

BAB II

GAMBARAN UMUM

2.1. Sejarah Singkat dan Profil *Marketplace* Tokopedia

Tokopedia adalah pasar *online* yang memungkinkan pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia untuk memiliki toko *online* dan memungkinkan mereka mengelola dan mengembangkan bisnis mereka dengan mudah. Tokopedia juga memberi mereka pengalaman baru dalam jual beli *online* (Kompas.com, 2020)

Tokopedia didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 6 Februari 2009 dan pada 17 Agustus 2009, Tokopedia mulai diluncurkan ke publik. PT. Industri Dwitama memberikan modal awal kepada Tokopedia (2009). Tokopedia mendapatkan dana lagi beberapa tahun kemudian dari pemodal ventura internasional seperti East Ventures (2010), Cyberagent Ventures (2011), Net Price (2012), dan Softbank Ventures Korea (2013).

Tokopedia menjadi perusahaan teknologi pertama di Asia Tenggara saat mendapatkan dana senilai USD 100 juta atau sekurang-kurangnya Rp 1,2 triliun dari Sequoia Capital dan SoftBank Internet and Media Inc (SIMI) pada 2014. Selain itu, pada tahun 2017, Alibaba Group, perusahaan *e-commerce* dari China, menanamkan investasi sebesar USD 1,1 miliar ke Tokopedia secara murni, bukannya mengakuisisi toko tersebut. Dari pemaparan diatas maka kita dapat melihat bahwa selama ini Tokopedia mendapatkan suntikan dana dari perusahaan-perusahaan yang cukup besar sehingga bisa bertahan sampai saat ini. Setahun

kemudian (2018), Tokopedia mendapatkan penghargaan menjadi aplikasi Indonesia terbaik pilihan pengguna *Google Play*.

William dan Leontinus melihat pedagang desa yang pergi ke kota untuk bisa memperluas jangkauan pasar dengan keuntungan yang lebih baik, yang membuat Tokopedia muncul pertama kali. Konsumen di daerah-daerah di Indonesia, di sisi lain, menghadapi kesulitan dalam mendapatkan produk yang mereka inginkan karena keterbatasan akses. Ini mendorong William dan Leontinus untuk menemukan cara untuk membuat konsumen lokal dapat memenuhi kebutuhannya dengan mudah.

Tokopedia telah berkembang pesat menjadi salah satu perusahaan internet tercepat di Indonesia. Akibatnya, Tokopedia dapat berkembang menjadi perusahaan rintisan berstatus Unicorn yang berdampak di Indonesia dan Asia Tenggara (Kompas.com 2022). Pada laman resminya, Tokopedia juga mengklaim bahwa dalam 14 tahun terakhir mereka telah mendorong pemerataan ekonomi digital dengan memotivasi masyarakat Indonesia untuk mulai berjualan secara *online*.

Tokopedia berusaha untuk selalu berinovasi dan melakukan pengembangan pada perusahaan. Kerja sama antara Tokopedia dan *public figure* dimulai pada tahun 2014 dengan menggandeng aktris ternama Indonesia seperti Chelsea Islan dan Isyana Sarasvati. Kemudian tahun 2019, Tokopedia merancang strategi bisnis bekerjasama dengan grup *boy band* asal Korea Selatan yang sering disebut BTS dimana kita bisa melihat iklan Tokopedia yang dibawa oleh para personel BTS tersebut sering berseliweran di televisi. Akibat dari kerja sama ini

memunculkan antusias dari kalangan *fans* BTS dan masyarakat umum terhadap Tokopedia.

Setelah berhasil dengan grup *boy band* BTS selanjutnya Tokopedia memutuskan untuk bekerja sama dengan *girlgroup* asal Korea Selatan juga yang sedang berada di puncak karirnya yaitu Blackpink. Tokopedia menjadi satu-satunya perusahaan teknologi Indonesia dengan pertumbuhan tercepat di *Asia Pacific Technology Fast 500* pada tahun 2020 oleh Deloitte Touche Tohmatsu. Pada tahun 2021, Tokopedia dan Gojek melakukan merger resmi dengan perusahaan transportasi *online*. Tokopedia dan Gojek kemudian menggunakan kata "GOTO", yang berasal dari singkatan kedua perusahaan dan memiliki arti. Pada akhirnya, di tahun 2021 GoTo tersebut telah resmi menjadi perusahaan publik di Bursa Efek Indonesia (tokopedia, 2024). Pada tahun 2022, Tokopedia menggandeng Jerom Polin dan beberapa kreator konten di Indonesia untuk bergabung ke dalam Tokopedia *Squad* sebagai kelompok *brand ambassador* Tokopedia (Wikipedia, 2024).

Pada 11 November 2023, GOTO (Gojek Tokopedia) mengumumkan bahwa investasi TikTok ke Tokopedia sudah resmi disepakati. Lewat informasi tersebut, manajemen GOTO mengumumkan bahwa kepemilikan saham TikTok di Tokopedia sebesar 75,01% resmi menjadi milik TikTok. Sementara, saham sisanya sebesar 24,99% tetap dimiliki oleh GOTO.

2.2. Visi dan Misi Tokopedia

Setiap perusahaan yang baik harus memiliki visi sebagai pedoman untuk menggapai nilai, impian dan cita-cita di masa depan. Adapun visi dari Tokopedia

yaitu “mencapai super ekosistem dimana semua orang bisa memulai dan menemukan apapun”.

Lalu untuk mewujudkan visi, Tokopedia menetapkan misi perusahaan yaitu “memberikan kesempatan bagi setiap individu bisnis maupun UMKM untuk membuka toko *online* mereka dengan cara yang sangat mudah, dan memungkinkan terjadinya transaksi *online* yang lebih nyaman dan aman”.

2.3. Logo, Maskot, Slogan Tokopedia

Tokopedia yang memiliki banyak pengguna membuat logo, maskot dan slogan sebagai identitas unik demi menanamkan kesan kepada penggunanya.

2.3.1. Logo Tokopedia



Gambar 2.1. Logo Tokopedia

Sumber: *Website Tokopedia* (2024)

Tokopedia identik berwarna hijau yang mirip dengan warna bumi yang melambangkan ketenangan dan kerendahan hati. Warna hijau pada logo Tokopedia bisa juga diartikan sebagai “hubungan alam dan ketentraman”, seperti yang diharapkan Tokopedia agar mampu bertahan dan berumur panjang seperti alam. Warna hijau pada logo mengartikan bahwa Tokopedia tetap selalu berupaya

agar tidak egois dan selalu melihat dari sisi penggunanya. Logo dari Tokopedia itu sendiri adalah tulisan berwarna hijau yang bertuliskan “tokopedia”.

2.3.2. Maskot Tokopedia

Berapa fitur di Tokopedia terinspirasi dari masukan para Toppers (pengguna aplikasi Tokopedia). Toped (burung hantu berwarna hijau) merupakan maskot dari Tokopedia. *Marketplace* Tokopedia memiliki maskot bernama Toped yang berbentuk burung hantu berwarna hijau. Toped yang dilambangkan sebagai burung hantu merupakan hasil dari sayembara yang dilakukan Tokopedia. Maskot Toped yang dijelaskan diatas bisa di lihat pada gambar 2.2



Gambar 2.2. Maskot Tokopedia

Sumber: Website Tokopedia (2024)

Maskot Toped mempunyai arti sebagai simbol kecerdasan dan kebijaksanaan serta kemampuan burung hantu yang bisa melihat ke berbagai arah. Sifat dan karakter burung hantu menggambarkan Tokopedia yang bersifat bijaksana dan selalu melihat dari berbagai sudut, baik dari sudut pandang pembeli maupun penjual demi kepentingan penggunanya agar lebih memudahkan mereka menggunakan fitur-fitur yang ada. Dengan maskot ini, Tokopedia berharap dapat

terus memberikan pelayanan yang nyaman dan aman bagi pelanggannya saat melakukan transaksi jual beli.

2.3.3. Slogan Tokopedia

Tokopedia menggunakan slogan "Sudah cek Tokopedia belum?" sebagai strategi pemasaran untuk membuat orang lebih mengenal situs tersebut. Slogan ini diilhami oleh kesetiaan penggunanya yang konsisten. Slogan di atas juga menunjukkan bahwa Tokopedia akan berusaha sebaik mungkin untuk memberikan layanan terbaik kepada semua orang yang menggunakannya, baik penjual maupun pembeli.

Tokopedia selalu berupaya memberikan layanan terbaik kepada pelanggan dan penjualnya. Oleh karena itu, Tokopedia selalu dekat dengan pengguna dan penjual untuk menjalin hubungan dan memberikan layanan yang baik. Pada akhirnya, Tokopedia menemukan slogannya karena kedekatannya. Tokopedia menerima banyak pertanyaan dari pengguna dan penjual, seperti "Kalo mau cari barang bagus dan murah dimana ya?" dan mereka dengan sederhana menjawab, "Udah cek Tokopedia belum?"

Tokopedia mengubah slogannya menjadi "Mulai Aja Dulu" pada tahun 2018. Kemudian diganti lagi menjadi "Selalu Ada Selalu Bisa" pada tahun 2020. Selama pandemi COVID-19, Tokopedia mengeluarkan *tagline* baru yang menunjukkan komitmennya untuk menjadi sebuah *platform* yang memungkinkan penggunanya memenuhi kebutuhan mereka dengan mudah dan cepat dari rumah. Tokopedia juga ingin menjadi bagian dari solusi yang dapat membantu

masyarakat menjalani hidup yang lebih mudah, terutama selama masa pandemi COVID-19.

2.4. Jenis Produk dan Layanan Tokopedia

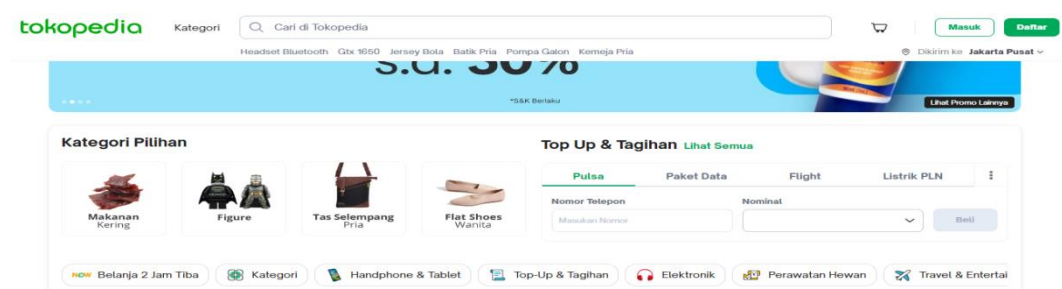
Tokopedia, sebagai pasar, memungkinkan penjual, atau vendor, untuk menjual barang mereka. Buku, alat tulis kantor, makanan, minuman, perlengkapan dapur, elektronik, *fashion*, film, musik, *gaming*, *handphone*, tablet, komputer, *laptop*, kamera, barang elektronik lainnya, perlengkapan ibu, perlengkapan bayi, kecantikan, kesehatan, logam mulia, mainan, peralatan hobi, olahraga, otomotif, perawatan hewan, perawatan tubuh, pertukangan, wisata, pernikahan, dan lainnya adalah beberapa kategori produk yang tersedia. Meskipun Tokopedia menjual banyak barang, sulit untuk menerima penjualan jasa karena proses verifikasi yang sulit.

Tokopedia meluncurkan *platform* baru bernama Tokopedia Salam pada tahun 2020. Ini dibuat dalam kolaborasi dengan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Tujuan dari fitur ini adalah untuk membuat masyarakat lebih mudah menemukan barang-barang seperti kecantikan, kesehatan, perawatan tubuh, makanan dan minuman, mode muslim, dan perlengkapan ibadah yang pasti halal.

Tokopedia tidak hanya menjual barang tetapi juga menerima pembayaran elektronik seperti *top-up*, pembayaran tagihan listrik, air, dan telepon; kemudian menawarkan tiket pesawat, kereta api, pulsa telepon, token listrik, iuran BPJS, *Top Donasi*, *voucher game*, dan berbagai opsi pembayaran elektronik lainnya.

Tokopedia juga membuat masyarakat lebih mudah membayar pajak dengan aplikasinya. E-samsat, pajak PBB, penerimaan negara, dan retribusi termasuk dalam kategori pajak ini. Tokopedia juga dapat digunakan untuk topik pendidikan seperti Biaya Pendidikan dan Kursus Penerima Prakerja.

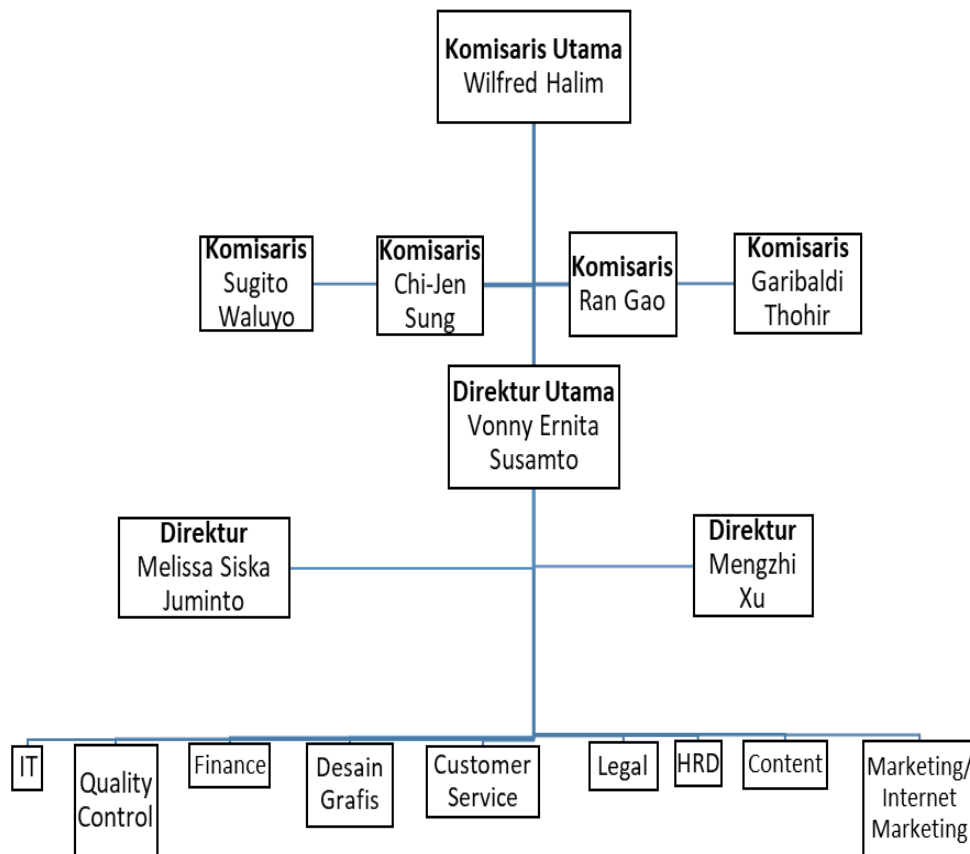
Tokopedia berkomitmen untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan baru dengan membuat proses pembayaran mudah dengan *Cash on Delivery* (COD). Selain itu, fasilitas rekening bersama Tokopedia membuat pelanggan merasa aman saat berbelanja produk. Selain itu, Tokopedia menawarkan layanan verifikasi pembayaran otomatis, yang memungkinkan penjual berkonsentrasi pada pengembangan bisnis internet mereka tanpa harus melakukan proses verifikasi pembayaran manual yang rumit dan berpotensi membuat kesalahan. Semua pembayaran yang diterima Tokopedia diproses secara otomatis oleh Tokopedia dari semua bank yang ada di Indonesia. Tokopedia kini terhubung dengan enam perusahaan logistik terbesar di Indonesia, jadi Anda tidak perlu khawatir tentang biaya ongkos kirim. Anda dapat melacak pesanan dan menghitung biaya kirim secara otomatis dan *real-time*. Salah satu alasan mengapa Tokopedia membuat pelanggan dan penjualnya sangat senang adalah karena hal ini. Berikut beberapa produk yang ditawarkan di Tokopedia seperti yang tertera pada gambar 2.3



Gambar 2.3. Produk dan Fitur di Tokopedia
Sumber: Tokopedia (2024)

2.5. Struktur Organisasi PT. Tokopedia

Struktur organisasi ialah kerangka hubungan antara satuan atau bagian bagian yang ada di dalam organisasi. Struktur organisasi biasanya terdiri dari pejabat, tugas, dan wewenang yang masing-masing memiliki fungsi dan peran tertentu. Fungsi utama struktur organisasi adalah untuk membuat jelas bagaimana tugas, wewenang, dan kedudukan karyawan dibagi untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan.



Gambar 2.4. Struktur Organisasi Tokopedia

Sumber: Website Tokopedia (2024)

Guna melengkapi struktur organisasi di atas, berikut ini merupakan tugas dan tanggung jawab dari berbagai posisi di Tokopedia.

a. Komisaris utama dan Komisarais

Komisaris utama dan komisaris memiliki tugas “wajib melakukan pengawasan atas kebijaksanaan dan jalannya pengurusan perusahaan, serta memberikan nasihat kepada dewan direksi”.

b. Direktur Utama

Direktur utama memiliki tanggung jawab seperti “mengkoordinasi dan mengendalikan kegiatan perusahaan dibidang administrasi keuangan, kesekretariatas dan kepegawaian, pengadaan dan peralatan perlengkapan; memimpin seluruh dewan eksekutif atau komite eksekutif; dan lain sebagainya. Sedangkan indikator keberhasilan seorang direktur utama adalah terpenuhi kebutuhan kerja sama antara perusahaan lain dengan Tokopedia”.

c. Direktur

Direktur memiliki tugas untuk “melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh direktur utama. Biasanya, jabatan direktur itu persis berada dibawah direktur utama dimana para direktur membidangi divisi yang berbeda beda juga. Contohnya: Direktur Keuangan, Direktur Operasional, Direktur Sales dan Marketing, Direktur Teknologi dan sebagainya”.

d. *Marketing/Internet Marketing*

Marketing/ Internet marketing bertugas “melakukan optimasi Tokopedia pada mesin pencari, sosial media, dan melakukan riset secara *online (google keyword planner)*”.

e. *Content*

Tugas bagian ini adalah “membuat konten pada blog Tokopedia, mengkoordinir semua yang berhubungan dengan konten di *website* Tokopedia. Indikator keberhasilannya adalah melaksanakan semua tugas dan tanggung jawabnya, serta telah mencapai target pada divisinya”.

f. *Design*

Tugas bagian ini adalah “melakukan tugas yang berhubungan dengan *design* seperti *design banner*, *website*, hingga *design banner* untuk pengiklanan. Demi mampu bersaing, bagian *design* di Tokopedia dituntut untuk selalu kreatif dan inovatif”.

g. Informasi Teknologi (IT)

Tugasnya adalah “mengimplementasi dan menjaga fitur-fitur yang ada di *website*, divisi IT juga melakukan *maintenance* fitur-fitur yang ada, serta memastikan pemeliharaan *server* terpenuhi”.

h. *Quality Control*

Bertugas untuk “memastikan bahwa fitur-fitur di Tokopedia berjalan dengan baik dan terhindar dari *bugs/error* dan memastikan berjalannya sistem dan kualitas kinerja fitur sesuai dengan standar yang ditentukan Tokopedia”.