

STRATEGI E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM DI KOTA BEKASI



PENGABDIAN
MASYARAKAT
YANG TIDAK
DIPUBLIKASIKAN



Oleh :
Cahyadi Husadha
Widi Winarso
Istianingsih
Ery Teguh Prasetyo
Wastam Wahyu Hidayat
Mulyadi
Robertus Suraji
Anton Wachidin Widjaja

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020

DAFTAR ISI

	Halaman	
Cover		
Daftar Isi	1	
BAB I	LATAR BELAKANG	2
BAB II	TIPS DAN PENANGKAL HAMBATAN DALAM UPAYA MEMBUKA BISNIS ONLINE	8
BAB III	SISTEM, KEUNTUNGAN, DAN PENDAPAT MASYARAKAT TENTANG USAHA ONLINE	18
Daftar Pustaka		29

BAB I

LATAR BELAKANG

Media informasi dan komunikasi pada masa kini terus berkembang, seiring perkembangan zaman. Media kini pun makin berkembang pesat dengan ditandai kemunculnya yang bernama internet. Tonggak awal kelahiran media dengan memanfaatkan internet terjadi pada tahun 1990. Tim Berners Lee adalah orang yang pertama menemukan program editor dan browser yang bisa menjelajah antara satu komputer dengan komputer yang lainnya, dan kemudian membentuk jaringan yang disebut World Wide Web atau yang biasanya disingkat dengan www. Pertumbuhan dan perkembangan web sebagai media online juga semakin meningkat pesat. Setidaknya terdapat dua faktor yang mempengaruhi mengapa web melonjak tinggi. Pertama, dikarenakan teknologi dan infrastruktur sudah menyebar dalam jumlah besar di masyarakat khususnya telepon, computer, dan gadget. Kedua, web juga multifungsi dan internet juga mempunyai fungsi yang meluas dan mudah diakses oleh seluruh orang didunia yang sudah memiliki sambungan internet.

Dua dekade setelah ARPANET mengembangkan jaringan internetnya, internet sudah dapat di akses oleh semua orang di Amerika, pada tahun 1990 muncul sebuah fenomena yang di sebut "media online booming". pada saat ini muncul berbagai media online yang dikembangkan secara serius oleh para media massa di Amerika. Media massa yang pertamakali mempublikasikan beritanya di media online adalah Chicago Tribune. konten-konten dalam portal berita online mereka di isi dengan berita-berita dari harian edisi cetak mereka yaitu Chicago Tribune Newspaper. sejak kemunculan pertama Chicago Tribune versi online ini pada tahun 1992, mulai muncul banyak media online lain yang mengikuti jejaknya sehingga sampai tahun 2001 tercatat ada 12.000 lebih media online yang muncul di Amerika. (kompasiana.com).

Media Online atau biasa disebut dengan internet adalah hasil dari persilangan teknologi komunikasi yang menawarkan kepada pengguna sebagai media yang berfungsi sebagai alat komunikasi antar manusia atau juga disebut media inetaktif, dimana media memungkinkan partisipasi aktif baik penerima maupun pengirim. Media online bisa menampung berita teks, image, audio dan video. Berbeda dengan media cetak, yang hanya menampilkan teks dan image. "Online" sendiri merupakan bahasa internet yang berarti informasi dapat diakses dimana saja dan kapan saja selama ada jaringan internet.

Jurnalisme Multimedia: Pertama, sebagai presentasi paket berita di website menggunakan dua atau lebih format media, seperti kata-kata lisan atau tulisan, musik, gambar diam atau gambar bergerak, animasi grafis, termasuk elemen interaktif dan hipertextual. Kedua, sebagai presentasi paket berita dengan beragam media yang terintegrasi, seperti website, usenet newsgroup, email, SMS, MMS, radio, televisi, teletext, koran dan majalah cetak. (kompasiana.com).

Jurnalisme online ini merupakan perubahan baru dalam ilmu jurnalistik. Awal sejarah jurnalisme online di dunia muncul pada tahun 1990-an, setelah teknologi internet mulai dikembangkan. Teknologi nirkabel atau wireless pada notebook (komputer jinjing) pun diciptakan, yang pada akhirnya memudahkan pelaksanaan proses-proses jurnalistik. Hal yang paling luar biasa dengan kemunculan jurnalisme online, dimulai pada tanggal 19 Januari 1998, ketika Mark Drudge (berkebangsaan Amerika, pencipta dan editor situs kumpulan berita Amerika), mempublikasikan kisah perselingkuhan Presiden Amerika Serikat, Bill Clinton, dengan Monica Lewinsky, dari situlah dianggap sebagai awal munculnya Jurnalisme Dalam Jaringan atau Daring (online), kemudian berkembang di berbagai negara lain.

Media online di Indonesia mulai berkembang pada masa-masa akhir pemerintahan Soeharto pada tahun 1998. Detickom menjadi sebuah media online pertama yang di kelola secara serius di Indonesia pada masa itu. Pada mulanya detickom membuat portal berita online yang terbilang dengan desain dan konten

yang seadanya, konten-konten berita yang dimuat adalah berita politik, ekonomi dan teknologi informasi yang semuanya di pindahkan dari versi cetak ke versi online (walaupun pada masa itu versi cetak detikcom tidak bertahan lama). Baru kemudian setelah pergolakan politik era Soeharto mulai mereda, dimuatlah rubrik hiburan dan olahraga.

Pada tahun 2000-an, muncul situs-situs pribadi yang menampilkan laporan jurnalistik pemiliknya, yang kemudian disebut sebagai weblog atau blog. di Indonesia, kemunculan media online pertama dimulai oleh Majalah Mingguan Tempo pada 6 Maret 1996. Alasan pendirian Tempo pada waktu itu adalah semata-mata agar media itu tidak mati karena media cetak Tempo pada saat itu sedang dibredeli. Dalam segi bisnis, Detik.com adalah salah satu pemain lama media online di Indonesia. Server detikcom sebenarnya sudah siap diakses pada 30 Mei 1998, namun baru mulai online dengan sajian lengkap pada 9 Juli 1998. Detik.com adalah media online berupa portal berita pertama di Indonesia yang benar-benar menjual konten dan menerbitkan informasi secara update dan real time. Hingga saat ini, detik menjadi portal yang paling banyak diakses. Keberhasilan Detik.com kemudian ditiru oleh berbagai perusahaan lain. Seperti juga di internasional, di Indonesia pertumbuhan internet dan media online menjadi pesaing bagi media cetak. Sebagai bentuk reaksi, banyak media cetak yang kemudian juga membuat portal berita dalam versi online. Muncul Kompas Cyber, Media Indonesia dll. Juga muncul portal pesaing Detik.com seperti OkeZone.com, VivaNews.com, dll. Media massa online layak disebut dengan jurnalisme masa depan. Karena perkembangan teknologi memungkinkan orang membeli perangkat pendukung akses internet praktis seperti notebook atau netbook dengan harga murah. Apalagi kalau koneksi internet mudah diperoleh secara terbuka seperti hotspot (WiFi) di ruang-ruang publik. Sehingga minat masyarakat terhadap media bisa bergeser dari media cetak ke media online.

Toko online di Indonesia baru mulai populer di tahun 2006. Pada akhir tahun 2008 jumlah toko online di Indonesia meningkat puluhan hingga ratusan persen dari tahun sebelumnya. Faktor pendukungnya adalah makin banyaknya

pengguna internet di Indonesia, yang tadinya hanya sekitar 2.000.000 orang pada tahun 2000 menjadi 25.000.000 pengguna pada tahun 2008. (internetworldstats.com data hingga Juni 2008). Faktor kedua yang menyebabkan hal tersebut, karena semakin mudah dan murah koneksi internet di Indonesia, ketiga semakin banyak pendidikan dan pelatihan pembuatan toko online dengan harga sangat terjangkau.

Perkembangan online shopping atau belanja online seperti halnya laku.com, blibli.com, tokobagus.com, kini semakin ramai dengan berbagai jenis produk mulai dari fashion, makanan, keperluan rumah tangga, sampai gadget dll. Saat ini diperkirakan jumlah toko online di Indonesia telah berjumlah ratusan.

Semakin banyak e-commerce (layanan untuk sarana jual/beli online) yang berkembang di Indonesia membuat banyak perubahan pola belanja masyarakat yang awal bersifat konvensional kini berbelanja cukup dengan memilih produk yang ada di web/blog. Website depkominfo telah mempunyai halaman sistem informasi pemetaan e-commerce Indonesia, namun sistem tersebut belum berjalan sebagaimana mestinya. Beberapa toko online memiliki data web yang selalu terupdate dan memiliki informasi kontak yang jelas. Toko online lainnya ada yang datanya tidak update (informasi terakhir adalah data antara 1 bulan hingga 12 bulan sebelumnya), ada pula yg tidak memiliki informasi kontak secara jelas, dan fitur e-commerce yang tidak lengkap.

Saat ini diperkirakan jumlah toko online di Indonesia telah berjumlah ratusan, Menurut data statistik: jumlah masyarakat online di seluruh dunia (data tahun 2007) adalah 1,2 milyar dan diperkirakan bertumbuh menjadi 1,9 milyar pada tahun 2011. Pertumbuhan pengguna internet yang amat pesat nampak di seluruh benua, benua Asia tertinggi dari benua-benua lainnya. Data Jurnal Bisnis Internasional: para pebisnis kecil yang menggunakan internet marketing bertumbuh 46 % lebih cepat dibanding mereka yang belum menggunakan internet marketing. Media digital seperti internet telah merajai seluruh area bisnis dan komunikasi, mengalahkan media print (cetak).

Toko online sangat identik dengan UMKM, baik dari segi permodalan hingga manajemennya, bedanya hanya medianya saja, UMKM menganut media offline, sedangkan toko online menggunakan cara online. Namun satu hal yang cukup penting adalah belum adanya lembaga yang mewadahi dan mampu melindungi toko online Indonesia. Untuk komunitas toko/bisnis online sendiri ada beberapa yang sudah terbentuk diharapkan dapat menumbuhkan bisnis online di Indonesia. (weebly.com).

Dilansir dari berbagai sumber, awal mula toko online di Indonesia dimulai pada tahun 1994 saat Indosat menjadi internet service provider pertama di Indonesia sekaligus memberikan koneksi internet bagi seluruh masyarakat. Koneksi internet itu bisa dimanfaatkan sebagai jalan bagi kebanyakan orang untuk berjualan. Cikal bakal toko online baru muncul di tahun 1999 saat Andrew Darwis mendirikan sebuah forum bernama Kaskus yang juga menjadi forum jual beli. Selanjutnya, Bhinneka.com berdiri dan menjadi tempat jual beli juga di tanah air.

Menyadari pertumbuhan transaksi online yang berkembang dengan cepat, pemerintah Indonesia akhirnya memutuskan untuk membuat draft UU e-commerce. Empat tahun berselang, Tokobagus.com berdiri. Ekosistem toko online yang semakin banyak membuat Doku diluncurkan sebagai layanan uang elektronik. Dua tahun kemudian, Tokopedia berdiri. Hype e-commerce berhembus dengan kencang saat Go-jek didirikan pada tahun 2010 sebagai layanan transportasi online serta didirikannya Bukalapak. Hingga kini, Tokopedia dan Go-jek terus berinovasi dan telah menjadi perusahaan yang memiliki pengaruh besar pada ekonomi tanah air. Mulai bermunculan perusahaan-perusahaan e-commerce yang bergerak di berbagai bidang seperti Tiket.com yang berdiri pada tahun 2011. Setahun kemudian, giliran Traveloka dan idea yang berdiri serta diadakannya Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional: www.paper.id).

Berdasarkan data BPS, dari 17 juta UKM di Indonesia, hanya 75 ribu yang memiliki website atau sudah go online. Pertumbuhan yang lambat ini diakibatkan akses pembuatan website yang terlalu eksklusif. Baik itu dari segi pengenalan dan pengadaannya. BOC Indonesia yang saat ini menginjak 14 tahun (per Agustus 2017) dalam usia pelayanan, banyak menerima permintaan pembuatan website berskala UKM namun dengan pembiayaan yang serba terbatas. BOC Indonesia ingin menjadi jembatan antara kebutuhan UKM agar mudah Go Online dan memberikan ruang gerak bagi dunia pendidikan untuk menerapkan ilmunya. Sebuah inisiatif adalah dengan hadirnya UKMOnline.Org yang diharapkan menjadi solusinya.

UKMOnline.Org memberikan kesempatan UKM memiliki aset digital dengan pembiayaan yang terjangkau dan bertanggungjawab. Demikian pula beri kesempatan generasi muda berkarya terapkan ilmu nya dengan melayani pembuatan aset digital milik para UKM. Semua proses dalam mencipta aset digital itu berada dalam pengawasan BOC Indonesia dan para rekanan nya. UKMOnline.org memberikan harga tanggungjawab sebesar Rp. 750.000 untuk penciptaan aset digital sebuah UKM. Harga pembuatan aset digital sudah terjangkau dan harapan nya UKM tidak sepelekan aset tersebut. UKM harus bertanggungjawab atas kemudahan yang diberikan UKMOnline.org untuk besarkan bisnis nya melalui website dan media digital lainnya. (ukmonline.org).

BAB II

TIPS DAN PENANGKAL HAMBATAN DALAM UPAYA MEMBUKA BISNIS ONLINE

1. Tips Untuk Setiap Orang (Kita Dapat Membuka Usaha Online)

Hadirnya sosial media yang didukung oleh kekuatan internet saat ini berpotensi mendukung keberhasilan promosi suatu usaha atau produk dengan mudah, cepat dan murah, bahkan tanpa modal Sama sekali. Apalagi dengan berbagai sarana beragam internet tools yang ada seperti website, blog, sosial media dan sifatnya yang global, real time dan praktis membuat kegiatan promosi usaha Anda dapat lebih maksimal karena jangkauannya yang luas dan hampir tidak terbatas.

Promosi sebuah produk atau jasa kini semakin maju dan mudah dilakukan semenjak populernya sosial media. Semenjak kehadiran media sosial untuk promosi, promosi bisnis tidak lagi dilakukan via radio, media cetak atau televisi. Saat ini dapat disebut era digital dimana media online merupakan wadah yang populer dimanfaatkan untuk mempromosikan sebuah bisnis. 10 (sepuluh) Media Online untuk Melakukan Promosi Bisnis. Lantas apa saja media online yang mantap untuk dijadikan media promosi handal untuk bisnis Anda: 1.) Facebook, 2.) Twitter, 3.) Instagram, 4.) Path, 5.) Kaskus, 6.) Google+, 7.) Market Place, 8.) Blog, 9.) Email Marketing, dan 10.) Youtube. (www.cermati.com).

Melalui media online lainnya seperti Facebook, Instagram, WhatApps, Twiter, dan aplikasi lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, namun tidak mengurangi makna dan tujuannya sebagai media informasi dan komunikasi; maka bagi para pemula bisnis online, hal utama adalah disarankan untuk memaksimalkan penggunaan sosial media lainnya yang disebutkan seperti diatas. Kegunaannya, tak lain dan tak bukan adalah untuk meningkatkan brand awareness dan menarik para pelanggan." (Bisnis) online memang gampang, tapi perlu strategi di balik itu juga. Misalnya ada yang baru memulai usaha di online, sebaiknya coba dulu di media yang disebutkan tersebut diatas, karena biar

bagaimana pun media tersebut diatas, masih ada penggemarnya dan masih banyak yang menggunakannya.

Mencoba Sosial Media Lainnya; Selain tersebut diatas, maka kita bisa mulai ke web gratis seperti membuat akun ke Blogspot. Dan selanjutnya, jangan lupa juga ada satu sosial media yang bisa kita manfaatin, yaitu Twitter. Untuk awalnya, create awareness di Twitter bisa menggunakan buzzer, orang yang twitter followernya banyak bisa kita kasih produk kita ke dia untuk dipromosikan.

Jangan Spamming; Penggunaan sosial media harus dilakukan dengan bijaksana. Hindari melakukan spamming yang akhirnya membuat orang kesal. "Spamming itu kaya mention-mention orang yang nggak jelas, terus retweet-retweet dan minta follback. Dia randomly tanpa tahu itu target marketnya dia apa bukan, tapi dia main mention-mention segala macem. Di Facebook juga begitu, jangan nge-tag foto sama orang yang nggak dikenal atau bukan temen Facebook kamu karena itu mengganggu banget.

Cara Bijaksana; Cara mempromosi harus yang bijaksana dan tidak mengganggu. "Cara wisenya, pilih dulu target audience-nya yang benar-benar cocok, terus giring ke Facebook saja dulu. Kalau dia udah loyal, baru digiring ke sosial media lainnya.

Informasi Harus Lengkap; Saat membuat bisnis online, Anda harus menampilkan informasi mengenai produk sebanyak-banyaknya. Hal ini karena para pelanggan tidak bisa menyentuh atau mencoba produk tersebut. Contohnya, bisnis online yang menjual baju. Ada baiknya Anda menulis jenis bahan, ukuran panjang baju, lebar baju, serta detail agar pembeli tidak merasa tertipu ketika mendapatkan barangnya.

Foto dengan Kualitas Bagus; Foto adalah kunci utama dalam bisnis online. Foto dengan kualitas buruk bisa membuat pembeli merasa tak nyaman, belum lagi dengan adanya perbedaan warna produk saat di foto dengan produk aslinya. Jangan sampai hanya karena foto yang tidak maksimal, Anda mendapat predikat penipu karena menjual barang yang tidak sesuai dengan keinginan pembeli.

Usahakan untuk Menggunakan Model; Foto dengan menggunakan model terlihat lebih hidup, terutama bagi online shop yang menjual pakaian. Dengan menggunakan model, pembeli jadi bisa memperkirakan produk tersebut saat dipakai. Selain itu, model yang sesuai bisa membuat produk jualan tampak lebih eksklusif dan menarik.

Berikut 5 (Lima) Tips untuk Membangun Personal Branding di Sosial Media. (www.cermati.com).

1. Gunakan Nama yang Sama untuk Semua Sosial Media. Di sosmed, Anda dapat mendeskripsikan siapa diri Anda yang sebenarnya. Gunakan informasi dan foto asli Anda. Jangan menggunakan nama-nama yang bukan merupakan informasi diri Anda, seperti menggunakan Nama dan foto artis. Penggunaan nama yang sama ini berlaku untuk semua sosial media yang Anda punya, agar setiap orang yang ingin mencari informasi tentang Anda di Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, atau LinkedIn lebih mudah ditemukan. Dengan melakukan langkah ini saja, Anda sudah melakukan personal branding untuk Nama Anda sendiri.
2. Memperbaharui Profil Sosial Media Secara Berkala. Pastikan Anda selalu memperbarui profil di sosmed, apakah itu deskripsi, biografi, maupun foto profil. Profil yang up to date memiliki kemungkinan lebih besar dapat dilihat orang lain. Dengan melakukan update profil sosial media secara berkala, Anda juga membuat yakin orang lain bahwa akun yang Anda kelola adalah benar-benar brand Anda sendiri dan bukan dikelola oleh pihak lain.
3. Temukan dan Posting Konten Sesuai Passion. Semakin banyak Anda posting konten di sosial media, semakin banyak pula orang yang dapat mengenali diri Anda. Tetapi ada beberapa hal yang perlu diingat, tidak semua sosial media mengizinkan penggunaannya untuk posting dalam jumlah banyak dalam waktu berdekatan. Sebut saja Facebook. Anda tidak dapat update status dalam waktu yang berdekatan layaknya Twitter. Pastikan Anda posting di sosial media dan waktu yang tepat. Temukan terlebih dahulu passion Anda apa, dan ingin dikenal sebagai apa?

Traveller, grafik designer, reviewer? Unggah sesuatu yang berhubungan dengan minat dan bakat Anda.

4. Bergabung dalam Grup atau Komunitas. Komunitas adalah salah satu tempat menimba dan membagikan ilmu yang sudah Anda miliki. Bergabung dengan komunitas atau grup yang memiliki visi Sama dengan Anda, tentu dapat menambah wawasan dan memperluas jaringan Anda. Pastikan Anda sering mengajukan pertanyaan dalam grup tersebut agar orang-orang mengetahui bakat dan personal Anda. Lakukan interaksi sebanyak mungkin dengan orang-orang yang punya visi dan misi yang Sama dengan Anda. Cobalah sesekali untuk sekadar "say hi" kepada orang-orang, terutama yang Anda anggap sebagai role model di sosmed. Besar kemungkinan mereka dapat melihat profil Anda dan merekomendasikan diri Anda ke orang lain.
5. Pilih Media yang Tepat. Jika Anda sudah tau passion apa, sekarang saatnya memilih media yang cocok untuk mendongkrak personal branding Anda. Sebagai contoh Anda seorang fotografer, maka media yang cocok untuk Anda adalah Instagram dan Tumblr. Beberapa media lainnya, seperti Twitter, Blog, dan Google+ juga berguna untuk melakukan promosi dan hasil-hasil foto yang telah diunggah ke Instagram. Pastikan Anda menggunakan setiap sosial media sesuai dengan porsinya masing masing.
6. Ikuti Akun-akun yang Bermanfaat. Cara lainnya membangun personal branding di sosmed, adalah dengan mengikuti akun-akun yang bermanfaat yang sesuai dengan karakteristik Anda. Kalau Anda suka menulis tentang keuangan, selain Anda mengikuti akun berita dalam maupun luar negeri, Anda juga bisa follow akun instansi yang terkait, seperti Bank Indonesia, Kementerian Keuangan, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan akun lain yang akan mendukung personal statement Anda.
7. Minta Testimoni dari Orang yang Anda Kenal. Di LinkedIn, Anda bukan hanya dapat berbagi tentang hal-hal yang Anda minati, menjelaskan secara detail diri Anda, termasuk pengalaman bekerja, dan lainnya untuk

mendukung karier Anda. Dalam penggunaan sosmed tersebut, Anda dapat meminta testimoni skill dari orang-orang yang kenal mengenali Anda dan terhubung satu-sama lain. Testimoni ini bisa ditambahkan di bagian profil. Testimoni tersebut bisa menjadi referensi yang dapat dibaca koneksi maupun oranglain yang mengunjungi LinkedIn Anda, sehingga memberi kepercayaan terhadap diri Anda.

2. Hambatan Dalam Membuka Bisnis Online

Memulai bisnis online tidaklah jauh berbeda dengan bisnis offline, dan hal yang mendasar pembedanya adalah bagaimana Cara memasarkan produk mereka dipasaran. Bisnis online tidaklah Sama dengan bisnis offline, sebab bisnis offline memepertemukan pembeli dan penjualnya didalam suatu tempat yang telah menjadi market place dari strategi perencanaan yang telah ada sejak dahulu.

Persaingan yang ketat; Solusi yang dapat dilakukan, antara lain adalah, bersaing melalui harga, apabila produk yang dijual ternyata memiliki kesamaan segmen dengan beberapa online shop lainnya. Contoh umumnya jika produk yang dijual adalah baju, tas, atau sepatu. Maka bisa dilakukan cara dengan memasang harga yang sedikit lebih rendah, atau harga agak tinggi dengan kualitas yang jauh lebih baik.dengan mencari produk yang unik dan berbeda daripada lainnya. Usahakan memilih atau membuat barang yang unik, namun trend dan memikat pasar. Terakhir, memainkan strategi pemasaran yan tepat sasaran untuk menarik minat pasar.Beberapa cara strategi yang menarik dapat dilakukan, seperti memberi diskon, atau hadiah bagi yang memesan lebih dari 2 buah, atau melakukan penjualan besar- besaran dengan mengunggah barang di berbagai media sosial yang dimiliki dan rajin mengupdate barang yang dijual. Beberapa cara tersebut dapat dilakukan untuk memenangkan persaingan dengan online shop lainnya.

Produsen/supplier; Masalah pemasok adalah masalah yang dapat terjadi di awal memulai bisnis online shop, atau bisa saja terjadi di tengah perjalanan bisnis ini. Masalah umum yang biasa dialami adalah ketika reseller atau pebisnis

online shop kesulitan menemukan partner pemasok barang yang tepat sehingga kegiatan penjualan terhambat karena barangnya tidak ada. Atau bisa saja yang terjadi adalah ketika reseller dan supplier memiliki masalah yang akhirnya menyebabkan supplier tidak melanjutkan kerja sama untuk menyalurkan barang. Sebagai pebisnis, tentunya hal ini paling dihindari bukan? Maka dari itu usahakan mencari partner yang tepat dalam memulai bisnis ini. Bisa saja mencari produsen dari banyak tempat, sehingga produk yang akan dijual pun menjadi beragam macamnya.

Apabila telah menemukan produsen yang tepat, sebaiknya saling menjaga hubungan dan kepercayaan satu sama lain. Bertindak profesional, karena siapa pun yang ingin sukses, wajib hukumnya bertindak profesional. Jika membuat perjanjian kerjasama, usahakan membicarakan isi perjanjian dengan seksama dan adil, agar tidak terjadi kesalah-pahaman. Menjaga hubungan dengan berbagai pihak khususnya relasi menjadi kunci kesuksesan berbisnis.

Penipuan; Bisnis online shop ternyata tidak hanya menjadi peluang bagi para pebisnis, tapi menjadi peluang bagi para penjahat yang mencoba memanfaatkan trend ini untuk melakukan penipuan. Berbagai kasus penipuan online shop banyak diberitakan di TV, koran, bahkan para pengguna sosial media sendiri. Biasanya para pengguna akun media sosial yang pernah menjadi korban akan mengunggah pengalaman mereka yang ditipu oleh online shop palsu, dengan harapan tidak akan ada yang menjadi korban berikutnya. Beberapa kasus yang terjadi adalah ketika konsumen sudah mentransfer uang ke rekening yang bersangkutan, namun barang tak kunjung dikirim. Bahkan ada yang mengirim barang, namun isi pakatnya ternyata sampah. Untuk mengatasi masalah ini, yang perlu dilakukan adalah, mencantumkan nomor telepon yang bisa dihubungi. Selain nomor telepon, dapat dicantumkan pula alamat jika ada, atau pin BBM, dan akun media sosial lainnya. Tidak hanya itu, dapat dicantumkan pula testimoni para pembeli yang telah menerima barang dan merasa puas dengan pelayanan yang diterima. Sebaiknya mungkin menghubungi konsumen yang bersangkutan secara berkala untuk mem-follow up penerimaan barang apakah sudah sampai atau

belum, dan sebagainya. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar para konsumen merasa aman dan percaya bahwa barangnya akan sampai ke tangan dalam waktu yang ditentukan.

Akses internet; Syarat utama dalam memulai bisnis online adalah ketersediaan akses internet. Bisa dibayangkan koneksi internet adalah nyawa dari online shop sendiri. Tentu tanpa akses internet, bisnis tidak dapat dijalankan bukan. Oleh karena itu, masalah akan timbul apabila pebisnis tiba-tiba kehilangan koneksi internet. Hal ini dapat terjadi apabila iuran internet belum dibayar, atau terputus tiba-tiba. Sebab lainnya bisa saja ketika pebisnis bepergian ke luar kota yang ternyata sinyal internetnya jelek. Untuk mengatasi masalah ini, usahakan membayar pulsa internet tepat waktu, agar nantinya tidak kerepotan. Tentunya biaya internet harus dimasukkan sebagai anggaran pengeluaran utama ketika merencanakan bisnis ini. Dan apabila sedang bepergian ke luar daerah, usahakan agar menunjuk orang yang dipercaya untuk mengatasi semua urusan bisnis sementara. Atau cara lainnya, memprogram agar semuanya dapat tetap teratasi walaupun berada di tempat yang koneksi internetnya kurang bagus.

Dikutip dari laman bisnisukm.com, agar anda dapat mengantisipasi kendala yang dihadapi setiap pelaku bisnis online diantaranya adalah sebagai berikut (www.bisnisukm.com):

1. Banyaknya penipuan di dunia maya. Maka solusinya adalah selalu meyakinkan konsumen dengan alamat, kontak person yang dapat dihubungi, dan sertakan gambar pendukung yang menjadi bahan pertimbangan pembeli dalam mengetahui produk yang sedang dipasarkan.
2. Persaingan untuk bisnis online sangatlah tinggi. Maka solusinya adalah menawarkan produk yang sedang dipasarkan dengan keunikan tersendiri, agar menjaga persaingan yang tidak terlalu tinggi.

3. Kendala koneksi internet. Maka solusinya adalah dengan memanfaatkan fasilitas provider yang handal dan terpercaya, seperti fasilitas wifi, dan lainnya.
4. Terbatasnya pengetahuan tentang bisnis online. Maka solusinya adalah banyak belajar dan mempelajari buku-buku bisnis online yang sudah banyak beredar dipasaran, atau dengan mengikuti kelas online yang banyak ditawarkan oleh praktisi dan pakar bisnis online seperti *internet marketing*.

Perkembangan bisnis online di Indonesia mengalami sangatlah pesat. Hal ini mengalami dikarenakan potensi pasar di Indonesia sangatlah besar. Bahkan perkembangan bisnis online ini diprediksi oleh banyak pengamat perkembangan ini dapat terus meningkat setiap tahunnya. Banyak para pemula tidak mengetahui tentang kendala-kendala yang dapat dihadapi oleh mereka ketika menjalankan bisnis online. Inilah yang menjadi penyebab banyaknya pebisnis online mengalami kegagalan membangun usaha online mereka. Berikut beberapa kendala bisnis online yang sering di hadapi di Indonesia (www.pahlevi.net):

1. Keterbatasan pengetahuan tentang bisnis online. Keterbatasan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh pebisnis online membuat mereka menjalankan bisnis dengan Cara yang tidak efektif. Hal ini membuat bisnis mereka menjadi tidak maksimal bahkan tidak menghasilkan apapun. Dengan tidak berkembangnya usaha online mereka membuat rata-rata pebisnis pemula ini berhenti. Oleh sebab itu seorang pebisnis harus terus mempelajari dasar-dasar bisnis online dan juga pengetahuan tentang pengembangan usaha.
2. Kompetisi bisnis online yang sangat ketat. Contohnya anda ingin berjualan baju online maka anda dapat menemukan banyak online shop yang berjualan baju termasuk online shop yang besar maupun yang kecil. Untuk mengatasi persaingan tersebut maka anda harus memiliki strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat mengatasinya. Strategi pemasaran toko online yang biasa dilakukan dengan Cara

menetapkan harga barang yang lebih murah dari pesaing lainnya. Terutama untuk produk anda yang memiliki persaingan yang ketat.

3. Koneksi internet yang lambat. Koneksi Internet yang lambat banyak menjadi kendala bagi pebisnis online terutama di Indonesia terutama di daerah luar Kota. Bahkan di beberapa tempat di Indonesia belum terkoneksi dengan internet. Kendala bisnis online ini tentunya dapat menjadi penghambat bagi pebisnis daerah yang menginginkan bisnis mereka dapat di onlinekan.
4. Proses pengiriman barang dari toko online ke pembeli. Permasalahan proses pengiriman barang ini juga menjadi kendala bagi pemilik toko online. Area pengiriman yang ada saat ini masih belum bisa menjangkau daerah tertentu di Indonesia. Tentunya hal ini dapat menjadi kendala jika penjual mendapatkan pembelian dari daerah tersebut. Selain itu permasalahan yang timbul dari proses pengiriman ini adalah barang menjadi rusak ketika barang di kirim kepada konsumen.
5. Marak penipuan dalam bisnis online. Penjual yang melakukan aksi penipuan ini tentunya dapat mengurangi kepercayaan pembeli terhadap bisnis online. Contohnya seorang membeli hijab di online shop kemudian dia transfer kepada penjual. Namun ternyata tidak dikirim oleh penjual kepada pembeli. Dengan maraknya penipuan ini membuat banyak pebisnis online harus bekerja keras untuk mendapatkan kepercayaan konsumen.
6. Keamanan toko online. Keamanan sebuah toko online sering menjadi incaran para hacker. Hal ini dikarenakan toko online selalu berurusan dengan data pelanggan dan juga pembayaran online. Jika keamanan situs tidak terjamin dapat merusak reputasi toko online anda dan juga membahayakan informasi pelanggan anda. Oleh sebab itu anda harus memastikan bahwa toko online anda memiliki keamanan dan terlindung dari serangan hacker dan bocornya data pelanggan anda. Toko online harus melindungi situsnya terutama untuk proses

pembayaran dengan sistem keamanan yang berlapis. Anda dapat menggunakan sistem pembayaran online yang aman dan menggunakan kata kunci yang rumit sehingga sulit terbaca oleh hacker.

7. Permasalahan teknis. Masalah teknis tentunya terkadang dapat menghambat bisnis anda karena harus menemukan solusi untuk memperbaiki permasalahan ini. Itulah pembahasan tentang 7 kendala bisnis online yang sering dihadapi di Indonesia. Dengan mengetahui beberapa kendala dalam berbisnis online maka anda dapat mengantisipasinya ketika telah memulai berbisnis online.

BAB III

SISTEM, KEUNTUNGAN, DAN PENDAPAT MASYARAKAT TENTANG USAHA ONLINE

1. Sistem Transaksi Dalam Usaha Online

Bisnis *e-commerce* pada dasarnya bertujuan untuk mempermudah Anda untuk melakukan transaksi jual dan beli. Maka itu, metode pembayaran yang digunakan seharusnya juga mempermudah proses transaksi tersebut. Dari antara sekian banyak jenis transaksi pembayaran pada bisnis *e-commerce*, berikut ini adalah beberapa yang paling sering digunakan dan perlu Anda ketahui (www.dayas.id):

1. Pembayaran Kartu Kredit/Visa. Saat ini pembayaran menggunakan kartu kredit di toko online juga didukung sejumlah promo menarik seperti potongan belanja, cicilan 0% hingga program cashback oleh bank-bank penerbit kartu. Sangat menarik, bukan. Kartu Kredit (Credit Card); Apa yang tidak bisa dibayar dengan kartu kredit? Dari mulai toko online super yang menyediakan banyak jenis barang dagangan sampai toko online yang hanya mengkhususkan jenis barang dagangannya pun pasti menerima pembayaran via kartu kredit. Anda mungkin mengenal Google store, Apple store, Ebay dan Amazon yang semuanya menyediakan pilihan metode pembayaran melalui kartu kredit. Paypal; Selain kartu kredit, paypal adalah metode pembayaran online paling banyak digunakan saat ini. Di berbagai toko online mancanegara, anda tidak akan susah untuk menemukan metode pembayaran yang satu ini. Paypal adalah metode pembayaran online paling populer, karena selain menawarkan kemudahan saat bertransaksi, faktor lain yang menyebabkannya sangat terkenal saat ini adalah faktor keamanan, gratis biaya pendaftaran dan biaya bulanan pula lah yang menyebabkan metode pembayaran ini sangat booming di kalangan para pebisnis online Saat

ini paypal sudah mulai banyak digunakan oleh toko online lokal, baik toko terbatas maupun lengkap. Sayangnya, paypal belum mendukung penggunaan rupiah saat melakukan transaksi, sehingga toko online yang akan menggunakan paypal ini harus menjual barang dagangannya dengan mata uang asing seperti Euro atau Dollar Amerika. Kartu Debit Online (Payoneer). Tidak semua kartu debit dapat digunakan untuk transaksi online, terutama kartu debit lokal yang memang belum memperbolehkan penggunaan semacam ini. Namun jika anda menggunakan kartu debit dari bank luar negeri, anda mungkin bisa melakukan transaksi melalui kartu debit. Untuk mendapatkan kartu debit luar, anda bisa mendaftar di payoneer.

2. Transfer Bank. Selain pembayaran menggunakan kartu kredit, ini adalah salah satu cara pembayaran yang paling sering digunakan. Transfer dapat dilakukan melalui mesin ATM, internet banking maupun mobile banking. Transfer; Bank Meskipun bisa dibilang kuno, tapi metode ini masih sangat banyak digunakan oleh pebisnis online. Metode pembayaran melalui transfer bank memang sangat merepotkan, karena harus dilakukan secara manual. Artinya pembeli mentransfer dana secara manual, mengkonfirmasi secara manual dan kemudian penjual mengecek apakah dana yang di transfer tersebut sudah diterima atau belum. Sungguh membutuhkan proses yang sangat panjang. Namun demikian, metode yang satu ini paling umum dilakukan, karena orang yang tidak memiliki kartu kredit, paypal ataupun kartu debit online akan dapat melakukan transaksi pembayaran melalui transfer bank. Cek dan Weste Union; Meskipun kedua metode pembayaran ini berbeda, tapi saya menyatukannya di urutan nomor lima. Alasannya karena kedua metode ini lebih sering digunakan program affiliate atau periklanan seperti Google AdSense, Adbrite, ClickBank dan lain-lain dalam membayar gaji anggotanya. Pembayaran melalui cek akan dikirimkan langsung ke alamat yang dituju dan dapat dicairkan di bank lokal. Salah satu

kelemahan sistem cek adalah proses pengirimannya yang akan memakan waktu lumayan lama, apalagi jika cek tersebut dikirimkan dari luar negeri. Sedangkan western union adalah layanan pengiriman uang lintas negara atau dalam negeri secara real time yang aman dan dengan proses yang lebih cepat. Kedua sistem pembayaran ini terutama cek sangat jarang dijumpai di toko-toko online dalam maupun luar negeri.

3. Debit Visa. Hampir serupa dengan cara pembayaran menggunakan kartu kredit, pada beberapa jenis kartu debit dari bank tertentu juga bisa digunakan untuk transaksi online. Yang membedakan debit online dengan kartu debit biasa adalah dengan tercantumnya logo visa di kartu debit online. Fungsinya bisa menjadi kartu debit biasa dan bisa juga berubah menjadi alat pembayaran pada transaksi online. Contohnya kartu dari Jenius. Cara penggunaannya Sama seperti penggunaan kartu kredit, dengan memasukkan data yang tertera pada kartu lalu pembayaran dapat diproses secara otomatis. Bedanya, pemotongan biaya pada debit visa dilakukan pada rekening tabungan langsung sedangkan pada kartu kredit, tagihan dibebankan sebagai hutang.
4. Rekening Bersama. Jenis pembayaran yang kian berkembang ini punya tujuan untuk sama-sama melindungi penjual dan pembeli. Metode ini berkembang, seiring dengan munculnya transaksi jual beli di marketplace online. Rekening bersama ini melibatkan pihak ketiga yang bertujuan untuk menahan Dana sampai transaksi selesai dilakukan dan barang sampai dari tangan penjual ke pembeli secara utuh. Saat barang sudah sampai, pembeli wajib melakukan konfirmasi agar Dana segera dilepaskan kepada penjual.
5. Cash On Delivery (COD). Walau transaksi pembelian mungkin dilakukan secara online, namun proses pembayaran pada sistem COD dilakukan langsung secara offline antara penjual dan pembeli. Jadi bisa dibilang proses ini menghilangkan unsur kemudahan yang

menjadi poin utama dalam transaksi bisnis online. Namun sistem ini masih kerap digunakan oleh mereka yang ingin bertransaksi dengan melihat produknya langsung sebelum memilih untuk membayarkan. Biasanya poses pembelian juga terjadi lebih cepat dan biaya yang lebih mahal, karena tidak melalui proses pengiriman yang bisa memakan waktu 2-4 hari.

6. E-Wallet. Satu yang cukup berkembang dewasa ini adalah penggunaan dompet elektronik atau yang kita kenal dengan e-wallet. Walaupun masih ada keterbatasan layanan pembayaran hanya di merchant tertentu yang bekerjasama, namun ke depannya prospek e-wallet dapat berkembang lebih jauh sebagai alat pembayaran online. Beberapa e-wallet yang dikenal seperti Go-pay dari Gojek, T-Cash dari Telkomsel, dan Ovo, bisa digunakan untuk menyimpan uang didalam bentuk digital, siap untuk digunakan bertransaksi secara online. Beberapa marketplace bahkan sudah bekerjasama dengan layanan pembayaran lewat e-wallet ini.
7. Tunai di Gerai Retail. Bagi mereka yang tidak memiliki kartu kredit, atau sulit mengakses mesin ATM dan tidak memiliki layanan internet banking, memilih pembayaran lewat gerai retail seperti Indomaret, Alfamart, Kantor Pos Indonesia hingga JNE juga bisa dilakukan. Hal tersebut dilakukan karena tidak semua daerah dapat dengan mudah mengakses mesin ATM atau bank, tapi dapat dengan mudah menemukan gerai-gerai retail dengan jarak yang cukup terjangkau dari tempat tinggalnya. Semakin berkembangnya tren bisnis ke arah digital, maka alat pembayaran pun semakin bergeser ke tren cashless atau transaksi dengan uang digital. Sebagai pelaku bisnis, di manapun berada, mengakrabkan diri dengan metode pembayaran ini sangatlah penting. Oleh karena itu, persiapkanlah diri Anda dengan informasi yang tepat seputar metode pembayaran digital dan instrumen pendukungnya, seperti di antaranya payment gateway.

2. Keuntungannya Dalam Usaha Online

Modal awal yang lebih kecil; Keuntungan pertama dari menjual barang secara online adalah kamu hanya memerlukan modal yang relatif lebih kecil dibanding berjualan offline. Karena kamu tidak perlu mendirikan atau menyewakan lahan sebagai tempat berjualan. Bahkan kamu tidak memerlukan biaya operasional. Yang kamu butuhkan hanyalah akses internet dan mungkin sebuah kamera untuk mengambil foto dari barang-barang yang ingin kamu jual.

Bisnis beroperasi 24 jam; Keuntungan kedua dari berjualan online adalah kamu tidak perlu khawatir lagi kapan waktunya membuka dan menutup toko, karena toko kamu bisa diakses selama 24 jam. Bahkan bila kamu menerima pesanan di jam tidur (sekitar 23.00 – 06.00) kamu masih bisa memproses keesokan harinya. Sehingga bisnis kamu berjalan secara optimal.

Target pasar yang lebih luas; Bayangkan bila kamu berada di wilayah terpencil dan tidak memiliki banyak penduduk, target konsumen kamu hanyalah masyarakat yang ada di sekitar wilayah tersebut. Bisnis kamu tentunya tidak akan berkembang. Solusinya adalah dengan berjualan online. Menurut laporan terakhir dari APJII, pada tahun 2014 saja terdapat kurang lebih 71 juta pengguna internet di Indonesia. Jadi bisa dibayangkan berapa besar potensinya.

Pantau dari mana saja dan kapan saja; Dengan bantuan internet, sekarang kamu tidak harus lagi terpaku di satu tempat untuk mengelola bisnis kamu. Kamu bisa mengakses dan mengelolanya dari mana saja dan kapan saja selama masih ada akses internet. Sehingga waktu kamu lebih fleksibel dan lebih optimal.

Jika Anda telah mempermainkan gagasan menyiapkan bisnis online, ada beberapa hal penting yang perlu dipikirkan. Banyak manfaat yang datang dengan menjalankan bisnis jenis ini bisa menjadikannya pilihan yang sangat tepat. Berikut ini beberapa keuntungan bisnis online (dosenekonomi.com):

1. Menyimpan uang. Salah satu manfaat utama menjalankan bisnis online Anda adalah Anda dapat menghemat banyak uang. Ini termasuk menghemat tempat usaha dan berbagai tagihan yang datang dengan menyewa atau membeli tempat. Selain itu, Anda melakukan penghematan di daerah-daerah seperti biaya perjalanan.

Anda dapat memotong banyak biaya untuk memulai bisnis jika Anda memutuskan untuk menyiapkannya secara online. Bagi mereka yang memulai bisnis dengan anggaran terbatas, ini adalah solusi ideal.

2. Bagus untuk produk bertema. Jika Anda menjual produk niche, operasi online sangatlah ideal. Orang yang mencari jenis produk tertentu dapat dengan mudah menemukan dan mengakses layanan Anda, yang berarti Anda bisa mendapatkan keuntungan dari lebih banyak pelanggan dibandingkan dengan setumpuk batu bata dan mortir, di mana Anda hanya dapat diakses oleh orang-orang yang terbatas. Perusahaan seperti Bikerringshop menjual produk spesialis seperti perhiasan tengkorak dan cincin tengkorak. Dengan beroperasi secara online, mereka dapat menjangkau khalayak global untuk produk niche mereka.
3. Sederhana dan nyaman. Menyiapkan dan menjalankan bisnis bisa menjadi tantangan nyata. Namun, saat Anda beroperasi online Anda bisa menghilangkan banyak stres dan kerumitan yang terlibat. Ini adalah metode bisnis yang sederhana, nyaman, dan sangat populer akhir-akhir ini. Inilah sebabnya mengapa semakin banyak perusahaan start-up memutuskan untuk beroperasi secara online.
4. Sangat populer dengan konsumen. Semakin banyak konsumen sekarang ingin menikmati kemudahan dan kenyamanan berbelanja barang dan jasa secara *online*. Dengan pengaturan online, Anda akan memenuhi permintaan ini. Hari-hari ini, orang terbiasa berbelanja barang apa saja yang mereka mau kapan saja siang dan malam.
5. Jangkauan Luas. Jika Anda memiliki bisnis secara offline, Anda akan membatasi diri Anda dalam hal audiens. Barang dan jasa Anda akan tersedia bagi masyarakat yang terbatas, seperti di wilayah geografis tertentu. Bila Anda menjalankan bisnis online Anda, Anda tidak perlu khawatir dengan keterbatasan ini. Anda dapat membuka penawaran Anda di tingkat nasional dan bahkan internasional.

6. Memberikan kemudahan. Bisnis bisa mentransfer data via internet tidak perlu menunggu layanan pos. Pekerja sekarang dapat bekerja dari rumah mereka di komputer mereka dan beristirahat terhubung dengan Kantor. Dalam pencarian untuk menghemat biaya, perusahaan dapat melakukan outsourcing pekerjaan, yang berarti mempekerjakan seseorang dari luar perusahaan bahkan di negara yang berbeda. Ini bisa jadi untuk melakukan tugas seperti entri data atau layanan pelanggan telepon.
7. Pemasaran yang gratis. Ini adalah manfaat penting lainnya dalam berbisnis online. Untuk bisnis offline, Anda mungkin harus membayar banyak uang untuk mempromosikan produk Anda, memasang iklan di media cetak, dll. Anda dapat mempromosikan bisnis online Anda tanpa biaya apapun, dengan optimasi mesin pencari yang bagus, bisnis dapat dengan cepat ditemukan. Oleh pelanggan yang mencari produk dan layanan mereka. Anda juga bisa menggunakan situs media sosial (facebook, twitter) dan situs-situs lain di niche Anda untuk mempromosikan produk Anda secara gratis.
8. Berjualan saat Anda tidur. Ini mungkin keuntungan terbesar dalam melakukan bisnis online, situs web Anda tidak hanya tersedia 24 jam per hari, namun juga tersedia untuk semua orang 365 hari setahun. Saat berbisnis online, tidak ada batasan waktu. Sebuah situs web tidak pernah ditutup, Anda akan mendapatkan pesanan online bahkan saat Anda sedang tidur.
9. Tidak ada batasan. Menjual secara online memungkinkan bisnis Anda menjangkau khalayak yang lebih luas. Setiap orang dengan koneksi internet dapat mengakses situs Anda. Dunia adalah batas Anda seperti tips bisnis instagram.
10. Ramah lingkungan. Anda juga bisa membuktikan diri sebagai pecinta alam dengan melakukan bisnis online. Bekerja secara online dari rumah Anda sendiri berarti penggunaan bensin lebih sedikit dan

lebih sedikit dokumen (lebih baik untuk lingkungan). Ini adalah keuntungan Lain dalam melakukan bisnis online.

11. Sangat mudah untuk melacak keberhasilan. Anda bisa mendapatkan laporan yang sangat akurat untuk mengetahui bagaimana pelanggan menemukan Anda dan laman apa yang mereka lihat di situs web Anda. Anda juga dapat mengumpulkan informasi kontak yang membantu Anda menargetkan bisnis baru seperti tips bisnis franchise.
12. Mudah untuk tetap berhubungan dengan pelanggan. Anda dapat menggunakan buletin dan pemasaran email untuk berkomunikasi dengan pelanggan Anda yang ada dan calon pelanggan baru yang telah memberi Anda alamat email mereka. Ini lebih murah daripada media periklanan tradisional dan juga, karena mereka tahu Nama Anda, pesan Anda akan diperhatikan di kotak masuk mereka. Di situs Anda, Anda dapat menyediakan bentuk komunikasi tambahan seperti live chat, forum atau formulir pertanyaan. Hal ini mengarah pada layanan pelanggan yang lebih baik dan juga peningkatan efisiensi. Saluran media sosial, seperti Twitter dan Facebook, juga menyediakan Cara lainnya untuk tetap berhubungan dengan klien Anda.
13. Transaksi keuangan jauh lebih mudah dan cepat. Mentransfer uang bisa dikelola dari perangkat mobile manapun. Layanan seperti PayPal bisa mentransfer uang ke hampir semua orang yang kita pilih di dunia. Menggunakan mata uang yang berbeda tidak menjadi masalah, layanan ini dapat mengkonversi mata uang yang berbeda ke dalam mata uang pilihan Anda. Jadi, kita bisa melihat dari sudut pandang bisnis ada banyak sekali keuntungan melakukan bisnis online. Apakah ada keuntungan bagi konsumen? Mengapa mereka berbelanja online? Berikut adalah beberapa alasan mengapa konsumen memilih untuk berbelanja online daripada pergi ke toko offline.

3. Pendapat Masyarakat Tentang Usaha Online

Sekarang ini masyarakat sudah tidak lagi gaptek dan buta internet. Semua pusat perbelanjaan mulai beralih lapaknya menggunakan internet. Satu persatu retail raksasa besar tutup satu-persatu, seperti Ramayana, Giant, dan lainnya. Aplikasi semacam blibli, buka lapak, tokopedia, shopee sebagai aplikasi unggulan yang menjadi pilihan masyarakat milenial di zaman yang sangat modern ini. Ditambah lagi kehadiran pembayaran online seperti Dana (dompet digital) OVO dan masih banyak lagi yang mendukung aplikasi belanja online. Sehingga pada akhirnya, semua mulai merubah cara pandangnya merubah budayanya, dan merubah kehidupannya menjadi sebuah koneksi dan interkoneksi raksasa yang mendunia dan masuk ke dalam era globalisasi.

E-commerce sebenarnya sudah mampu menarik banyak konsumen di Indonesia bahkan sebelum terjadinya wabah Covid-19. E-commerce juga merupakan salah satu pendorong utama yang menjadikan Indonesia sebagai negara dengan nilai ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara mencapai \$40 miliar pada tahun 2019 dan diprediksi meningkat hingga \$130 miliar pada tahun 2025. Dengan semakin banyaknya toko retail dan konsumen yang terpaksa beralih ke e-commerce, pertumbuhannya dapat ditingkatkan lebih jauh.

Sebelum Covid-19, e-commerce hanyalah sebuah pilihan. Namun untuk sekarang, penting sekali bagi toko retail dan produsen untuk menjual produk melalui platform e-commerce agar mampu mempertahankan bisnis mereka. Hal ini akan memberikan dampak jangka panjang yang positif karena konsumen akan semakin terbiasa berbelanja secara online, ”ujar Kusumo Martanto, CEO Blibli. Sementara itu, perubahan dinamika pasar yang disebabkan oleh pandemi juga menciptakan peluang bagi layanan pengiriman makanan online. Pemimpin pasar seperti Go-Food dan Grab Food – yang dapat diakses melalui Go-Jek dan Grab – telah menerapkan mekanisme pengiriman tanpa kontak dan prosedur kebersihan yang ketat untuk terus melayani konsumen. (ekonomi.bisnis.com).

Pelaku industri mengatakan bahwa pasar pengiriman makanan di Indonesia berpotensi meningkat dua kali lipat pada tahun 2020 akibat dari wabah Covid-19. Untuk mengimbangi dampak ekonomi akibat pandemi, pemerintah

telah mempercepat upaya reformasi perpajakan, termasuk pengenaan pajak atas transaksi pada platform e-commerce asing.

Pemerintah mengantisipasi adanya penurunan pendapatan pajak sebesar 10% tahun ini setelah menyalurkan berbagai bantuan dan insentif yang bertujuan untuk membantu usaha-usaha yang terdampak virus corona. Keuangan publik juga diperkirakan akan terpengaruh akibat dari penurunan pendapatan minyak dan gas karena permintaan dan harga global yang juga semakin menurun.

Pendapatan pajak di Indonesia akan bergerak menuju perpajakan digital seiring dengan transaksi online yang terus meningkat signifikan, terutama selama pandemi Covid-19,” ujar Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati dalam konferensi pers online awal bulan ini.

Pasca penerbitan Perppu Nomor 1 Tahun 2020 pada tanggal 31 Maret, pajak pertambahan nilai PPN sebesar 10% akan dikenakan atas barang dan jasa yang dijual melalui platform elektronik asing yang tidak memiliki entitas fisik di Indonesia, termasuk layanan ritel online, media streaming, e-learning, aplikasi, dan layanan cloud.

Masyarakat Indonesia merupakan pengguna setia platform sosial media internasional seperti Facebook dan Twitter, serta situs streaming seperti Netflix dan Spotify. Layanan video over internet protocol (VoIP) seperti Zoom juga semakin populer sejak adanya kebijakan berkerja dari rumah yang diterapkan beberapa perusahaan sejak bulan Maret.

Sebelumnya, platform-platform ini dapat menghasilkan pendapatan yang signifikan di Indonesia tanpa dikenakan pajak. Namun, hal ini akan berubah dengan adanya regulasi baru apabila platform tersebut memiliki produk, penjualan, atau pengguna aktif di Indonesia yang memenuhi kriteria untuk dikenakan pajak.

Peraturan pelaksanaan akan diterbitkan untuk menjelaskan lebih lanjut mengenai teknis pengenaan pajak – termasuk pajak penghasilan – terhadap perusahaan e-commerce asing yang memiliki keberadaan ekonomi yang signifikan di Indonesia.

"Apabila regulasi baru dapat diterapkan dengan efektif, hal ini akan berdampak baik bagi perusahaan e-commerce dalam negeri karena dapat menciptakan level playing field," ujar Martanto. (ekonomi.bisnis.com).

Sekian dan Terimakasih.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Ameka, Indriany. 2013. Manajemen Inovasi. Bandung : penerbit andi. Jurnal Hannisa Rahmaniar Hasnin, FISIP UI, 2011

Waringin Tung Desem. 2016. *4 Tips Membuat Inovasi Dalam Bisnis*.

Sumber Internet:

<http://szeretlek-87.weebly.com/eptik/category/sejarah-online-shopping-di-indonesia>

<http://ukmonline.org/luncurkan-ukm-online-indonesia/>

<https://bisnisukm.com/kendala-bisnis-online-dan-solusinya.html>

<https://dosenekonomi.com/bisnis/bisnis-online/keuntungan-bisnis-online>

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20200417/12/1228750/e-commerce-dorong-perekonomian-indonesia-selama-pandemi-covid-19->

<https://internetworldstats.com/>

<https://www.cermati.com/artikel/10-media-online-untuk-melakukan-promosi-bisnis>

<https://www.cermati.com/artikel/5-tips-untuk-membangun-personal-branding-di-sosial-media>

<https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/keuangan/macam-macam-sistem-pembayaran-pada-bisnis-e-commerce>

<https://www.kompasiana.com/1103/54f88619a3331148098b45b8/sejarah-internet-dan-perkembangan-media-online-di-indonesia>

<https://www.kompasiana.com/elyshabet94282/5d7b23f30d8230503c733ad2/kamu-harus-tau-tentang-perkembangan-dan-sejarah-jurnalisme-online-multimedia-dari-tahun-ke-tahun-di-dunia-dan-indonesia>

<https://www.pahlevi.net/kendala-bisnis-online/>

<https://www.paper.id/blog/headline/toko-online-di-indonesia/#:~:text=Cikal%20bakal%20toko%20online%20baru,beli%20juga%20di%20tanah%20air.>



SURAT PENUGASAN

Nomor : ST/121 /VII/2020/FE-UBJ

Tentang

**PENUGASAN DOSEN DALAM PENGABDIAN MASYRAKAT
SEMESTER GENAP TA.2019/2020
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

- Pertimbangan : Sehubungan dengan penugasan dosen dalam pengabdian masyarakat dengan penulisan modul bagi dosen tetap dan dosen tidak tetap Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Semester Genap TA.2019/2020. Dipandang perlu menugaskan Dosen Tetap dan Tidak Tetap Fakultas Ekonomi untuk melaksanakan kegiatan yang dimaksud. Untuk itu perlu mengeluarkan Surat Tugas.
- Dasar : a. Keputusan Kepala Kepolisian Republik Indonesia selaku Ketua Umum Yayasan Brata Bhakti Polri No. Pol : KEP/05/IX/1995/YBB tanggal 18 September 1995 tentang Pembentukan dan Pendirian Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
b. Surat Keputusan Rektor Nomor: SKep/086/VIII/2019/UBJ tanggal 02 Agustus 2019 tentang Pemberhentian dari dan Pengangkatan dalam jabatan di Lingkungan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
c. Surat Keputusan Rektor Ubhara Jaya Nomor: SKep/074/VII/2019/UBJ tanggal 04 Juli 2019 tentang Kalender Akademik Semester Ganjil dan Genap TA. 2019/2020 serta Penerimaan Mahasiswa Baru 2020/2021.

DI TUGASKAN

- Kepada : 1. Cahyadi Husadha, S.E., M.M
Dosen Tetap Prodi Manajemen
2. Widi Winarso, S.E., M.M
Dosen Tetap Prodi Manajemen
3. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo. CA., CSRA., CMA., CACP
Dosen Tetap Prodi Akuntansi
4. Ery Tequh Prasetyo, S.E., M.M
Dosen Tetap Prodi Manajemen
5. Dr. Wastam Wahyu Hidayat, S.E., M.M
Dosen Tetap Prodi Magister Manajemen
6. Dr. Mulyadi, S.E., Akt., M.Si., CA
Dosen Tetap Prodi Akuntansi

SURAT PENUGASAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI
NOMOR : ST/121/VII/2020/FE-UBJ
TANGGAL : 02 JULI 2020

7. Dr. Robertus Suraii, S.S., M.A
Dosen Tetap Prodi Teknik Informatika
8. Dr. Anton Wachidin Widajaia, S.E., M.M
Dosen Tetap Prodi Magister Manajemen

- Untuk :
1. Melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan melakukan penulisan modul dengan tema "**Strategi E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di Kota Bekasi**"
 2. Melaporkan hasil pelaksanaan kegiatan tersebut secara tertulis kepada Dekan Fakultas Ekonomi.

Dikeluarkan : Di Bekasi
Pada Tanggal : 02 Juli 2020



Dr. Istianingsih Sastroraharjo, CA., CSRA., CMA., CACP
NIP: 1905420

Tembusan:
Arsip