Laporan Hasil Analisis Platform E-Commerce Blibli



Disusun Untuk Memenuhi Tugas Mata Kuliah E-Commerce

Dosen Pengampu:

Ir. Nofiyanti, S.Kom., M.Kom., IPM.

Oleh:

1. Anas Sholihin H1D023103

2. Essay Bina Mukti H1D023114

3. Isma Fadhilatizzahra H1D023107

JURUSAN INFORMATIKA

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN

PURBALINGGA

BAB I PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah mengalami kemajuan yang signifikan, khususnya internet. Internet tidak hanya menghubungkan orang satu sama lain, tetapi menyediakan informasi, hiburan, dan sarana jual beli. Saat ini, internet menjadi kebutuhan bagi banyak orang karena kecepatan informasi, kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan, dan fleksibilitas. Dengan semakin maraknya internet, bisnis juga semakin digemari ndustryn. Peluang – peluang bisnis online semakin terbuka, karena jangkauan layanan semakin luas, kebutuhan semakin besar, dan kemudahan dalam jual beli.

Salah satu bisnis online di Indonesia adalah Blibli. Blibli merupakan salah satu platform e-commerce yang aktif di Indonesia. Dengan beragam produk dan layanan online yang inovatif, Blibli berhasil menarik minat ndustryn. Transaksi perdagangan digital di Indonesia terus tumbuh, dan Blibli berperan penting dalam perkembangan ini. Potensi pasar e-commerce di Indonesia sangat besar, didukung oleh populasi penduduk yang mencapai 250 juta orang. Harga internet yang semakin terjangkau dan antusiasme ndustryn dalam menggunakan internet juga turut memperkuat perkembangan e-commerce.

Blibli didirikan pada tahun 2010 dan secara resmi diluncurkan pada 25 Juli 2011. Pendiri Blibli adalah PT Global Digital Niaga (GDN), yang merupakan anak ndustryn dari PT Global Digital Prima (GDP)—bagian dari Djarum Group. Kantor pusat Blibli berlokasi di Jakarta Barat. Blibli awalnya mengusung sistem B2B, B2C, dan B2BC (Business to Business to Consumer). Sebagai online shop terpercaya di Indonesia, Blibli menawarkan lebih dari 100.000 mitra usaha dengan beragam pilihan produk berkualitas. Dengan komitmen untuk terus berinovasi dan memenuhi kebutuhan konsumen, Blibli berhasil menjadi salah satu pemain utama dalam ndustry perdagangan digital di Indonesia.

BAB II PEMBAHASAN

2.1 Pesaing

Blibli, salah satu platform e-commerce terkemuka di Indonesia, memiliki sejumlah pesaing yang signifikan di pasar. Blibli tetap mempertahankan peringkat yang sama sejak kuartal kedua tahun 2018, dengan peningkatan pengunjung web bulanan ke nomor 5. Blibli naik 31% sejak  2018.

Namun menurut data terkini, Blibli memiliki beberapa pesaing besar. Diantaranya ada Lazada, kategori produk platform e-commerce yang telah lama hadir di Indonesia dan mencakup berbagai bidang yang berbeda. Yang kedua ada Shopee, Shopee telah menjadi salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia karena strategi pemasarannya yang agresif dan berbagai program periklanan. Persaingan antara Blibli dan Shopee terus meraih pangsa pasar yang signifikan. Yang ketiga ada Tokopedia, merupakan salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia yang menawarkan beragam produk mulai dari fashion hingga elektronik. Yang terakhir ada Bukalapak yang juga menjadi pesaing kuat Blibli karena fokusnya pada pasar lokal dan berbagai inovasi yang ditawarkan.

Pertarungan  Blibli dengan kompetitor tidak hanya terbatas pada penawaran produk dan harga, namun juga mencakup strategi pemasaran, inovasi teknologi, dan pengalaman pengguna. Namun mengingat ketatnya persaingan, Blibli tetap berkomitmen untuk mempertahankan posisinya sebagai salah satu pemain terkemuka di pasar e-commerce Indonesia.

2.2 Pelanggan

Blibli Marketplace menyasar pengguna kelas menengah ke atas dan tersedia di seluruh Indonesia. Berbagai jenis produk dijual di Blibli yaitu ada elektronik, pulsa, tiket, kesehatan, fashion, dan lain-lain. Blibli bersaing dengan marketplace lain dengan menawarkan harga murah melalui diskon, flash sale, dan berbagai promosi.

Memahami karakteristik dan perilaku pelanggan adalah kunci terpenting dalam mengembangkan strategi bisnis yang efektif. Pelanggan Blibli menunjukkan perilaku pembelian yang menarik dan sering mencari produk dengan harga bersaing serta pengalaman berbelanja yang nyaman. Namun, aspek yang tidak boleh diabaikan yaitu kepercayaan konsumen terhadap platform tersebut. Blibli mampu membangun kepercayaan konsumen melalui layanan pelanggan yang responsif, pengiriman yang cepat dan andal, serta kebijakan pengembalian yang mudah. Hal ni penting untuk menjaga loyalitas pelanggan dan membedakan Blibli dengan kompetitor.

Fokus pada transparansi, keamanan data, dan kualitas produk juga membantu Blibli memperkuat posisinya sebagai pilihan utama konsumen Indonesia. Melalui analisis menyeluruh terhadap preferensi dan harapan pelanggan, Blibli mampu meningkatkan pengalaman belanja online yang memuaskan dan terus mempererat hubungan berkelanjutan dengan konsumen.

2.3 Produk dan Layanan

Sebagai salah satu platform e-commerce terkemuka di Indonesia, Blibli menawarkan berbagai produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berbeda-beda. Produk yang ditawarkan mencakup berbagai kategori, mulai dari fashion, elektronik, perlengkapan rumah tangga, hingga produk kesehatan dan kecantikan.

Untuk menjaga kualitas produk, Blibli bekerja sama dengan berbagai brand ternama dan menerapkan proses kontrol kualitas yang ketat untuk menjamin kepuasan pelanggan. Selain itu, Blibli juga menawarkan layanan pengiriman cepat dan andal demi memastikan konsumen menerima pesanannya dengan tepat waktu Blibli juga fokus pada layanan pelanggan terbaik.

Selain itu, kebijakan pengembalian yang fleksibel memungkinkan konsumen dengan mudah mengembalikan produk jika diperlukan. Blibli juga terus mengembangkan fitur-fitur baru  untuk meningkatkan pengalaman belanja online konsumen, antara lain program loyalitas, penawaran spesial, dan kemudahan pembayaran. Blibli terus memperkuat posisinya sebagai destinasi belanja online terpercaya bagi konsumen Indonesia melalui produk dan layanan berkualitas tinggi serta fokus pada kepuasan pelanggan dengan memahami kebutuhan dan preferensi konsumen serta terus berinovasi untuk menyediakan produk dan layanan yang lebih baik, Blibli siap mengatasi tantangan dan tetap menjadi pemimpin dalam industri e-commerce di masa depan.

2.4 Tren pasar

Blibli mencerminkan tren penting dalam industri e-commerce Indonesia. Berdasarkan data kunjungan lapangan, Blibli mencatat peningkatan jumlah pengunjung yang  menunjukkan keberhasilan strategi pemasaran dan pengembangan platformnya. Selain itu, analisis tren transaksi juga mengungkapkan preferensi konsumen terhadap produk dan layanan yang ditawarkan Blibli.

Penelitian menunjukkan bahwa produk yang sejalan dengan tren pasar dan harga yang kompetitif cenderung menerima lebih banyak penawaran, sehingga menyoroti pentingnya beradaptasi terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen. Selain itu, Blibli juga mengintegrasikan strategi pemasaran digital yang efektif untuk mengoptimalkan promosi produk melalui media sosial dan kampanye merek digital. Hal ini tercermin dari bocoran Blibli Marketing Trends 2024 yang menyoroti pentingnya strategi inovatif untuk menjangkau pelanggan dan memaksimalkan potensi bisnis.

Memantau tren pasar yang berkembang memungkinkan Blibli memperkuat posisinya di industri e-commerce yang kompetitif. Blibli memastikan relevansi dan keberlanjutan perusahaan dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis dengan menerapkan konsep e-business yang fleksibel dan responsif terhadap kebutuhan pasar.

2.5 Persepsi Keamanan

Blibli menggunakan siber CSRIT sebagai sistem keamanan aplikasinya. Platform e-commerce Blibli memperoleh sertifikasi ISO/IEC 27001:2013 untuk Sistem Manajemen Keamanan informasi untuk melindungi data konsumen. Sertifikasi berstandar internasional itu menobatkan Blibli sebagai platform e-commerce yang pertama di Indonesia yang mengaplikasikan Computer Security Incident Response Team (CSIRT) sebagai standar mekanisme penanganan insider siber.

Blibli memutakhirkan sistem cyber security dengan diperolehnya sertifikasi keamanan data ini untuk melindungi data para pelanggan yang bertransaksi melalui Blibli. Hal ini dikarenakan khalayak yang memfokuskan keamanan data seiring meningkatnya literasi digital.

Blibli mengantisipasi maraknya kasus kebocoran data dengan menyempurnakan sistem keamanan yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan. Salah satu cara mencegah penyalahgunaan data dan penerapan keamanan siber yang andal melalui penerapan end-to-end security. Cara ini dilakukan dengan mengimplementasikan tata kelola keamanan informasi, manajemen risiko, dan kepatuhan terhadap berbagai Information Security Network & Standards. Kerangka kerja Blibli yang menata people, process, dan technology itu diselaraskan dengan tingkat risiko.

Sejalan dengan hal tersebut, Blibli memberikan bermacam pelatihan serta sertifikasi untuk memastikan sumber daya manusia yang bekerja sama dengannya lihai dalam menciptakan proses untuk pengamanan aplikasi, jaringan dan semua sistem komputer dari berbagai ancaman keamanan siber. Keamanan data merupakan tanggung jawab bersama termasuk pemilik dan pengelola data. Dengan demikian, Blibli juga mengikutsertakan para pengguna agar tetap bijak dalam mengelola dan menjaga keamanan data pribadi dari berbagai saluran.

Salah satu cara yang disarankan oleh Blibli dalam meningkatkan keamanan siber (cyber security), yaitu mengganti password akun secara berkala dan tidak memakai password yang sama pada situs yang berbeda. Selain itu juga menjaga kerahasiaan password dan one time password (OTP) untuk menghindari penyalahgunaan dan pengambilalihan akun.

Tim Customer Relations Blibli rutin melakukan sosialisasi keamanan data (security awareness) terhadap pelanggan. Jika pelanggan memiliki kesulitan atau pertanyaan, pelanggan bisa mengakses channel resmi Customer Care Blibli. Pelayanan pelanggan Blibli mudah dijangkau dan dapat dihubungi selama 24 jam setiap hari, melalui enam channel melalui chat, telepon, WhatsApp, e-mail, Facebook @bliblidotcom, dan @bliblicare di Twitter terkait keamanan data pelanggan.

2.6 Kemudahan bertransaksi

Saat ini pelanggan bisa memilih satu dari 9 metode pembayaran yang didukung oleh total 37 mitra pembayaran. Metode pembayaran tersebut, diantaranya uang elektronik, kartu kredit atau kartu debit, internet banking dan transfer Virtual Account. Selain itu, Blibli tetap menjalin kerjasama dengan berbagai minimarket untuk menerima pembayaran melalui jaringan toko tersebut.

Selain transaksi jual beli, Pelanggan juga dapat membayar tagihan listrik PLN, tagihan air, iuran BPJS Kesehatan dan zakat. Blibli menghadirkan metode pembayaran Ovo untuk semakin melengkapi opsi pembayaran non-tunai yang tersedia di platform Blibli, dengan demikian mendorong peralihan ke cashless society. Kerja sama ini tentunya sejalan dengan tren cashless payment di antara pelanggan, khususnya kalangan milenial yang lebih memilih bertransaksi barang dan jasa menggunakan uang elektronik.

Blibli berkolaborasi dengan Ovo yang merupakan sebuah platform pembayaran digital, rewards dan layanan finansial untuk meningkatkan kemudahan bagi pelanggan melakukan transaksi belanja di platform Blibli. Opsi pembayaran dengan Ovo tersedia di Blibli mulai 1 Juli 2020 dan dapat digunakan untuk pembelanjaan ritel, produk digital, kecuali emas, pulsa dan top up e-money, serta pembayaran tagihan. Pelanggan Blibli dapat bertransaksi menggunakan Ovo untuk berbagai produk seperti voucher game, groceries, kecantikan dan kesehatan, fesyen hingga smartphone.

Tidak hanya menunjukkan eksistensinya sebagai online marketplace yang menyediakan barang kepada konsumen dan berorientasi pada profit semata, seiring dengan berjalannya waktu dan berkembangnya bisnisnya, Blibli ikut menunjukkan dukungan dan komitmen penuhnya untuk memajukan dunia pendidikan di Indonesia. Blibli menunjukkan antusiasmenya dengan bekerja sama dengan pemerintah yang diwakili oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan lewat program yang dinamai dengan Sistem Informasi Pengadaan Sekolah atau biasa disingkat dengan istilah SIPLah.

SIPLah adalah sistem informasi pengadaan sekolah yang berbasis daring yang merupakan kerja sama antara Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbud Ristek) dengan platform e-commerce Blibli. Sistem informasi yang menawarkan berbagai produk berupa barang dan jasa kepada penggunanya ini juga menyediakan berbagai metode pilihan metode pembayaran serta pengiriman super mudah dalam satu tempat.

Sistem ini sendiri dibuat dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pengadaan barang dan jasa (PBJ) dengan dana yang sumbernya berasal dari dana BOS alias Bantuan Operasional Sekolah. Saat ini Blibli menyediakan layanan SIPLah setiap hari mulai dari pukul 8 pagi hingga 5 petang waktu indonesia barat yang menyokong pengadaan buku pelajaran bagi banyak sekolah di seluruh penjuru negeri, bahkan di area pelosok.

Pengguna SIPLah adalah pelaku usaha, individu, hingga badan hukum sebagai penyedia barang dan jasa untuk sekolah, sedangkan sekolah yang diwakili oleh kepala sekolah hingga bendahara BOS bertindak sebagai pembeli barang dan jasa sekolah. Semua transaksi itu sendiri diawasi oleh Direktorat Teknis Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan sebagai pengawas Pengadaan Barang dan Jasa (PBJ) Sekolah. Terdapat berbagai barang yang disediakan oleh sistem SIPLah Blibli kepada para penggunanya, mulai dari buku teks maupun non-teks, alat peraga sekolah, alat tulis kantor, aplikasi pembelajaran digital, hingga peralatan elektronik. Sementara itu, di kategori jasa dibagi menjadi beberapa pilihan, mulai dari jasa audio, cetak, jahit, dan lain sebagainya.

Jumlah nominal paling banyak per transaksi dengan metode pemilihan Pembelian Langsung adalah sebesar Rp2 miliar saja. Pembayarannya sendiri haruslah dilakukan secara non-tunai sesuai dengan ketentuan yang diberlakukan mengenai BOS Non-Tunai dan akan diterima oleh pihak Penyedia Barang dan Jasa Sekolah paling lambat setelah 1 x 24 jam diterima oleh Blibli selaku Mitra Sistem Pasar Daring.

2.7 Harga

Blibli mengadakan beberapa promo besar-besaran di hari-hari tertentu. Diantaranya promo 5.5 Mei, 6.6 Double Day Juni, 2.2 Februari, 11.11 Histeria. Selain itu ada juga flash sale yang menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari biasa. Promo Flash Sale sendiri biasanya memiliki batas waktu dan batas item yang dijual. Karena keterbatasan jumlah dan waktu, Blibli akan memberikan reminder maupun notifikasi yang akan dimunculkan dalam bentuk pop up di telepon seluler pelanggan. Adapun voucher cashback yang berlaku di produk tertentu maupun toko tertentu. Ada juga Value Voucher yang biasa digunakan untuk produk makanan siap antar.

Cara penggunaan voucher-voucher tersebut adalah dengan menggunakan voucher yang telah dipilih atau dengan memasukkan kode voucher pada kolom kode voucher lalu klick “Gunakan” sebagai langkah untuk mengkonfirmasi. Kemudian secara otomatis jumlah akhir payment akan diakumulasikan dengan potongan yang telah digunakan.

BAB III KESIMPULAN

Blibli berhasil mempertahankan posisinya di pasar yang kompetitif dengan komitmen pada inovasi, layanan pelanggan, dan kualitas produk. Melalui strategi pemasaran yang efektif, Blibli mampu menarik minat pelanggan dengan promo besar-besaran dan diskon reguler, serta menyediakan berbagai metode pembayaran yang mudah dan aman.

Keamanan data juga sangat diperhatikan dengan ketat oleh blibli dengan menggunakan Computer Security Incident Response Team (CSIRT) dalam aplikasinya. Tim Customer Relations Blibli rutin melakukan sosialisasi keamanan data (security awareness) terhadap pelanggan dengan bisa mengakses channel resmi Customer Care Blibli.

Kemudahan bertransaksi juga menjadi fokus Blibli, dengan menyediakan berbagai metode pembayaran dan kerjasama dengan platform pembayaran digital seperti Ovo. Selain itu, Blibli juga berkolaborasi dengan pemerintah dalam program SIPLah untuk memenuhi kebutuhan pendidikan di Indonesia.

Dengan terus memantau tren pasar dan mengikuti perkembangan teknologi, Blibli siap mengatasi tantangan di masa depan dan tetap menjadi pemain utama dalam industri e-commerce Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Akda Pamungkas, Rizal, Rahmayati, Suci. (2023). Analisis Sistem Informasi Manajemen dalam Penggunaan Aplikasi Blibli.

Adani, M. R. (2020). Sistem Informasi Manajemen dan Manfaat untuk Bisnis.

Adani, M. R. (2021). Pengertian Sistem Informasi dan Contoh Penerapan pada Dunia Industri.

Sultan Ahmadi. (2024). Fakta dan Sejarah Berdirinya Blibli. Batampos.

Nurcahyadi Ghani. (2022). Komitmen pada Perlindungan Data Pengguna, Blibli Terapkan Sistem Keamanan Siber CSIRT. Mediaindonesia.

Sanusi. (2020). Beri Konsumen Kemudahan Transaksi Pembayaran, Blibli Kolaborasi dengan Ovo. Tribunnews.

Ahdiat Adi. (2024). Tren E-Commerce 2023, Kunjungan ke Shopee dan Blibli Meningkat. Databoks.

Rachmatunnisa. (2019). Fakta Persaingan Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan Blibli. Detikinet.