

**ANALISIS LAYANAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
(STUDI KASUS PADA TOKO ERNI LABAY SHOPEE JAKARTA UTARA)**

Nunik Intanisasi¹, Dr.. Abbas Mansyur, M.M.²

1

Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

2

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

Abstract.

The purpose of this study is to analyze E-commerce Services at Erni Labay Stores. This study uses qualitative data types. Data collection techniques using Interview, Documentation, and Observation. Data analysis uses primary and secondary data. At first the Erni Labay shop only sold offline, seeing technological developments finally the shop owner chose to sell online on the shopee platform. From the results of the research, the E-commerce services implemented at the Erni Labay Shopee Shop have been well and optimally systemized, starting from the order process, payment, delivery, information services or customer service. E-commerce services that make it easy for buyers to make purchase transactions, because the process is easy, fast and secure transactions are expected to be able to increase sales at the store. It's just that there are obstacles or problems that occur, product diversity, product innovation and lack of promotion, so that it can hinder the rate of increasing sales.

Keywords: Analysis, E-commerce Services

Cronicle of Article: Received (00,00,2020); Revised (00,00,2020); and Published (00,00,2020).

©2020 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author : Nunik Intanisasi adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. *Corresponding Author:* intanisasi.nunik@gmail.com.

How to cite this article : Intanisasi, N., Mansyur, A., (2022) “Analisis Layanan E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Toko Erni Labay Shopee Jakarta Utara)”, 2(2), pp. 172–178. Available at: <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS/index>.

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman yang semakin *modern* ini, ilmu pengetahuan dan teknologi mengalami kemajuan yang sangat pesat. Salah satunya perkembangan dan kemajuan dalam hal teknologi internet. Kemajuan teknologi khususnya internet membuat

Analisis Layanan *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Toko Erni Labay Shopee Jakarta Utara)

keterbatasan jarak, waktu, dan biaya dapat teratasi dengan mudah. Hal ini karena internet dapat menghubungkan lebih banyak orang, usahawan dan organisasi.

Seiring perkembangannya, saat ini teknologi tersebut tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi atau mencari informasi, tetapi juga digunakan sebagai salah satu media pemasaran. Menjamunya ritel *online* menjadi bukti bahwa, kini semakin banyak konsumen yang telah terbiasa menggunakan internet dalam kegiatan sehari-harinya, dimana salah satu kegiatannya adalah via *online (E-commerce)*. Dengan *E-commerce* kedua pihak baik produsen maupun konsumen sama-sama diuntungkan, konsumen mendapatkan produk yang diinginkannya dengan praktis dan produsen dapat lebih memperluas pasarnya.

Ruang Lingkup Penelitian

Karena keterbatasan waktu, penulis membatasi masalah penelitian agar lebih spesifik dan terarah. Peneliti hanya pada tentang Analisis Layanan *E-commerce* Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Toko Erni Labay Shopee Jakarta Utara).

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari peneliti ini sebagai berikut :

1. Menganalisis Penggunaan Layanan *E-commerce* Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Erni Labay Shopee Jakarta Utara.
2. Menganalisis Kualitas Layanan *E-commerce* Pada Toko Erni Labay Shopee Jakarta Utara.
3. Menganalisis Implementasi Layanan *E-commerce* Pada Toko Erni Labay Shopee Jakarta Utara.

LITERATUR REVIUW

Penelitian Terdahulu

Dari Penelitian terdahulu didapatkan hasil penelitiannya sebagai berikut:

Tabel Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Dewi Irmawati Pemanfaatan <i>E-commerce</i> Dalam Dunia Bisnis Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis Januari-Juni 2013 ISSN 2085 – 1375	Deskriptif kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan pemanfaatan dan penggunaan teknologi internet diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif tersebut. Perusahaan yang mampu melakukan implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan produk-produk adalah dengan menggunakan <i>electronic commerce (E-commerce)</i> .

Kajian Pustaka

Administrasi

Administrasi secara umum keseluruhan orang atau kelompok orang sebagai satu kesatuan menjalankan proses kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan bersama. Administrasi sebagai proses yaitu keseluruhan proses yang berupa kegiatan-kegiatan, pemikiran-pemikiran, pengaturan- pengaturan sejak dari penentuan tujuan sampai penyelenggaraan sehingga tercapai satu tujuan.

Manajemen

Manajemen merupakan suatu proses atau ilmu untuk merencanakan, mengorganisasi dengan segala aspeknya agar tujuan organisasi tercapai secara efektif dan efisien.

Hasibuan (2012:1) mengemukakan manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Phiffner dalam Supriyanto (2016:107) mengemukakan manajemen adalah alat atau wadah untuk mencapai tujuan organisasi yang telah di tentukan.

Manajemen Pemasaran

Suparyanto dan Rosad (2015:3) menyatakan bahwa Manajemen Pemasaran adalah ilmu yang mempelajari perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, terhadap barang dan jasa, penetapan harga, pelaksanaan distribusi, aktivitas promosi yang dilakukan oleh orang tertentu dengan proses tertentu, yang ditunjang dengan bukti fisik untuk menciptakan pertukaran guna memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan.

Alma (2013:130), mengemukakan manajemen pemasaran adalah proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau oleh perusahaan.

Pelayanan

Gronos (Setyobudi dan Daryanto, 2014:135), Pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang tidak terlihat akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan perusahaan untuk memecahkan permasalahan pelanggan.

Menurut Mukarom (2015:38) Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang di sediakan perusahaan pembeli Pelayanan dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan

E-commerce

E-commerce merupakan sistem bisnis berbasis internet. Sistem menawarkan efisiensi dan pengendalian pasar melalui kecepatan dan kemudahan akses, keluasan jangkauan pasar, serta penghematan waktu dan biaya. Berikut ini beberapa definisi dari para ahli mengenai *E-commerce*:

Ahmadi (2013:35) *E-commerce* merupakan aktivitas pembelian dan penjualan melalui jaringan internet dimana pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung, melainkan berkomunikasi melalui internet.

E Turban, David Liang, D. Turban (2012: 38) *E-commerce* adalah perdagangan elektronik (*electronic commerce*, disingkat *EC*, atau *E-commerce*) mencakup proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet.

Penjualan

Siegel dan Shim dalam (Fahmi, 2017:99) “penjualan merupakan penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang dagangan atau dari penyerahan Pelayanan dalam bursa sebagai bahan pertimbangan”.

Sujarweni, (2015:79) “penjualan adalah suatu sistem kegiatan pokok perusahaan untuk memperjual belikan barang dan jasa yang perusahaan hasilkan”.

Swastha (2012:9) penjualan merupakan suatu proses pertukaran barang dan jasa yang perusahaan hasilkan.

Analisis Swot Layanan *E-commerce*

Metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dalam suatu proyek atau sesuatu spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan alur pikir penulis yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat indikator yang melatar belakangi penelitian ini. Pada dasarnya untuk membuat atau membuka Toko *Online* adalah untuk mendapatkan keuntungan dan meningkatkan penjualan. Ada banyak faktor yang dapat mencapai tujuan tersebut yaitu dengan menerapkan Layanan *E-commerce*. Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Layanan *E-commerce* adalah serangkaian aktivitas yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang di sediakan perusahaan mencakup proses pembelian, penjualan, transfer (pembayaran), pengiriman produk, dan layanan atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk kata-kata dan gambar, kata-kata disusun dalam bentuk kalimat misalnya, kalimat hasil wawancara antara peneliti dan informan. Sesuai dengan karakter tersebut peneliti ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu berusaha mendapatkan informasi yang selengkap mungkin mengenai bisnis *Online (E-commerce)* pada Toko Erni Labay Shopee Jakarta Utara dalam meningkatkan penjualan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengelolaan data dilakukan dengan cara penelitian yang telah dikumpulkan melalui wawancara, dokumentasi, pengamatan.

1. Wawancara adalah teknik pengumpulan data dalam metode survei yang menggunakan pernyataan secara lisan kepada subjek penelitian.
2. Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang berlalu. Dokumen ini biasanya berbentuk

tulisan, gambar, tabel, dan laporan kegiatan.

3. Observasi adalah aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari fenomena berdasarkan pengetahuan atau gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian.

Teknis Analisis data

1. Reduksi data atau *reduction* yaitu proses pemilihan pengklarifikasian, pengabstraksian, atau transparansi data yang diperoleh dilapangan. Reduksi data merupakan bentuk analisis menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data sehingga data dapat ditarik kesimpulan.
2. Penyajian data atau data display yaitu sekumpulan informasi dan data yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian tersebut bisa dalam bentuk uraian, grafik, dan bagan.
3. Penarikan kesimpulan atau *conclusion* yaitu penganalisaan akhir yang diperoleh berdasarkan hasil reduksi data dan penyajian data

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengambil lokasi pada Toko Erni Labay penelitian yang digunakan untuk Analisis Layanan *E-commerce* dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko Erni Labay dilakukan hingga tercukupi data. Data yang diperoleh dari wawancara kemudian diolah menggunakan Analisis SWOT. Analisis ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang hal-hal yang berkaitan dengan objek penelitian Berikut rekapitulasi hasil yang diperoleh:

1. *Strengths* (Kekuatan)

Memberikan Layanan yang baik: Dalam hal ini Toko Erni labay merespon pesanan dengan cepat, mereka secara berkala mengecek status pesanan dalam aplikasi agar dapat merespon dengan cepat pesanan yang masuk, melakukan proses layanan yang sudah terintegrasi, pengiriman sesuai dengan keinginan pelanggan agar pembeli tidak menunggu terlalulama.

- a. Transaksi yang aman dan mudah karena di awasi langsung oleh pihak terkait, sehingga menumbuhkan rasa aman dan kenyamanan pada pembeli.
- b. Kualitas produk cukup baik dalam hal ini pembeli merasa puas dengan produk yang di beli karena tidak ada kesalahan atau kerusakan produk.

2. *Weaknesses* (Kelemahan)

- a. Produktivitas: Dalam hal ini kurangnya atau minimnya inovasi-inovasi produk yang di lakukan pada Toko Erni Labay.
- b. Harga: harga yang ditawarkan Toko tidak kompetitif, sangat sulit untuk bersaing jika harga jual di Toko mahal.
- c. Promosi: Kurangnya promosi, Toko hanya mengandalkan penjualan

di media sosial, *platform* Shopee.

d. Desain atau tampilan Toko tidak menarik.

4. **Opportunities** (Peluang)

- a. Platform yang menarik dan *up to date* untuk menjadi kesempatan besar dalam memasarkan produk. Respon yang baik dari pembeli, berdasarkan ulasan atau komentar yang tertera pada *platform* Shopee pelanggan memberikan ulasan yang bagus sebagai respon dari Pelayanan yang di berikan Toko, melihat respon yang baik dari pembeli dapat di manfaatkan untuk menjalin komunikasi yang baik, dalam hal ini agar pelanggan dapat menjadi *customer* tetap toko.

5. **Threats** (Ancaman)

- a. Banyaknya Kompetitor dengan variasi produk dan harga yang kompetitif.
- b. Kurangnya pengetahuan dan kreativitas dalam inovasi produk

SIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Hasil penelitian menemukan bahwa:

1. Berdasarkan Analisa SWOT dapat di simpulkan bahwa Layanan yang optimal dan cepat mulai dari proses pesanan, pembayaran, pengiriman produk kepada pelanggan yang di dukung oleh kualitas produk yang baik berpotensi besar untuk meningkatkan penjualan pada Toko Erni Labay Shopee.
2. Kualitas Layanan yang di berikan Toko sudah cukup baik, hal ini dapat di lihat berdasarkan kolom komentar pembeli kepada penjual dengan memberikan review yang bagus pada produk dan layanan dari Toko.
3. Implementasi Layanan *E-commerce* di Toko Erni Labay Shopee sudah tersistem dengan baik sehingga memudahkan pembeli untuk memilih produk, melakukan transaksi dengan rasa aman dan penjual dapat melakukan pengulangan jasa *service* dengan tujuan untuk dapat menyelesaikan permasalahan pembeli.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data dan pembahasan yang di lakukan, peneliti memberikan saran pada Toko Erni Labay sebagai berikut:

4. Bagi penjual dapat memberikan rewards atau hadiah untuk pembeli dengan tujuan agar pembeli dapat melakukan pembelian kembali.
5. Bagi penjual meningkatkan lagi produktivitas, dan merubah tampilan Toko agar lebih menarik lagi, sehingga pembeli akan merasa nyaman saat melakukan pembelian.
6. Bagi penjual sebaiknya mempererat hubungan dengan pembeli, melakukan komunikasi dan memberikan informasi-informasi tentang produk dengan tujuan untuk menumbuhkan rasa kenyamanan dan kepercayaan pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Candra dan Dadang Hermawan. 2013. *E-Business & E- Commerce*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Ali, Faried. 2011. *Teori dan Konsep Administrasi: Dari Pemikiran Paradigmatik Menuju Redefinisi*. Cetakan Ke I. Jakarta: Rajawali Pers.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Anggara, Sahya. 2016. *Ilmu Administrasi Negara: Kajian Konsep, Teori, dan Fakta Dalam Upaya Menciptakan Good Governance*. Cetakan ke 2. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Fahmi, I. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta
- Hasibuan, Malayu. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Heri. 2018. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT Grasindo
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane, 2012. *Marketing Management, 14th ed*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing, 14th ed*. New Jersey: Prentice Hall.
- Mukarom, Zaenal. 2015. *Manajemen Pelayanan Publik*. Bandung: Pustaka Setia
- Setyobudi, Ismanto, Darmanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.