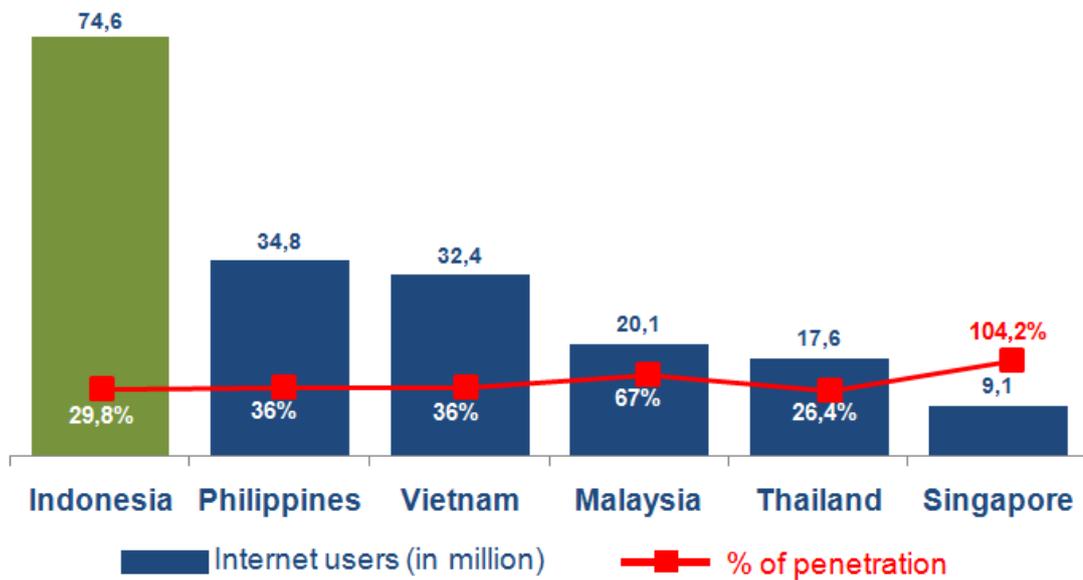


# BAB I PENDAHULUAN

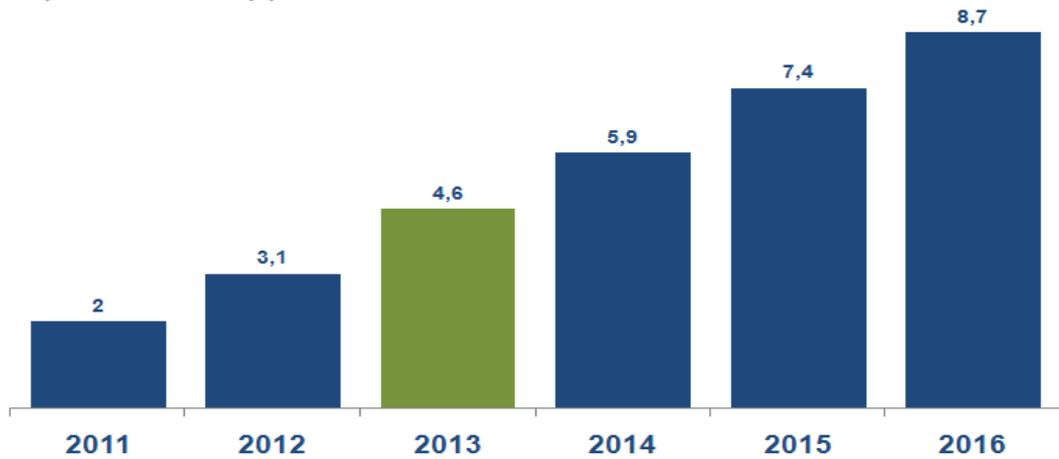
## I.1 Latar Belakang

Jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh dengan pesat. Pada gambar I.1 dijelaskan bahwa pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 74,6 juta dan merupakan pengguna terbanyak di Asia tenggara.



Gambar I.1 Pengguna Internet di Indonesia[1]

Saat ini internet telah menjadi salah satu media pemasaran dan penjualan yang murah, cepat dan mempunyai jangkauan yang luas. Seiring dengan pertumbuhan internet yang pesat, banyak toko *online* yang bermunculan dan dirancang untuk melakukan transaksi *online* atau biasa disebut dengan *ecommerce*. Masyarakat pun semakin *familiar* dengan jual beli *online*. Dari tahun ke tahun transaksi *online* juga semakin meningkat yaitu tercatat Sekitar 4,6 juta orang melakukan belanja *online* pada tahun 2013 dan akan mencapai hingga 8,7 juta di tahun 2016.



Gambar I.2 Pertumbuhan Transaksi *Online*[2]

Pada gambar I.2 terlihat telah terjadi perputaran uang pada ecommerce atau transaksi jual beli online pada tahun 2013 yang mencapai USD 1,8 miliar dan akan meningkat hingga USD 4,49 miliar di tahun 2016.



Gambar I.3 Perputaran Uang *Ecommerce*[3]

Terlihat pada gambar I.3 diketahui bahwa sudah banyak orang yang telah melakukan jual beli *online* di Indonesia. *Ecommerce* terdapat 2 jenis bisnis model di antaranya *Direct Selling* dan *Marketplace*. *Direct Selling* merupakan perusahaan yang langsung menjual produk ke pelanggan seperti *lazzada.com*, *bhinneka.com*, dan *blibli.com* sedangkan pada jenis *marketplace* adalah sebuah tempat secara *online* dimana penjual dapat mempromosikan produknya. Salah

satu keuntungan *marketplace* ini adalah penjual tidak perlu memiliki toko *online* sendiri, cukup foto produk lalu di unggah ke *ecommerce* tersebut dan melengkapi deskripsi yang telah disediakan kemudian jika ada pembeli, penjual akan langsung dihubungi oleh pembeli dan melakukan transaksi. Contoh *Marketplace ecommerce* di antaranya Tokobagus.com, Berniaga.com, Tokopedia.com, bukalapak.com, dan olx.com.



Gambar I.4 *Marketplace* Indonesia[4]

Gambar I.4 menunjukkan situs *ecommerce* jenis *marketplace* terbesar di Indonesia pada tahun 2013. Dari Statistik diagram diatas terlihat jumlah *Seller* yang cukup tinggi di tiap – tiap *marketplace* dan banyaknya jumlah produk yang dijual. Pada *survey* yang telah dilakukan, terlihat bahwa 100% penjual menginginkan iklan produknya tersebar di banyak situs *ecommerce* ataupun media sosial, detail *survey* dapat dilihat pada lampiran A. Tidak dapat dipungkiri bahwa penjual akan selalu berusaha meningkatkan penjualannya dengan cara meluaskan jaringan pemasarannya. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan mendaftarkan akun pada masing - masing situs *marketplace*. Penjual akan membutuhkan waktu yang singkat untuk mempromosikan produk jika hanya di satu situs tersebut, tetapi sangat memakan waktu jika penjual akan mempromosikan produk ke beberapa situs di atas seperti pada gambar I.4. Pada *Survey* yang telah dilakukan yaitu terlampir pada lampiran A bahwa 91% *responden* melakukan penyebaran iklan

dengan cara *login* ke situs *ecommerce* atau media sosial kemudian melakukan *posting* iklan satu per satu.

Uraian di atas melatarbelakangi untuk membuat suatu portal *web* yang mampu menunjang penjual dalam memasarkan produknya ke beberapa situs *ecommerce* Indonesia jenis Marketplace yaitu menyebarkan produk secara sekaligus ke beberapa *marketplace*. Situs Marketplace yang digunakan hanya 5 yaitu tokobagus, berniaga, tokopedia, bukalapak dan olx karena berdasar data pada gambar I.4 terlihat bahwa ke 5 situs tersebut masuk dalam 6 besar situs *marketplace* dimana *marketplace* pada urutan teratas tidak menjadi objek penelitian karena berbentuk forum. Forum tidak dijadikan sebagai objek penelitian karena forum adalah suatu tempat yang berfokus tidak hanya pada penjualan melainkan diskusi lainnya, selain itu forum difokuskan pada interaksi antar pengguna. Pada sistem yang akan dibangun nantinya penjual hanya cukup daftar dan masuk ke portal *web* lalu mengisi detail produk yang disediakan, kemudian secara otomatis postingan produk atau jasa akan tersebar ke beberapa situs *ecommerce Marketplace* Indonesia. Tidak hanya itu, Penjual juga akan mengetahui hasil pelaporan statistik penjualan dan akan selalu bisa meninjau penjualannya ke beberapa situs secara sekaligus. Dengan adanya sistem portal *web* ini diharapkan penjual dapat memanfaatkannya untuk mempromosikan produknya secara luas dengan efektif dan efisien serta meningkatkan penjualan.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam tugas akhir ini dapat dirumuskan sebagai berikut

1. Bagaimana merancang suatu portal *website* yang dapat membantu *user* dalam memasarkan iklannya yang secara otomatis dapat tersebar ke beberapa situs *marketplace* Indonesia sekaligus ?
2. Bagaimana merancang fitur yang dapat memberikan laporan pemasaran dari beberapa situs *marketplace* untuk mengetahui jumlah perbandingan *view* pada iklan yang terpasang ?

### **I.3 Tujuan**

Tujuan dari Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut

1. Membuat portal *web* yang mendukung *user* dalam memasarkan produk dan jasanya ke beberapa situs *ecommerce marketplace* dengan menggunakan konsep yang tepat
2. Menampilkan statistik pelaporan pemasaran produk untuk dapat mengetahui jumlah view iklan yang sedang di pasang.

### **I.4 Manfaat**

1. Meningkatkan efektifitas pemasaran produk dan jasa bagi *user*
2. Memudahkan *user* untuk mengetahui detail laporan produk dan jasa yang sudah diiklankan
3. Memperluas jangkauan pemasaran produk dan jasa

### **I.5 Batasan Penelitian**

1. Pengembangan aplikasi menggunakan *Framework CodeIgniter*
2. Pembuatan tampilan *website* menggunakan *Framework Bootstrap*
3. Hanya 5 situs *ecommerce marketplace* di Indonesia yang digunakan dalam portal web ini yaitu tokobagus, berniaga, tokopedia, bukalapak, dan olx karena diambil dari data statistik gambar I.4 yang sering banyak digunakan di Indonesia dan banyak *traffic* pengunjungnya