

BAB II

GAMBARAN UMUM MARKETPLACE TOKOPEDIA DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

2.1 Sejarah dan Profil Marketplace Tokopedia

Tokopedia adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison yang ingin memperkecil jarak antar kota dan provinsi bagi pedagang yang berada didaerah-daerah kecil. Awal mula di *develop* pada tanggal 6 Februari 2009 dan sukses pada tanggal 17 Agustus 2009 dalam misi pemerataan ekonomi secara digital dan resmi diluncurkan kepada public. PT. Tokopedia ini merupakan bisnis yang bergerak dalam bidang jasa atau biasa disebut sebagai *Online marketplace* yang digunakan sebagai sarana untuk pemilik UMKM di Indonesia guna memiliki toko resmi mereka secara *online*. Tokopedia juga memberikan keleluasaan bagi pemilik toko tersebut untuk mengelola dan mengembangkan bisnisnya dengan mudah dan bebas biaya. Selain itu Tokopedia juga memberikan pengalaman baru dalam hal jual beli *online* di Indonesia.

Pada awal berdirinya Tokopedia ini, Tokopedia menerima modal atau suntikan dana dari beberapa perusahaan besar seperti, PT. Indonesia Dwitama (2009), East Venture (2010), Cyber Agent Ventures (2011), Netprice (2012) dan Softbank Ventures Korea (2013). Sehingga Tokopedia ini menjadi salah satu perusahaan teknologi di Asia Tenggara yang menerima investasi sebesar USD 100 juta dari Sequoia Capital dan Softbank Internet dan Media Inc pada tahun 2014. Jika dilihat dari kesuksesan tersebut Tokopedia ini berhasil menerima beberapa

penghargaan, antara lain ialah Best Company in Consumer Industry dari Indonesia Digital Economy Award 2016 dan menjadi #3 Top Chart di Google Play, Fastest Value Growth dalam acara *BrandZTM* Top 50 Most Valueable Indonesian Brands, dan Best Companies to Work For dari HR Asia Award. Dan pada tahun 2021, Tokopedia juga resmi melakukan merger dengan salah satu perusahaan besar teknologi yaitu GoJek. Kedua perusahaan ini kemudian memberikan nama GoTo yang berasal dari penggabungan nama dari kedua perusahaan yang bermakna gotong royong.

Hal yang mendasari William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison membuat Tokopedia ini adalah mereka melihat banyak pedagang kecil yang pindah ke kota-kota besar demi memperluas jangkauan pasar yang lebih baik. Sementara itu konsumen di daerah ini memiliki kendala dalam mendapatkan produk yang mereka inginkan dikarenakan terbatasnya akses dalam melakukan pembelian tersebut. Hal tersebutlah yang mendorong William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison untuk mencari solusi atas permasalahan tersebut untuk mempermudah konsumen yang berada didaerah dalam mendapatkan kebutuhannya yang mudah dijangkau. Sejak awal dibuat Tokopedia ini merupakan salah satu *online marketplace* yang memiliki proses perkembangan yang cukup cepat jika dibandingkan dengan *online marketplace* lainnya, hal tersebut dikarenakan dua pendirinya selalu berusaha dan menamkan inovasi dan pengembangan pada keseluruhan sistemnya.

2.2 Visi dan Misi Tokopedia

Setiap perusahaan memiliki tujuan dan impian yang akan diwujudkan dalam jangka waktu yang telah ditetapkan. Visi dan misi ini sangat penting bagi perusahaan, hal ini dikarenakan visi dan misi tersebut dapat dijadikan tolok ukur sejauh mana perusahaan telah membuat pencapaian yang mereka dapatkan. Tokopedia sendiri merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang teknologi yang memiliki Visi dan Misi yang sudah sangat jelas, berikut Visi dan Misi Tokopedia:

a. Visi

“Membangun Indonesia lebih baik, lewat internet”

b. Misi

Dalam realisasinya visi tersebut didukung dengan misi yang sudah ditetapkan oleh Tokopedia untuk memenuhi visi yang sudah ditetapkan seperti

1. Selalu Positif

- *Keep positive attitude* (selalu mengedepankan dan menjaga sikap positif dan menjauhkan sikap negative)
- *Build positive teamwork* (belajar dan bertumbuh bersama rekan kerja kearah yang lebih baik)

2. Memecahkan masalah

- *Solution oriented* (harus berdasarkan analisa dari inti permasalahan yang nanti perlu ditemukan solusi terbaiknya)
- *Think BIG* (perlu berpikir jauh kedepan untuk setiap langkah yang diambil)

- *Set your standarts very very high* (jangan mudah puas akan pencapaian terkini dan selalu menargetkan target yang lebih tinggi)
 - *Accepting challenges, embracing mistakes* (menerima tantangan dan belajar dari kesalahan sebelumnya)
3. Menjadi yang terbaik
 4. Generasi Indonesia yang lebih baik
 - *Integrity* (menjaga sikap jujur dan mengedepankan integritas diri yang baik)
 - *Character* (membangun dan menjaga nilai karakter diri kearah yang baik)
 5. Focus pada pelanggan
 - *Build awesome product* (membangun produk yang bermanfaat)
 - *Give best service* (selalu memberikan pelayanan dan pengalaman yang terbaik)

2.3 Nilai Tokopedia

- *Humble* : selalu berpijak ditanah seperti pohon
- *Determination* : pantang menyerah seperti air yang mengalir
- *Passion* : memiliki semangat yang membara seperti api
- *Speed* : secepat angin dalam bekerja (melaju)
- *Courage* : keberanian untuk bermimpi setinggi-tingginya

2.4 Logo, Maskot dan Slogan Tokopedia

2.4.1 Logo

Tokopedia ini identic dengan nuansa hijau, hal ini dikarenakan warna hijau identic



Gambar 2.1 Logo Tokopedia

dengan bumi yang menjadikannya lambang dari kerendahan hati dan ketenangan.

Hal tersebut juga mengarahkan Tokopedia agar “tidak egois” dan selalu melihat ke segala arah. Maskot dari Tokopedia ini merupakan burung hantu berwarna hijau

2.4.2 Maskot

Tokopedia ini melambangkan perusahaannya Dengan mascot burung hantu. Hal ini dikarenakan burung hantu dipercaya sebagai symbol kecerdasan dan kebijaksanaan, hal ini juga sejalan dengan apa yang dilakukan oleh Tokopedia selama ini yaitu mempermudah para penggunanya dalam menggunakan setiap fitur yang disediakan



Gambar 2.2 Maskot Tokopedia

oleh Tokopedia. Selain itu burung hantu dapat melihat keberbagai arah dan filosofi ini juga digunakan oleh penjual dan pembeli, dan hal tersebut yang ingin digunakan

oleh Tokopedia karena ingin menjadi marketplace yang tidak memihak siapapun dan dapat melihat permasalahan dan menjadi penengah secara adil dari segala aspek dan segala pihak.

2.4.3 Slogan

Tiap perusahaan pasti memiliki slogan, slogan sendiri merupakan upaya perusahaan agar perusahaannya atau produknya akan selalu diingat bagi orang yang mendengar dan melihatnya. Pada awal peluncuran slogan milik Tokopedia ini berbunyi “Sudah cek Tokopedia belum?” kalimat tersebut sangatlah ikonik sehingga membekas pada audiensnya, hal tersebut dilakukan untuk mengarahkan audiens agar mereka mencoba membuka aplikasi Tokopedia. Selain itu slogan ini bertujuan untuk menjaga hubungan antara user dan para penjualnya. Lalu pada tahun 2018 Tokopedia ini mengubah slogannya menjadi “Mulai aja dulu” yang dimana Tokopedia ini menginginkan agar seluruh pelosok masyarakat Indonesia ini memulai usahanya. Lalu pada tahun 2020 Tokopedia ini mengubah slogannya menjadi “Selalu ada Selalu Bisa” hal ini dilatar belakangi oleh Pandemi pada saat itu yang sedang marak-maraknya, dengan slogan tersebut Tokopedia ini menginginkan menjadi platform yang memenuhi kebutuhan para usernya walaupun saat berada dirumah. Dari slogan tersebut Tokopedia juga ingin menjadi solusi atas permasalahan dan memudahkan masyarakat yang ada pada saat itu.

2.4.4 Jenis Produk

Tokopedia ini merupakan salah satu aplikasi digital yang dimana ditujukan untuk mempermudah para penjual dalam melakukan pemasarannya. Didalam Tokopedia ini hanya menyediakan penjualan barang ataupun jasa digital. Selain itu di Tokopedia juga dapat digunakan sebagai aplikasi transaksi seperti pembayaran tiket

kereta api, membeli pulsa, pembelian token listrik, pembayaran BPJS, Donasi, Investasi dan beberapa fitur pembayaran lainnya. Berikut macam-macam layanan yang disediakan oleh Tokopedia:

1. Promo Hari Ini



Promo Hari
Ini

Gambar 2.3 Jenis Kategori Produk Tokopedia

Sumber: Tokopedia (2023)

Promo Hari Ini” merupakan keberagaman yang dimiliki Tokopedia, fitur ini merupakan segmentasi pada barang-barang diskon yang dijual pada hari itu juga.

2. Toserba



Toserba

Gambar 2.4 Jenis Kategori Produk Tokopedia

Sumber: Tokopedia (2023)

Toserba merupakan segmentasi yang dibagi oleh Tokopedia untuk menjual aneka kebutuhan rumah yang meliputi bahan makanan, detergen, dan segala sabun.

3. Fashion Pria



Fashion
Pria

Gambar 2.5 Jenis Kategori Produk Tokopedia

Sumber: Tokopedia (2023)

Fashion Pria merupakan segmentasi yang dibagi oleh Tokopedia untuk menjual seluruh fashion pria seperti baju, celana, sepatu, kaos kaki dan lain-lain.

4. Top-Up & Tagihan



Top-Up &
Tagihan

Gambar 2.6 Jenis Kategori Produk Tokopedia

Sumber: Tokopedia (2023)

Top-Up & Tagihan merupakan segmentasi yang dibagi oleh Tokopedia untuk melakukan isi ulang pulsa, kartu prakerja, air PDAM, listrik PLN, Internet & TV kabel dan voucher game dan lain-lain.

5. Travel & Entertainment



Travel & Entertainment

Gambar 2.7 Jenis Kategori Produk Tokopedia
Sumber: Tokopedia (2023)

Travel & Entertainment merupakan segmentasi yang dibagi oleh Tokopedia untuk melakukan pembelian tiket pesawat, kereta api, hotel, food & voucher, tiket event, hiburan, dan tiket bioskop

6. Keuangan



Keuangan

Gambar 2.8 Jenis Kategori Produk Tokopedia
Sumber: Tokopedia (2023)

Keuangan merupakan segmentasi yang dibagi oleh Tokopedia untuk melakukan investasi mulai dari emas, reksa dana dan dana pinjaman.

7. Fashion Wanita



Fashion
Wanita

Gambar 2.9 Jenis Kategori Produk Tokopedia
Sumber: Tokopedia (2023)

Fashion wanita merupakan segmentasi yang dibagi oleh Tokopedia untuk menjual seluruh fashion Wanita seperti baju, celana, dress, rok, flat shoes, sepatu, kaos kaki dan lain-lain.

8. Olahraga



Olahraga

Gambar 2.10 Jenis Kategori Produk Tokopedia
Sumber: Tokopedia (2023)

Olahraga merupakan segmentasi yang dibagi oleh Tokopedia untuk menjual seluruh peralatan olahraga dan kegiatan outdoor lainnya.

9. Kesehatan



Kesehatan

Gambar 2.11 Jenis Kategori Produk Tokopedia
Sumber: Tokopedia (2023)

Kesehatan merupakan segmentasi yang dibagi oleh Tokopedia untuk menjual seluruh peralatan Kesehatan termasuk medis, dalam segmen ini menyediakan perlengkapan medis, obat-obatan, vitamin dan nutrisi ibu hamil.

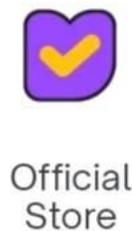
10. Komputer & Laptop



Gambar 2.12 Jenis Kategori Produk Tokopedia
Sumber: Tokopedia (2023)

Komputer & Laptop merupakan segmentasi yang dibagi oleh Tokopedia untuk menjual seluruh peralatan computer seperti laptop, hardware computer, monitor, router wifi dan alat game.

11. Official Store



Gambar 2.13 Jenis Kategori Produk Tokopedia
Sumber: Tokopedia (2023)

Official Store merupakan segmentasi yang dibagi oleh Tokopedia untuk menjual merk-merk ternama yang dikenal oleh orang-orang seperti Wardah, Maybeline, Sony, JBL, Nike, Adidas, Eiger, Kit dan lain-lain.

12. Live Shopping



Gambar 2.14 Jenis Kategori Produk Tokopedia
Sumber: Tokopedia (2023)

Live Shopping merupakan segmentasi yang dibagi oleh Tokopedia untuk melakukan penjualan secara Live (siaran langsung) hal ini digunakan agar calon konsumen secara pasti dan detail saat ingin membeli sebuah barang.

13. Tokopedia Seru



Gambar 2.15 Jenis Kategori Produk Tokopedia
Sumber: Tokopedia (2023)

Tokopedia Seru merupakan segmentasi yang dibagi oleh Tokopedia untuk melakukan beberapa game kecil yang nantinya mendapatkan hadiah seperti diskon, kupon, dan stemple harian untuk mendapatkan hadiah.

14. Diskon di Area Terdekat



Diskon di
Semarang

Gambar 2.16 Jenis Kategori Produk Tokopedia
Sumber: Tokopedia (2023)

Diskon di Area Terdekat merupakan segmentasi yang dibagi oleh Tokopedia untuk melihat diskon seller yang berada di dekat daerah atau kota kita.

15. Bayar di Tempat



Bayar di
Tempat

Gambar 2.17 Jenis Kategori Produk Tokopedia
Sumber: Tokopedia (2023)

Bayar di Tempat Terdekat merupakan segmentasi yang dibagi oleh Tokopedia untuk melihat barang apa saja yang bisa dibeli dan dibayar melalui bayar ditempat, fitur ini guna untuk memudahkan calon pembeli dalam berbelanja.

16. Bangsa Lokal



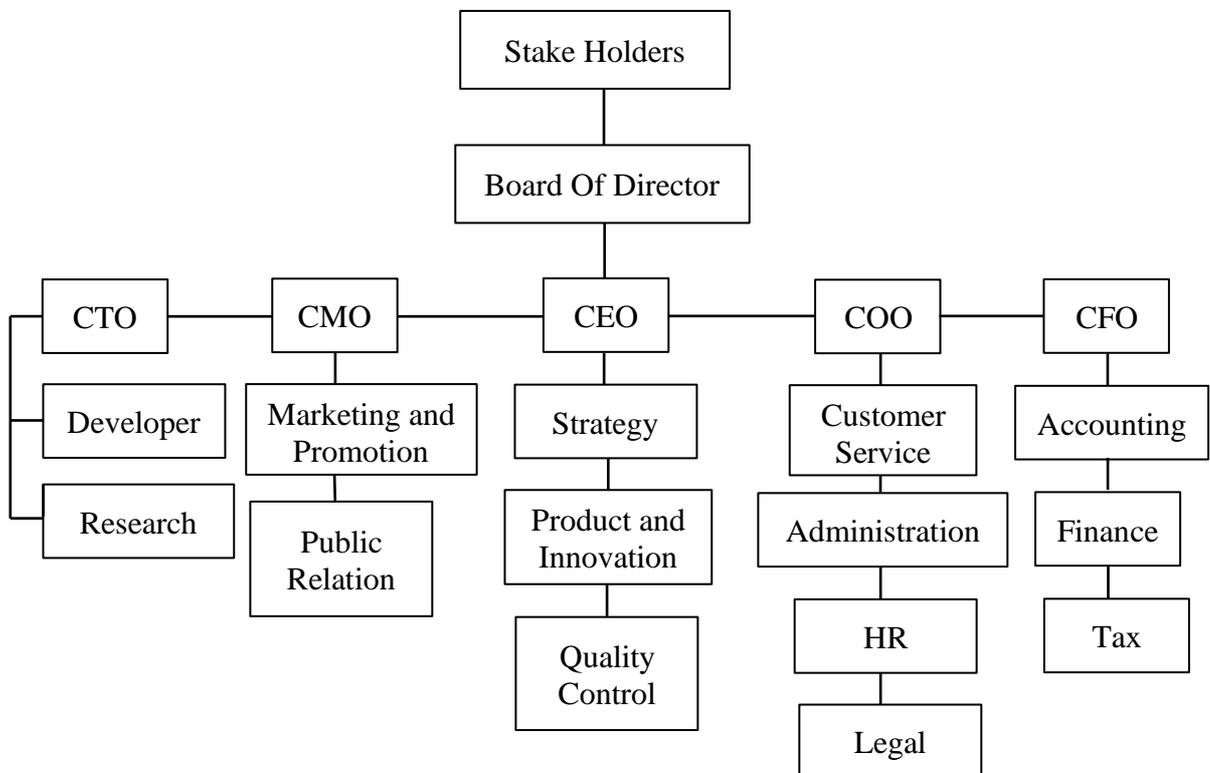
Bangsa
Lokal

Sumber: Tokopedia (2023)

Gambar 2.18 Jenis Kategori Produk Tokopedia

Bangsa Lokal merupakan segmentasi yang dibagi oleh Tokopedia untuk melihat barang local apa saja yang dijual oleh seller local, segmentasi ini dibuat untuk orang yang suka membeli barang local.

2.5 Struktur Organisasi



Gambar 2.19 Struktur Organisasi Tokopedia

Sumber: Tokopedia (2023)

Berdasarkan struktur organisasi diatas, terdapat *jobdesc* pada masing-masing posisi yang akan dijelaskan secara detail terkait dengan tugas beserta tanggung jawab dari setiap posisi yang ada di Tokopedia:

1. CTO (*Chief Technology Officer*)

Tugas dan wewenang dari CTO ini adalah coordinator dalam bidang teknologi dan membawahi beberapa divisi seperti:

- a. *Developer*: divisi ini bertugas dalam pengembangan fitur teknologi dari aplikasi Tokopedia.
- b. *Research*: divisi ini bertugas dalam mencari dan memperbarui fitur dari teknologi yang diperlukan oleh Tokopedia.

2. CMO (*Chief Marketing Officer*)

Tugas dan wewenang dari CMO ini adalah coordinator dalam bidang marketing dan membawahi beberapa divisi seperti:

- a. *Marketing and Promotion*: divisi ini bertugas dalam menemukan partner strategis yang berpeluang untuk dilakukannya kerjasama.
- b. *Public Relation*: divisi ini bertugas dalam berhubungan dengan media dan menyebarkan nama Tokopedia agar dikenal oleh masyarakat luas.

3. CEO

Tugas dan wewenang dari CEO ini adalah coordinator dalam keseluruhan divisidan membawahi beberapa divisi seperti:

- a. *Strategy*: divisi ini bertugas dalam membuat strategi sesuai dengan kebutuhan pada perkembangan Tokopedia

- b. *Product and Inovation*: divisi ini bertugas dalam membuat fitur-fitur baru yang nantinya akan diperbarui dan diperbaiki atas produk dan layanan Tokopedia.
- c. *Quality Control*: divisi ini bertugas dalam memastikan kelancaran dari fungsi aplikasi dan website dan semua fitur yang ada pada Tokopedia

4. COO (*Chief Operating Officer*)

Tugas dan wewenang dari COO ini adalah coordinator dalam operasional sehari-hari yang membawahi beberapa divisi seperti:

- a. *Customer Service*: divisi ini bertugas dalam memberikan bantuan kepada setiap user dari Tokopedia dalam penyelesaian masalah meliputi transaksi dan komunitas
- b. *Administration*: divisi ini bertugas dalam menyelesaikan permasalahan administrasi
- c. *HR (Human Resource)*: divisi ini bertugas dan berhubungan dengan karyawan, fasilitas Kesehatan, kontrak kerja, asuransi Kesehatan serta pelatihan bagi seluruh karyawan
- d. *Legal*: divisi ini bertugas untuk mengatasi setiap masalah legal sesuai dengan peraturan serta perundang-undangan yang ada

5. CFO

Tugas dan wewenang dari CFO ini adalah sebagai berikut:

- a. *Accounting*: bertugas untuk membuat laporan keuangan sebagai pertanggung jawaban kepada investor
- b. *Finance*: bertugas dalam menyelesaikan masalah pembayaran dan invoice

- c. *Tax*: bertugas untuk membuat laporan perpajakan yang sudah disesuaikan dengan undang-undang yang berlaku.

2.6 Karakteristik Responden

2.6.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data yang didapat melalui kuesioner, maka dapat dilihat pada tabel

2.1 dibawah ini berdasarkan umur.

Tabel 2.1 Usia

No.	Usia (Tahun)	Frekuensi	Persentase (%)
1.	20-29 Tahun	86	86.00
2.	30-39 Tahun	3	3.00
3.	40-49 Tahun	10	10.00
4.	> 50	1	1.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Data primer, diolah, 2023

Berdasarkan data diatas, dapat kita ketahui bahwa mayoritas responden Tokopedia ini berada di kisaran umur 20-29 tahun dengan jumlah responden sebanyak 85 orang dengan presentase sebesar 85%. Dengan begitu dapat diketahui bahwa konsumen Tokopedia Semarang ini mayoritas berada dikisaran usia 20-29.

2.6.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang didapat melalui kuesioner, maka dapat dilihat pada tabel

2.2 dibawah ini berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 2.2 Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Pria	49	49.00
2.	Wanita	51	51.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Data primer, diolah, 2023

Berdasarkan data pada table 2.1 dapat diketahui bahwa Sebagian besar responden besar responden berjenis kelamin Wanita dengan total jumlah 51 responden (51%). Sedangkan untuk responden berjenis kelamin pria memiliki total jumlah 49 responden (49%).

2.6.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan data yang didapat melalui kuesioner, maka dapat dilihat pada table 2.3 dibawah ini berdasarkan pekerjaan.

Tabel 2.3 Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Pelajar/ Mahasiswa	54	54.00
2.	Pegawai Swasta	16	16.00
3.	PNS/TNI/POLRI	10	10.00
4.	Wirausaha	9	9.00
5.	Ibu Rumah Tangga	0	0.00
6.	Pedagang	2	2.00
7.	Freelance	9	9.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Data primer, diolah, 2023

Berdasarkan table diatas dapat dilihat bahwa responden terbanyak berasal dari Pelajar/Mahasiswa dengan jumlah responden bertotalkan 54 orang (54%) dan responden yang paling sedikit berjumlah 2 orang, diikuti dengan Ibu Rumah Tangga yang tidak memiliki responden sama sekali. Bisa dikatakan bahwa Pelajar/Mahasiswa ini menjadi konsumen terbesar dari Tokopedia di Kota Semarang

2.6.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan

Berdasarkan data yang didapat melalui kuesioner, maka dapat dilihat pada table 2.4 dibawah ini berdasarkan pekerjaan.

Tabel 2.4 Pengeluaran Perbulan

No.	Pengeluaran Perbulan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	< Rp 1.000.000	24	24.00
2.	Rp 1.000.000- Rp 2.000.000	28	28.00
3.	> Rp 2.000.000- Rp 3.000.000	22	22.00
4.	> Rp 3.000.000- Rp 4.000.000	8	8.00
5.	> Rp 4.000.000- Rp 5.000.000	8	8.00
6.	> Rp 5.000.000	10	10.00
	Jumlah	100	100.00

Sumber: Data primer, diolah, 2023

Berdasarkan table 2.4 diatas dapat dilihat bahwa sebageian besar pengguna aplikasi Tokopedia memiliki pengeluaran sebesar Rp 1.000.000-Rp 2.000.000 perbulan sebanyak 28%. Kemudian disusul dengan pengeluaran <Rp 1.000.000 perbulan sebesar 24%, lalu >2.000.000-Rp 3.000.000 perbulan sebanyak 22%, lalu >Rp 5.000.000 perbulan sebesar 10%. Kemudian disusul oleh >Rp 3.000.000-Rp 4.000.000 dan > Rp 4.000.000- Rp 5.000.000 sebesar 8%.

2.6.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Terakhir Kali Penggunaan

Terakhir kali penggunaan merupakan pengelompokan dari kapan terakhir kali para responden menggunakan aplikasi Tokopedia dalam kurun waktu 3 bulan terakhir.

Berikut data yang sudah didapatkan:

Tabel 2.5 Terakhir Kali Penggunaan

No	Penggunaan Terakhir	Frekuensi	Presentase (%)
1.	0-1 Minggu yang lalu	20	20.00
2.	2-4 Minggu yang lalu	16	16.00
3.	1-2 Bulan yang lalu	21	21.00
4.	Lebih dari 2 bulan yang lalu	43	43.00
	Total	100	100.00

Sumber: Data primer, diolah, 2023

Data tersebut diambil pada tanggal 12 Oktober 2022 sebagai tanggal pengambilan data. Berdasarkan data pada tabel 2.5 ini dapat dilihat bahwa mayoritas responden ini telah menggunakan aplikasi Tokopedia dalam kurun waktu

yang terbilang cukup lama, yaitu lebih dari 2 bulan yang lalu dengan jumlah 43 responden dengan presentase 43%.

2.6.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi yang Sering Digunakan

Data penggunaan aplikasi ini dilakukan untuk mengetahui aplikasi apa saja yang digunakan oleh para responden aplikasi Tokopedia di Kota Semarang. Berikut merupakan data yang telah diklasifikasikan sesuai dengan jawaban responden.

Tabel 2.6 Aplikasi yang Sering Digunakan

No	Aplikasi	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Shopee	71	71.00
2.	Lazada	16	16.00
3.	Blibli	2	2.00
4.	BukaLapak	3	3.00
5.	Tik Tok Shop	8	8.00
	Total	100	100.00

Sumber: Data primer, diolah, 2023

Berdasarkan data diatas bisa dilihat bahwa aplikasi yang banyak orang gunakan adalah aplikasi Shopee dengan jumlah responden 71 orang dengan presentase 71%. Lalu diikuti terbanya kedua yaitu aplikasi Lazada dengan jumlah total 16 pengguna. Pada data tersebut dapat dikatakan Shopee merupakan salah satu aplikasi yang menjadi competitor sengit bagi Tokopedia.