

## **E-Commerce Revenue by Number of Users on App Distribution Platforms**

### **Pendapatan E-Commerce Berdasarkan Jumlah Pengguna Di Platform Distribusi Aplikasi**

Zahro Saleh<sup>1\*</sup>, Luthfiatul Mustaghfiroh<sup>2</sup>, Nuri<sup>3</sup>

Prodi Informatika, Sekolah Tinggi Teknik Pati<sup>1</sup>

Prodi Informatika, Sekolah Tinggi Teknik Pati<sup>2</sup>

Prodi Teknik Elektro, Sekolah Tinggi Teknik Pati<sup>3</sup>

Email : [nurisaja@sttp.ac.id](mailto:nurisaja@sttp.ac.id)

**Abstract** *E-commers, Definition of Electronic Commerce (E-commerce) according to Shim, Quershi, Siegel in the book M. Suyanto (2003) is a new concept that is usually described as the process of buying and selling goods or services World Wide Web Internet or the process of buying and selling or exchanging products, services and information through information networks including the internet (Turban, Lee, King, Chung, 2000). The purpose of the research is that it is hoped that everyone can respond to the digital era well, using primary data collection methods (qualitative) and secondary data (quantitative), we find results that show that rank is important for online shop applications. So it boils down to a conclusion that humans and technology cannot be separated in this era, so how do we react to the application in the world of e-commers.*

**Keywords:** *E-commers, Digital Era, Rank App*

**Abstrak** E-commers, Pengertian dari Electronic Commerce (E-commerce) menurut Shim, Quershi, Siegel dalam buku M. Suyanto (2003) adalah konsep baru yang biasanya digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa World Wide Web Internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Turban, Lee, King, Chung, 2000). Tujuan penelitian yaitu diharapkan semua orang dapat menyikapi era digital dengan baik, dengan menggunakan metode pengambilan data primer (kualitatif) dan data sekunder (kuantitatif), kita menemukan hasil yang menunjukkan bahwa rank itu penting untuk aplikasi online shop. Jadi mengerucut menjadi sebuah kesimpulan yaitu manusia dan teknologi tidak bisa dipisahkan pada era yang sekrang ini, maka bagaimana kita menyikapinya pada penerapan dalam dunia e - commers ini.

**Kata kunci :** E – commers, Era Digital, Rank App

Pada saat ini manusia seperti tidak bisa dipisahkan dengan yang namanya teknologi, karena pada zaman sekarang yang serba digital dapat menyulitkan orang-orang yang tidak paham atau kurang paham dengan teknologi. Bahkan sekarang bisa kita lihat salah satu contoh zaman yang serba digital yaitu “Berbelanja” saat ini berbelanja dapat kita lakukan hanya dengan menekan satu tombol dan barang yang kita inginkan akan ada didepan kita tanpa harus keluar mencarinya bersusah payah, hal itu tidak hanya memudahkan konsumennya saja akan tetapi teknologi itu juga memudahkan para penjual untuk memasarkan barang yang mereka jual, dengan cara ini para penjual padat menghemat biaya karena tidak adanya biaya sewa tempat untuk menjajakan barang dagangannya, selain itu juga dapat menghemat waktu, tempat dan energi para penjual itu sendiri. Menurut Miarso (2007) yang mengungkapkan bahwa teknologi merupakan suatu bentuk proses yang meningkatkan nilai tambah. Proses yang berjalan tersebut dapat menggunakan atau menghasilkan produk tertentu, dimana produk yang dihasilkan tidak terpisah dari produk lain yang telah ada. Lebih lanjut disebutkan pula bahwa teknologi merupakan suatu bagian dari sebuah integral yang terdapat di dalam suatu sistem tertentu.

(<https://dosenit.com/kuliah-it/teknologi-informasi/pengertian-teknologi-menurut-para-ahli>) Merujuk pada pengertian teknologi digital menurut Miarso (2007) bahwa teknologi digital merupakan suatu proses yang memiliki nilai tambah dan memunculkan sebuah produk baru yang tidak terpisahkan dengan produk sebelumnya, bisa mengambil salah satu contoh dari teknologi digital menurut Miarso (2007) yaitu berbagai situs penjualan online yang sekarang ini sedang marak dibicarakan oleh banyak orang karena kemudahan dan juga menarik perhatian orang karena promo besar-besaran yang diberikan oleh para situs penjualan online tersebut. Berikut ini adalah beberapa contoh situs penjualan online yang ada di Indonesia yaitu Toko Pedia, Shoppe, Lazada, Buka Lapak. Situs penjualan online ini adalah salah satu bentuk nyata dari adanya teknologi digital dan lebih spesifik pada E-commerce, Pengertian dari Electronic Commerce (E-commerce) menurut Shim, Quershi, Siegel dalam buku M. Suyanto (2003) adalah konsep baru yang biasanya digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa World Wide Web Internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Turban, Lee, King, Chung, 2000).

Persentase pertumbuhan situs penjualan online (3). Pertumbuhan e-commerce.

no.	sub – penelitian	tokopedia	shopee	bukalapak	Lazada	blibli	jd.id
1	pengunjung website/bulan	65953400	55964700	42874100	27995900	21395600	5524000
2	jumlah pegawai	3431	3225	2651	2372	1559	1048
3	rank app store	#2	#1	#4	#3	#6	#7
4	rank playstore	#3	#1	#9	#2	#4	#6
5	Twitter	257750	117490	174630	372950	492420	25720
6	Instagram	1487740	2970980	903130	1470810	884000	443560
7	Facebook	6241510	15434730	2426820	28689230	8460730	770560

penjelasan diatas bisa ditarik suatu kesimpulan untuk menjadi sebuah rumusan masalah yaitu: (1). Dampak teknologi digital terhadap kehidupan saat ini (2). Dengan adanya teknologi digital dan terkhusus pada E-Commers itu sangat membantu para penjual dan para konsumen dalam melakukan tindakan jual dan beli barang, selain itu dengan adanya E-Commers ini nilai jual serta pendapatan yang dihasilkan oleh penjual semakin berkualitas juga meningkat. Saat ini juga pertumbuhan E-Commers di Indonesia sedang mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun, tentu saja itu adalah kabar baik bagi para pelaku yang berkecimpung dalam bidang ini. Pertumbuhan E-Commers pun diiringi dengan meningkat pula perekonomian di Indonesia saat ini.

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memudahkan orang-orang dalam menyikapi era teknologi digital ini terkhusus pada pertumbuhan E-Commers yang sedang terjadi di Indonesia. Diharapkan orang-orang dapat memanfaatkan moment ini untuk mencari dan mengaup keuntungan dari pertumbuhan besar-besaran ini.

Memudahkan orang-orang yang mungkin sedang mencari informasi tentang apa itu teknologi digital, e-commerce serta bagaimana cara penerapannya dalam kehidupan sekarang ini. Saat ini kita sedang menganut ekonomi 4.0 dimana segala sesuatu serba digital juga otomatis, jadi bagaimana caranya kita bisa mengimbangi era ini.

## METODE PENELITIAN

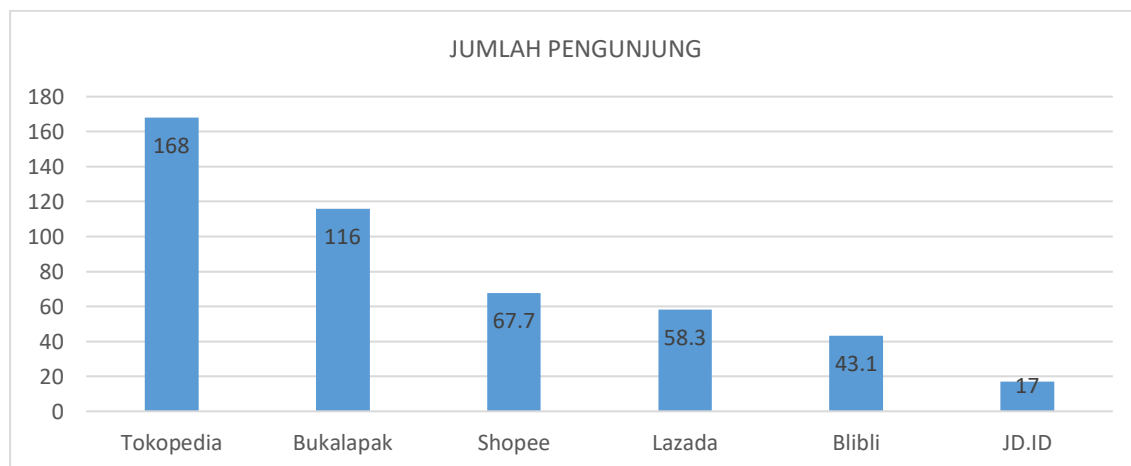
Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan terbagi menjadi 2 bagian yaitu: (1). Data primer atau bisa juga disebut dengan metode kualitatif berupa data hasil angket yang ditujukan kepada para narasumber yang dilakukan oleh para peneliti (2). Data sekunder atau bisa disebut juga metode

kuantitatif dimana data tersebut adalah data primer yang dikembangkan lebih lanjut dapat berupa tabel dan diagram.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

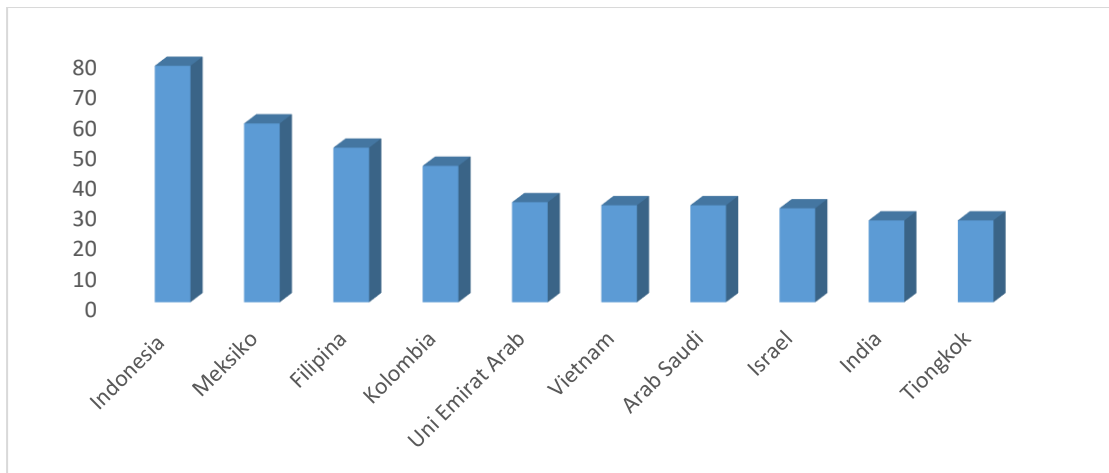
### a. Gambaran objek penelitian

E-commerce (perdagangan elektronik) sendiri dibagi menjadi beberapa bagian lagi menjadi 7 bagian diantaranya yaitu ada: Business-to-Business (B2B), Business-to-Consumer (B2C), Consumer-to-Consumer (C2C), Consumer-to-Business (C2B), Business-to-Administration (B2A), Consumer-to-Administration (C2A), Online-to-Offline (O2O). Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Lazada dll termasuk dalam B2C dimana jenis e-commerce ini yaitu antara perusahaan dan konsumen akhir, ini sesuai dengan bagian ritel dari e-commerce yang biasa dioperasikan oleh perdagangan tradisional. Jenis e-commerce ini berkembang dengan sangat pesat karena adanya dukungan munculnya, website serta banyaknya toko virtual (<https://www.progresstech.co.id/blog/jenis-e-commerce/>). Media yang populer dalam aktivitas *e-commerce* adalah *world wide web* (WWW). Oleh karenanya, perbaikan terus menerus mengenai pelayanan yang disediakan oleh sistem *web e-commerce* akan mempunyai pengaruh yang besar pada tingkat penjualan dan kepuasan konsumen (Aberg dan Shahmehri, 2000). Seperti yang diketahui sekarang bahwa e-commerce seperti tokopedia, shopee, lazada, bukalapak sangatlah populer sekarang, mereka juga bekerja sama dengan para artis local maupun luar negeri untuk menjadi brand ambassador dari toko mereka, seperti halnya sekarang tokopedia bekerja sama dengan BTS boyband Korea yang sekarang menjadi brand ambassador tokopedia hal ini juga mempengaruhi jumlah pengunjung website tokopedia meningkat pesat yang ada tahun 2018 mencapai angka 168 juta pengunjung. Sedangkan untuk urutan kedua diduduki oleh bukalapak yang jumlah pengunjungnya mencapai 116 juta, lalu disusul oleh shopee dengan angka 67,7 juta pengunjung lalu ada lazada dengan jumlah pengunjung 58,3 juta pengunjung, di urutan ke lima ada blibli dengan jumlah pengunjungnya mencapai 43,1 juta dan terakhir ada JD.id dengan jumlah pengunjung pada tahun 2018 mencapai 17 juta pengunjung. (iPrice, 29 Jan 2019)



**Grafik 1.** e – commers Indonesia dengan pengunjung terbanyak menurut iPrice pada triwulan IV 2018

Berdasarkan data yang kami dapatkan dari (<https://www.katadata.co.id>) menyatakan bahwa pada tahun 2018 indonesia menduduki peringkat pertama dengan Negara yang mengalami pertumbuhan e-commerce tercepat didunia, dengan angka pertumbuhan yang mencapai angka 78% .



**Grafik 2.** Sepuluh negara dengan pertumbuhan e – commers tercepat

Hal ini juga dipengaruhi oleh jumlah pengguna internet di Indonesia yang menjangkau 100 juta pengguna internet di seluruh dunia. Pada Gambar 2 memberi gambaran pertumbuhan pasar online tercepat di dunia, hal ini menjadi penyebab peludakan e-commerce tentu ini bukan sesuatu hal yang buruk justru dengan Indonesia menjadi negara pengguna internet terbanyak maka akan ada banyak orang yang memiliki peluang usaha ataupun peluang dalam mencari barang-barang yang murah tentunya melalui e-commerce, akibat kejadian ini banyak e-commerce dari luar negeri yang berlomba-lomba dalam merebut pangsa pasar dari negara Indonesia karena mereka melihat peluang yang terbuka sangat luas akan minat warga Indonesia terhadap hal tersebut apalagi e-commerce saat ini juga memiliki strategi pemasaran yang sangat luar biasa, tak hanya bonus gratis ongkir tetapi sekarang para pelaku e-commerce membuat tampilan web atau situs mereka semenarik mungkin hingga para konsumen tertarik padanya, tak hanya itu promo yang dilakukan pun secara kontinue atau berkelanjutan yang membuat para konsumen tertarik dan penasaran akan promo-promo itu.

**Tabel 2.** Rank Aplikasi E-Commerce

no .	sub -penelitian	tokopedia	shopee	bukalapak	Lazada
1	rank app store	#2	#1	#4	#3
2	rank playstore	#3	#1	#9	#2

Berdasarkan tabel di atas kita bisa mengetahui bahwa adanya perbedaan rank pada setiap aplikasi e-commerce. Mengapa bisa terjadi perbedaan rank? Penyebabnya adalah:

1. Dipengaruhi oleh jumlah pengunjung yang mengunjungi web atau situs dari aplikasi tersebut.
2. Dipengaruhi oleh banyaknya orang yang mendownload aplikasi tersebut.
3. Dipengaruhi oleh banyaknya orang berbelanja melalui aplikasi tersebut.
4. Dipengaruhi oleh banyaknya produk yang dijual dan terjual.
5. Dipengaruhi oleh banyaknya seller atau penjual yang bekerja sama dengan aplikasi tersebut.

Jadi dari penyebab – penyebab di atas para pelaku e-commerce harus pintar dalam menggait pembeli ataupun penjual agar tertarik berbelanja dan berjualan pada toko Mereka. Seperti yang telah dijelaskan pada kalimat – kalimat terdahulu bahwa e-commerce saat ini menggait para pembeli dan penjual dengan cara mengadakan promo secara kontinue atau berkelanjutan juga dengan membuat tampilan web atau situs mereka semenarik mungkin. Untuk mendapatkan rank yang baik para pelaku e-commerce harus secara teliti, jelas, cepat, ringkas, dan jujur kepada para konsumennya agar mereka

bisa memberi hasil yang memuaskan pada tingkatan rank yang diinginkan. Mengapa para konsumen sangat penting dalam penentuan rank ini? Karena para konsumen dapat memberikan penilaian atau sering disebut dengan mereview hasil kerja dari aplikasi tersebut apabila hasil kerja dari aplikasi berjalan dengan lancar tanpa hambatan yang menimbulkan kekecewaan terhadap para calon konsumen hal itu dapat membuat terjadinya penilaian yang buruk bagi aplikasi tersebut, intinya disini adalah kepintaran dan kejujuran dari para pelaku e-commers mengoperasikan aplikasi mereka dengan sebaik mungkin.

a. Data kualitatif

Teknik pengambilan data kami pada data kualitatif ini adalah dengan teknik kuesioner. Kami melakukan kuesioner terhadap 25 koresponden dengan bantuan forum percakapan yaitu WA, para koresponden yang melakukan penilaian terhadap pertanyaan kami memiliki usia antara remaja hingga dewasa dengan perbandingan 3:1 lebih banyak koresponden dengan usia remaja, karena menurut kami bahwa para remaja sekarang ini harus memiliki terbuka pada informasi atau teknologi – teknologi dimassa yang akan datang juga harus bisa mengimbangi bahkan mengikutinya. Pada teknik ini kami menyajikan sebuah pertanyaan yang nantinya akan dijawab oleh para koresponden, pertanyaannya adalah “Apakah menurut kalian peringkat atau rank pada aplikasi online shop itu mempengaruhi pendapatan dari online shop itu sendiri? Jadi dengan kata lain semakin tinggi rank suatu online shop maka semakin tinggi pula pendapatan yang didapatnya, bagaimana menurut Anda?”. Itulah pertanyaan yang kami ajukan kepada para koresponden kami, jawabannya dari mereka sangat mengejutkan hampir 98% dari 25 koresponden memilih setuju dengan pertanyaan yang kami ajukan.

b. Data kuantitatif



**Grafik 3.** Seberapa pentingkah rank bagi online shop

Pada data kuantitatif kami memilih metode dengan mengambil data primer kemudian mengolahnya lebih lanjut, maka jadilah sebuah grafi. Berdasarkan grafik diatas terlihat garis biru dan merah yang menunjukkan garis biru sebagai koresponden yang setuju dengan pertanyaan kami sedangkan yang berwarna merah sebagai koresponden yang tidak setuju dengan pertanyaan kami. Pada sumbu Y keterangannya adalah tanda setuju dan tidak setuju angka 1 menunjukkan setuju, angka 0 menunjukkan tidak setuju, kemudian pada sumbu X keterangannya adalah nama – nama dari koresponden kami dan tepat dibawahnya adalah urutan dari nama mereka, dan menunjukkan jumlah total koresponden yang ikut berpartisipasi dalam kuesioner yang kami lakukan.

## KESIMPULAN

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa pentingkah rank terhadap aplikasi online shop dalam bisnis e-commers, dengan harapan bahwa penelitian kami akan bermanfaat untuk kedepannya terutama para pelaku e -commers dalam memperkuat kekuatan mereka dalam menarik para calon konsumen. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari 25 koresponden 22 diantaranya memilih setuju bahwa rank itu penting dalam sebuah aplikasi online shop.

Dengan dinobatkannya Indonesia sebagai negara dengan tingkat penggunaan internet terbanyak didunia, kita sebagai para pamakai harus pintar dalam menggunakannya harus mengambil peluang yang terbuka sangat luas ini untuk memperoleh keuntungan sebanyak mungkin dari era yang serba digital dan instan ini. Bijaklah dalam melakukan semua hal pikirkan terlebih dahulu apa yang akan Anda lakukan dengan sematang – matangnya agar tidak ada penyesalan di kemudian hari.

Selama pembuatan artikel saya ingin berterima kasih kepada Allah S.W.T dan orang tua, juga saya dibantu oleh dosen pengampu dan teman – teman yang telah mau direpotkan oleh saya, maka dari itu saya ingin mengucapkan terima kasih sebanyak – banyaknya.

## DAFTAR PUSTAKA

Tapscott, D. (1996). *The digital economy: Promise and peril in the age of networked intelligence* (Vol. 1). New York: McGraw-Hill.

Aberg, J. dan Shahmehri, N., 2000. *The Role of Human Web Assistants in E-Commerce: an Analysis and a Usability Study*, *Internet Research:Electronic Networking Applications and Policy*, 10 (2): 114-125.

Rebecca. 2016. Jenis – jenis e – commers dan contohnya. Diunduh di <https://www.progresstech.co.id/blog/jenis-e-commerce/> tanggal 10 Desember 2019

pambudi, Edu, S.Kom. 2015. 16 Pengertian teknologi menurut para ahli. Diunduh di <https://dosenit.com/kuliah-it/teknologi-informasi/pengertian-teknologi-menurut-para-ahli> tanggal 10 Desember 2019

databoks.katadata.co.id.  
(<https://databoks.katadata.co.id/datapublishembed/112286/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>)

# **Jurnal EDUKASI ELEKTROMATIKA (JEE)**

ISSN: 2747-0784 (p); xxxxxx (e)

Vol 1, No. 1, Juni 2020