang dengan baik dan lengkap serta mencantumkan foto asli dari barang tersebut.

c. Mulai Mendownload Aplikasi

Anda bisa mendownload aplikasi marketplace pada ponsel, setelah itu lakukan proses pendaftaran dengan memasukkan profil Anda, nomor handphone, e-mail, Pin BBM ataupun social media lain yang Anda miliki. Dengan memiliki aplikasi marketplace secara langsung, Anda dapat lebih mudah menjalankan usaha Anda di mana pun dan kapan pun.

d. Tambahkan Foto Produk

Tambahkan foto produk yang akan Anda jual melalui marketplace. Buat foto semenarik mungkin dan gunakan foto asli. Dengan foto asli, konsumen akan lebih percaya dan tertarik untuk melakukan pembelian. Setelah foto produk Anda sudah di-upload, jangan lupa untuk mengisi keterangan dan deskripsi produk. Tentukan berat barang, harga, dan kriteria barang sesuai peraturan pada marketplace yang Anda pilih.



e. Tambahkan Rekening Pembayaran

Setelah produk dan tampilan toko sudah siap, masukkan nomor rekening pribadi pada marketplace yang telah Anda pilih. Ketika Anda memutuskan untuk berjualan di marketplace, Anda tidak bisa langsung menerima pembayaran dari calon pembeli, tetapi pembayaran akan tersimpan di saldo marketplace, dan bisa Anda tarik setelah pembeli menerima barang yang ia pesan. Namun, pembayaran yang Anda tarik akan ditransfer marketplace sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, misalnya setiap hari Kamis atau Jumat.

