

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kegiatan transaksi tradisional pada jual beli masih dengan cara bertatap muka. Penjual bertemu dengan pembeli lalu mulai melakukan negosiasi harga, dan barulah terjadilah transaksi. Namun kini, cara tradisional mulai teralihkan sedikit demi sedikit walaupun tidak sepenuhnya menghilang dikarenakan dunia digital sudah mulai menggantikan itu semua. Prosesnya serba cepat, mudah, dan praktis. Secara umum era digital adalah zaman dimana semua kegiatan yang mendukung kebutuhan kehidupan sudah dipermudah dengan adanya teknologi, sehingga perkembangan teknologi di era digital terus berkembang seperti contoh di beberapa bidang seperti dibawah:

1. Bidang komunikasi yang hadir dengan berbagai macam fitur seperti *video call*.
2. Bidang teknologi atau finansial teknologi atau dompet digital yang mulai mendukung agar mempermudah para pengguna untuk bertransaksi dari rumah ataupun jarak jauh.
3. Bidang internet yakni *e-commerce*, *marketplace* ataupun *online shop* yang mulai mendukung kebutuhan sehari-hari.

Dalam dunia bisnis online sebutan untuk *e-commerce*, *marketplace* dan *online shop* adalah tiga hal yang berbeda termasuk pengertian dan faktor.

- a. *E-commerce* hampir sama dengan *marketplace*, yaitu pembeli tinggal memilih barang yang diinginkan pada sebuah *website*, kemudian mengklik tombol “beli” dan melakukan *transfer* sejumlah harga yang tercantum. Bedanya adalah pada *e-commerce*, barang ataupun produk yang dijual berasal dari *website* itu sendiri dan tidak membuka lahan atau tempat bagi para penjual lain untuk menjajakan produk mereka. Tidak ada tawar menawar dan harga yang diberikan adalah harga pas.
- b. *Marketplace* adalah model bisnis yang mana *website* yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, tapi juga memfasilitasi transaksi uang secara *online*. Pada sistem belanja *online* ini,

sebuah *website* menyediakan lahan atau tempat bagi para penjual untuk menjual produk-produknya.

Di *website* inilah para pengguna akan menemukan produk dari penjual yang berbeda, ada juga beberapa penjual dari *online shop*. Setiap produk yang terdapat dalam *website* tersebut telah diberikan spesifikasi dan penjelasan kondisi produknya, sehingga pembeli dapat langsung mengklik tombol “beli” kemudian melakukan *transfer* sejumlah harga yang tercantum.

- c. *Online shop* atau yang disebut dengan toko *online* adalah sistem belanja *online* yang mana pembeli dapat menanyakan harga atau pertanyaan apapun terkait produk kepada penjual secara langsung bisa melalui LINE, Twitter, atau Whatsapp. Di beberapa *online shop*, biasanya akan ada diskon setelah pembeli sering berlangganan pada *online shop* tersebut. Ada juga *online shop* yang masih memberlakukan tawar menawar harga suatu produknya.

Di Indonesia dimulai pada tahun 1994 saat Indo *net* menjadi *internet service provider* pertama di Indonesia sekaligus memberikan koneksi internet bagi seluruh masyarakat. Cikal bakal toko *online* baru muncul di tahun 1996, muncul *Dyvia.com* Intrabumi atau *D-Net* yang dianggap sebagai perintis jual beli *online*. Pada tahun 1999 saat Andrew Lewis mendirikan sebuah forum bernama Kaskus yang juga menjadi forum jual beli. Selanjutnya *Bhineka.com* berdiri dan menjadi tempat jual beli di tanah air. Kehadiran media transaksi ini tentu saja menjadi kabar yang baik, tidak untuk hanya pemilik bisnis saja melainkan *customer* juga. Dengan menggunakan internet, proses transaksi akan jauh lebih mudah. Akan tetapi, pada mulanya penggunaan internet hanya sebatas menampilkan produk. Untuk transaksi pembayaran, tetap saja antara penjual dan *customer* harus bertemu. Istilah tersebut kemudian hari dinamakan *cash on delivery* (COD). Kemudian, inilah titik mula munculnya *platform online* di Indonesia yaitu tahun 2010 sampai dengan 2011, satu per satu *marketplace* dan *e-commerce* di Indonesia mulai menampakkan diri.

Pada tahun lalu tepatnya 2020 di bulan Maret, Indonesia dilanda pandemi virus corona atau *COVID-19* (Wabah *pneumonia* atau infeksi paru-paru di kota Wuhan, China pada Desember 2019) dan juga sudah menyebar ke negara lainnya terlebih dahulu mulai Januari 2020. Saat itu pemerintah bergegas mengeluarkan protokol kesehatan yaitu regulasi *social distancing* dan beraktifitas dirumah, namun sayangnya hal tersebut mengakibatkan sektor perekonomian mulai

melemah. Sehingga banyak para pedagang kaki lima, unit usaha kecil menengah dan perusahaan beralih kepada *platform online* termasuk masyarakat yang sekedar memenuhi kebutuhan hidupnya dengan menggunakan layanan platform belanja *online*. Perusahaan/instansi termasuk kewirausahaan atau usaha mikro kecil menengah turut berlomba untuk membangun usahanya kembali dengan tujuan yang sama yaitu meraih keuntungan dan atau laba. Tujuan lainnya adalah memuaskan kebutuhan, meningkatkan kualitas dan menarik kepercayaan *customer* sebanyak-banyaknya agar dapat membangun mutu sektor perekonomian kembali.

Mulai tahun 2020 *platform* belanja *online* sudah mulai dipergunakan dengan baik oleh masyarakat di awal semasa pandemi. Namun tahun ini 2021 diprediksi jika belanja *online* akan menjadi tren yang terus berlangsung di masa pandemi dan terus berlanjut hingga kondisi normal baru. Bisa dikatakan bahwa *e-commerce*, *marketplace* dan *online shop* di Indonesia sedang masuk dalam masa era keemasan.

Berikut daftar *e-commerce*, *market place* dan *online shop* di Indonesia yang mendukung sektor perekonomian jual beli online:

E-commerce

- a. Hnm.com
- b. Berrybenka.com
- c. Rabbani.co.id,
- d. Lookscosmetics.com, dan
- e. Lain-lain

Marketplace

- a. Shopee
- b. Tokopedia
- c. Lazada
- d. Buka lapak, dan
- e. Lain-lain

Sosial media

- a. Instagram
- b. Twitter
- c. Facebook, dan
- d. Lain-lain

E-commerce, marketplace dan *onlineshop* yang semakin banyak, membuat peluang dompet digital diluncurkan sebagai layanan uang elektronik untuk mempermudah *customer* dalam bertransaksi selain membayar melalui bank atau rekening bank. Berikut daftar dompet digital atau uang elektronik yang mendukung dalam bertransaksi dalam pembelian di *e-commerce* dan *marketplace*:

- a. Alfamaret
- b. Indomaret
- c. Gojek
- d. OVO
- e. Shopeepay
- f. DANA dan
- g. Lain-lain

Berbeda dengan *e-commerce* yang hanya memperjualkan barang bermerek yang diproduksi sendiri. *Marketplace* dan *online shop* memperjual-belikan semua kategori usaha barang dan jasa, seperti:

- a. Makanan dengan berbagai jenis mulai dari rasa, bentuk dan *topping* lalu makanan cepat saji atau instan yang ditawarkan berbentuk *frozen* atau beku.
- b. Jasa lukisan, menggambar, edit video, edit foto atas permintaan si *customer* sendiri.
- c. Baju impor dari berbagai negara.
- d. Barang kecantikan impor dari berbagai negara namun sekarang beberapa perusahaan Indonesia bahkan artis Indonesia juga turut membuat *brand* kecantikan sendiri, dan
- e. Lain-lain

Saat ini banyak yang membangun usaha bisnis *online* tanpa memiliki modal awal sekalipun, dan biasanya dalam dunia bisnis *online* mereka disebut *dropshipper* artinya sistem penjualan dimana penjual atau disebut *dropshipper* hanya perlu memasarkan dan menjual barang milik pihak lain tanpa perlu membelinya terlebih dahulu.

Kali ini pada bidang perdagangan yang sedang populer tidak hanya di Indonesia saja bahkan negara lain juga memanfaatkan peluang saat ini, dan mungkin sebagian orang sudah mengetahuinya terutama bagi para pecinta budaya musik dari negeri gingseng Korea Selatan yang sudah tidak asing lagi mengenai hal ini. Usaha menjadi distributor *merchandise* idol yang dimana barangnya

langsung dibeli dari *supplier* utama dari Korea Selatan yang mana *supplier* utama tersebut adalah memproduksi barang bakunya hingga menjadi barang jadi. Peluang ini sangat dimanfaatkan dengan baik dan menjadi sebuah ladang bisnis yang menguntungkan dan akan terus beroperasi karena setiap generasinya terus ada termasuk generasi baru idol Korea Selatan itu sendiri maupun penggemarnya.

Istilah *K-POP* singkatan dari *Korean Pop* adalah jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan yang identik dengan grup yang beranggotakan banyak anggota dengan musik dan tarian yang enerjik. Namun semakin populernya budaya *K-POP* sekarang, usaha bisnis *online* juga semakin bersaing untuk mendapatkan *customer* mulai dari mempromosikan dengan harga murah, mendapat potongan harga jika customer membeli banyak barang pesanan, dan iming-iming kecepatan dalam pengiriman. Bahkan karena adanya serba digital, banyak oknum tidak bertanggung jawab yang memanfaatkan peluang ini menjadi kepentingan pribadi dan melakukan *scammers* atau penipuan sehingga membuat pemilik usaha bisnis seperti ini harus lebih gencar mempromosikan dan memberikan kepercayaan ekstra.

Disamping populernya budaya *K-pop* yang tidak ada hentinya, membuat beberapa usaha bisnis online seperti ini atau disebut distributor terkadang mendapatkan *customer* yang sangat banyak sehingga sering terjadinya *human error* atau kesalahan manusia sendiri karena sedikitnya pekerja yang terlibat dalam suatu usaha. Dalam kasus menjadi distributor barang impor adalah sering terjadinya kesalahan *internal* dan *external* dalam penjualan, termasuk proses barangnya yang sangat panjang untuk sampai ke Indonesia. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap bisnis *onlineshop* dengan judul **“IMPLEMENTASI PENJUALAN TUNAI BARANG IMPOR (KOREA SELATAN) PADA JAJAN NCT.”**

1.2 Tujuan Magang

Adapun tujuan kegiatan selama durasi magang berlangsung adalah:

1. Untuk mengetahui siklus penjualan tunai barang impor pada bisnis online.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi pada siklus penjualan tunai barang impor pada bisnis online.

1.3 Metode Pelaporan Data

1.3.1 Tempat dan Waktu Magang

Penulis melaksanakan kegiatan magang di salah satu usaha bisnis online yang berdomisili Jakarta Selatan selama 13 (tiga belas) minggu waktu magang diperhitungkan mulai pada tanggal 15 Februari 2021 sampai 15 Mei 2021.

1.3.2 Teknik Pengumpulan Data

a. Kepustakaan

Laporan tugas akhir ini bersumber dari media internet termasuk pemikiran dari penulis sendiri yang dibantu dari pihak tempat magang dilakukan.

b. Observasi

Metode pengambilan informasi dalam pengumpulan data untuk laporan tugas akhir ini dengan pengamatan secara langsung pada proses yang sedang berjalan. Metode ini berlangsung saat penulis melakukan kegiatan magang di usaha bisnis online penjualan barang impor.

c. Wawancara

Pengambilan informasi dalam pengumpulan data juga dilakukan dengan teknik wawancara untuk mengumpulkan informasi serta data yang terkait untuk pengerjaan tugas akhir.