

## **BISNIS TOKO ONLINE**

***Decky Hendarsyah***

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis

Jalan Poros Sungai Alam - Selat Baru, Bengkalis 28751

Telp. (0766) 21550 Fax. (0766) 700 7134

Email: deckydb@gmail.com

### **Intisari**

Indonesia adalah negara yang jumlah populasinya besar dimana termasuk dalam salah satu negara yang terbesar dalam pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Komunikasi dan Informasi berkomitmen untuk mempercepat pembangunan infrastruktur komunikasi dan *Internet* sampai ke pelosok-pelosok daerah di seluruh Indonesia. Ini merupakan peluang besar bagi masyarakat Indonesia untuk menggunakan *Internet* sehingga dapat merambah keseluruhan bidang kehidupan mulai dari bisnis, pendidikan, kesehatan dan lain-lain sebagai wujud kemajuan teknologi dan informasi. Masyarakat dapat menggunakan *Internet* mulai dari melihat informasi di surat kabar *online*, menjalin pertemanan secara *online*, konsultasi *online*, berbisnis secara *online* dan sebagainya. Dalam dunia bisnis sendiri sudah terjadi pergeseran dari bisnis tradisional (*offline*) ke bisnis *online*. Bisnis *online* banyak sekali ragam dan bentuknya, tapi dalam makalah ini lebih fokus membahas mengenai bisnis toko *online*. Pembahasannya mulai dari pengenalan bisnis *online*, alasan melakukan bisnis *online*, apa-apa saja bentuk-bentuk dari bisnis *online*, bagaimana persiapan untuk memulai bisnis toko *online*, bagaimana strategi pelayanan terhadap pelanggan toko *online* dan bagaimana cara pengelolaan bisnis toko *online* serta bagaimana strategi promosi toko *online*.

Kata Kunci: *Business, Online, Online Business, Online Store*

### **Abstract**

*Indonesian is a large country where the population is included in one of the largest countries in the utilization of information and communication technology. The Indonesian government through the Ministry of Communications and Information committed to accelerating the development of communications infrastructure and the Internet to remote areas throughout Indonesia. This is a great opportunity for the Indonesian people to use the Internet so it can be extended to all areas of life from business, education, health and others as a form of advances in technology and information. Communities can use the Internet ranging from information in the newspaper online, make friends online, online consultation, online business and so on. In the business world, itself has been a shift from traditional business (offline) to the online business. Online business is a huge range and shape, but in this paper, focus discusses the online store. Discussion ranging from the introduction of an online business, a reason to do business online, nothing any forms of online business, how to prepare to start a business online store, how the strategy of customer service and how to shop online store business management and how to store promotion strategy online.*

*Keywords: Business, Online, Online Business, Online Store*

## 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berkembang sedemikian pesat, sehingga merasuk kedalam sendi-sendi kehidupan masyarakat, mulai dari kalangan atas sampai kalangan bawah. Kemudian juga sudah menjadi salah satu kebutuhan yang cukup penting bagi masyarakat pada umumnya. Seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, perkembangan perangkat telepon genggam juga berkembang sedemikian pesatnya, terbukti saat ini sudah banyak beredar telepon pintar (*smartphone*) dan *PC tablet* yang terkoneksi ke *internet* mulai dari harga murah sampai harga yang mahal. *Internet* di Indonesia sudah lumayan bagus layanannya, salah satunya melalui teknologi jaringan *mobile 3G*, *3.5G* dan *3.75G* yang disediakan oleh vendor-vendor penyedia *Internet*.

Baru-baru ini *internet* berkecepatan tinggi juga sudah masuk ke Indonesia, menggunakan teknologi jaringan *mobile 4G*, tapi baru dirilis di Jakarta dan kota-kota besar lainnya di Indonesia. Kemungkinan besar nanti teknologi *smartphone* dan *PC tablet* juga akan mengikuti perkembangan teknologi jaringan *4G* tersebut, sehingga akan bermunculan *smartphone 4G*. Penggunaan *smartphone* sendiri saat ini sudah masuk kelini terbawah masyarakat, dapat dilihat disekeliling kita, rata-rata masyarakat sudah memegang *smartphone* dan *PC tablet*. Dimana masyarakat menggunakan perangkat tersebut selain untuk telepon dan *SMS* juga untuk mengakses *internet* seperti *browsing*, *facebook*, *twitter*, *black berry messenger* (*BBM*) dan lain-lain. *Smartphone* yang beredar di Indonesia mulai dari *black berry*, *smartphone android*, *iphone* dan *smartphone* lainnya termasuk *PC tablet*.

Semakin banyak masyarakat menggunakan *internet*, ini akan membuka peluang bagi dunia bisnis terutama bisnis *online*, sehingga bisnis dapat dilakukan secara *online*. Bagi pedagang yang biasanya berdagang di pasar, di toko dan tempat lainnya atau bagi yang baru memulai bisnis dagang dapat memanfaatkan peluang ini. Biasanya berdagang di toko terbatas dengan waktu dan tempat sambil menunggu pembeli datang. Tapi dengan berbisnis toko *online* dapat melebarkan sayap bisnisnya tanpa ada batas waktu dan tempat. Dalam membangun bisnis toko *online* ada hal-hal yang perlu diketahui dan diperhatikan supaya bisnis toko *online* berjalan dengan baik, maka dari itu perlu dibahas mengenai bisnis toko *online*.

## 2. Faktor *Marketing Mix*<sup>1</sup> dalam Bisnis

Dalam menjalankan sebuah bisnis ada beberapa faktor utama yang harus diperhatikan dan dipenuhi yaitu *marketing mix*. *Marketing mix* terdiri dari 4P<sup>2</sup> dan 3P<sup>3</sup>. Yang dimaksud dengan 4P adalah singkatan dari *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*. Sedangkan untuk 3P merupakan singkatan dari *People*, *Process*, *Physical Evidence*.

### a) *Product* (produk):

Produk adalah barang atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat untuk mendapatkan perhatian, pembelian, atau dikonsumsi guna memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Bukan hanya kualitas produk yang dibutuhkan konsumen, namun sistem pelayanan yang diberikan dan desain

---

<sup>1</sup> <http://bisnisukm.com/pentingnya-marketing-mix-dalam-berbisnis.html>, diakses tanggal 3 Desember 2014.

<sup>2</sup> Salim, J., 2009, Step By Step Bisnis Online, Elex Media Komputindo, Jakarta, h. 2-10

<sup>3</sup> <http://infosky.wordpress.com/2008/04/11/strategi-pemasaran-4p3p/>, diakses tanggal 2 Desember 2014.

produk yang menarik juga memberikan nilai lebih pada konsumen untuk membeli atau mengkonsumsi suatu produk.

Sebelum menjalankan bisnis yang harus diketahui dahulu adalah produk apa yang akan ditawarkan kepada konsumen. Produk tersebut apakah dibuat sendiri atau dibuat oleh orang lain. Jika produk dibuat oleh orang lain berarti kita hanya sekedar memasarkan produk orang lain.

Di era persaingan pemasaran pada saat ini, upaya menciptakan produk yang lebih kompetitif sangat penting sebagai strategi pemasaran. Penggunaan teknologi dan kepakaran yang tinggi sangat dibutuhkan untuk menghasilkan produk yang berkualitas, dan memiliki kelebihan yang kompetitif dikalangan persaingan, dengan memerlukan berbagai inisiatif tambahan oleh pemasar.

b) *Price* (harga):

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa. Atau dapat juga diartikan sebagai nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari produk atau jasa yang dibutuhkan. Harga merupakan salah satu *variable marketing mix* yang bersifat fleksibel, terkadang bisa stabil dalam beberapa waktu dengan harga tertentu namun bisa juga tiba-tiba meningkat atau turun tajam disesuaikan dengan kondisi permintaan pasar.

Harga dapat melambangkan kualitas produk. Tetapi, dalam realitas pemasaran fakta tersebut tidak semestinya benar untuk dijadikan asas pematokan harga yang strategis. Strategi penetapan harga menjadi penting karena faktor harga mempunyai peran dalam mempengaruhi pembeli untuk membeli dan menjadi pelanggan tetap suatu produk.

c) *Place* (tempat):

*Place* merupakan kegiatan bisnis untuk membuat produk atau jasa yang ditawarkan lebih mudah terjangkau oleh konsumen dan dapat tersedia pada sasaran pasar yang tepat. Variabel tempat juga meliputi saluran distribusi untuk menjangkau konsumen yang tersebar luas. Sehingga beberapa perusahaan membuka kantor cabang di daerah-daerah untuk memudahkan konsumennya.

Sebuah produk yang akan dijual pada suatu segmen pasar dengan harga yang tepat tentunya harus dapat dengan mudah dijangkau oleh target pasar. Bagaimanapun tepatnya produk yang dijual dan bagaimanapun tepatnya harga yang ditetapkan dengan segmen pasar, namun jika salah dalam memilih saluran distribusi, maka kemungkinan untuk gagal akan jauh lebih besar.

d) *Promotion* (promosi):

Promosi adalah kegiatan untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa pada pasar sasaran, untuk membangun persepsi pelanggan mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Konsep promosi yang biasa digunakan antara lain *advertising*, *public relation*, *sales promotion*, *personal selling*, serta *direct marketing*. Tanpa promosi, pemasaran produk yang berkualitas sekalipun tidak akan menjadi aktif sehingga industri susah memperoleh tahap kompetitif yang dikehendaki di pasaran.

e) *People* (orang):

*People* adalah semua orang yang terlibat dalam kegiatan memproduksi produk serta memberikan pelayanan produk kepada konsumen. Orang yang memproduksi dan memasarkan suatu produk juga memiliki penilaian dimata konsumen. Faktor manusia baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam aktivitas penyampaian produk di pasaran tidak bisa diabaikan. Karena peranannya yang menjalankan berbagai aktivitas pemasaran perlu dijadikan sebagai pertimbangan strategi pemasaran. Kemudian aspek keahlian, kemampuan dan kepakaran dari para pekerja dan pihak pengelola industri perlu juga diberi perhatian khusus sehingga dapat meningkatkan kualitas pemasaran produk.

f) *Process* (proses):

Proses adalah serangkaian tindakan yang diperlukan untuk memberikan produk atau jasa dengan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Suatu proses bisa berisi tentang metode atau prosedur yang diberlakukan untuk memperoleh produk yang dibutuhkan konsumen. Proses pelayanan yang cepat, mudah dan ramah memberikan nilai lebih konsumen terhadap suatu produk. Oleh sebab itu, dengan memasukan unsur proses kedalam strategi pemasaran akan menjadikan inisiatif yang strategis dalam suatu industri.

g) *Physical Eviden* (Bukti Fisik):

*Physical evidence* adalah perangkat-perangkat yang dibutuhkan untuk mendukung penampilan suatu produk, sehingga memperlihatkan secara langsung kualitas produk serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

### 3. *Bisnis Online*

*Bisnis online* tidak berbeda jauh dengan *bisnis offline*. Jika di *bisnis offline* ada *investor*, maka di *bisnis online* juga ada *investor*. *Bisnis offline* ada strategi dalam memasarkan produk atau jasa, maka di *bisnis online* juga ada strateginya. Perbedaan menjalankan *bisnis secara online* dengan *bisnis secara offline* hanya terletak pada medianya saja.

*Bisnis online* adalah *bisnis* yang menggunakan media *Internet* sebagai pemasaran suatu produk atau jasa<sup>4</sup>. Media *Internet* dapat diakses melalui ponsel pintar (*smartphone*), tablet, komputer dan perangkat-perangkat yang terhubung ke *Internet*. Sedangkan produk yang dipasarkan bisa berupa barang, produk digital dan jasa. Contoh produk barang adalah seperti barang elektronik, pakaian, aksesoris, makanan dan lain-lain. Untuk produk *digital* seperti *video*, *audio*, *software*, foto, *e-book* dan sebagainya. Sedangkan untuk jasa dapat berupa jasa pembuatan website, pemasangan iklan, penterjemah, design grafis dan lain-lain.

Pada *bisnis online* dibutuhkan pihak ketiga, terutama untuk produk barang. Pihak ketiga tersebut adalah kurir untuk mengantar barang seperti JNE, TIKI, POS dan sebagainya. Untuk produk digital pelanggan bisa langsung menggunakan fasilitas *download* pada *Internet*. Sedangkan untuk produk jasa tergantung dari jenis jasa yang ditawarkan.

<sup>4</sup> Timothy, J., 2010, *Membangun Bisnis Online*, Elex Media Komputindo, Jakarta, h. 2.

#### 4. Alasan Melakukan Bisnis *Online*<sup>5</sup>

Untuk memulai bisnis *online* ada baiknya memperhatikan beberapa hal sebelum menentukan sebuah pilihan. Ada beberapa alasan mengapa orang memulai bisnis *online*:

- a) Dapat menghabiskan waktu lebih banyak dengan keluarga atau dapat melakukan hobi yang disenangi.
- b) Tidak diperlukan banyak modal untuk menjalankan bisnis. Lebih banyak waktu dan dana yang dihemat.
- c) Bekerja untuk diri sendiri.
- d) Tidak ada jam kerja yang rutin dan monoton serta dapat memanfaatkan waktu luang untuk menjalankannya sambil tetap melakukan pekerjaan utama atau bisnis lainnya.
- e) Mempunyai *laptop* atau *smartphone*, sehingga dapat menambah produktivitas bisnis. Tidak diperlukan ruang kantor atau ruang khusus untuk menjalankan bisnis dan dapat dilakukan dimana saja.
- f) Tidak perlu pergi ke bank untuk meminjam dana yang besar untuk memulai bisnis *online*.
- g) Semua komisi dan pengeluaran bisa diatur sendiri. Pendapatan yang didapatkan bisa melebihi pekerjaan utama atau bisnis lainnya.
- h) Bisnis tetap dapat berjalan 24 jam nonstop melalui *internet*.

#### 5. Jenis-Jenis Bisnis *Online*<sup>6</sup>

Dunia *internet* adalah dunia maya, sehingga siapapun bisa melakukan apa saja di *internet*. Banyak di antaranya adalah untuk mencari penghasilan, baik dengan cara-cara legal maupun cara ilegal dengan trik-trik tertentu. Bisnis *online* terdapat 2 macam yaitu bisnis *online* nyata dan bisnis *online* samar.

##### a) Bisnis *online* nyata:

Bisnis *online* nyata maksudnya adalah bisnis *internet* yang dilakukan secara legal menurut hukum, nyata menurut keabsahannya, jelas dan tidak menipu dengan apa yang dibisniskan.

Contoh bisnis *online* nyata:

- Lelang *online*, seperti: [www.onsale.com](http://www.onsale.com), [www.ebay.com](http://www.ebay.com), [www.alibaba.com](http://www.alibaba.com) dan lain-lain.
- Toko *online*, seperti: [www.bhineka.com](http://www.bhineka.com), [www.lazada.co.id](http://www.lazada.co.id), [www.zalora.co.id](http://www.zalora.co.id), [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com) dan lain-lain.
- *Home industry online*, seperti: [www.limbahplastik.com](http://www.limbahplastik.com), [www.bisnispekalongan.com](http://www.bisnispekalongan.com), [www.homeindustri.net](http://www.homeindustri.net) dan lain-lain.
- Menjual informasi (buku atau *e-book*), seperti: [www.amazon.com](http://www.amazon.com), [www.gamediaonline.com](http://www.gamediaonline.com), [www.ekuator.com](http://www.ekuator.com), [www.andipublisher.com](http://www.andipublisher.com) dan lain-lain
- *Agency online*, seperti: [www.traveloka.co.id](http://www.traveloka.co.id), [www.wego.co.id](http://www.wego.co.id) dan lain-lain.
- Jasa *online*, seperti: jasa design grafis, jasa pembuatan website, jasa konsultan dan lain-lain

---

<sup>5</sup> <http://ekonomi.kompasiana.com/wirusaha/2012/06/11/10-alasan-mengapa-anda-harus-memulai-bisnis-online-468892.html> diakses tanggal 5 Desember 2014.

<sup>6</sup> Hakim, M., 2010, *Langkah Awal Memulai Bisnis Online*, MediaKom, Yogyakarta, h.10.

- Periklanan *online*, seperti: [www.berniaga.com](http://www.berniaga.com), [www.olx.co.id](http://www.olx.co.id) dan lain-lain.
- b) *Bisnis online* samar  
Dalam dunia bisnis di *internet* banyak ditemukan bisnis-bisnis yang samar. Samar yang dimaksud adalah situs bisnis yang tidak jelas dengan apa yang dibisniskannya atau sesuatu yang dibisniskan akan tetapi tidak jelas bentuk dan wujudnya. Sehingga hasil dari bisnis tidaklah jelas dan masih perlu tidak lanjut.  
Contoh bisnis *online* samar:
  - Arisan Berantai
  - Surat atau *Email* Berantai
  - *Reseller* samar
  - *Money Game*

## 6. Persiapan Bisnis Toko *Online*

Bisnis toko *online* pada prinsipnya sama dengan bisnis toko tradisional (*offline*). Sebelum memulai melakukan bisnis toko *online* ada beberapa hal yang harus dipersiapkan, yaitu:

- a) Tentukan produk yang akan dibisniskan. Produk bisa diproduksi sendiri atau diambil dari produk orang lain (*supplier*) atau disebut juga dengan *reseller*.
- b) Tentukan target pasar yang akan dimasuki. Target pasar atau segmen pasar sangat penting karena produk yang akan dijual untuk kalangan mana, jadi harus ditentukan. Misalnya produk yang diperuntukan untuk mahasiswa berarti harus dicari kenalan mahasiswa. Atau produk kecantikan berarti harus dicari kenalan perempuan dan sebagainya.
- c) Tentukan kisaran harga dari produk yang akan dijual.
- d) Siapkan modal awal dan biaya operasional awal.
- e) Tentukan nama *domain* atau nama *website* dari toko *online*, sebaiknya nama yang mudah diingat oleh pelanggan seperti [lazada.co.id](http://lazada.co.id), [bhineka.com](http://bhineka.com), [zalora.co.id](http://zalora.co.id), [tokopedia.com](http://tokopedia.com), [amazon.com](http://amazon.com) dan lain-lain. Nama *domain* untuk bisnis *online* bisa menggunakan *.com*, *.co*, *.biz* atau *.co.id* (*.id* domain komersial untuk Indonesia). Untuk pengurusan domain *.co.id* biasanya mempunyai syarat yang lebih banyak dari pada *.com*, *.co* dan *.biz* seperti berikut: *softcopy* fotocopy KTP/SIM/Paspor, *fotocopy* SIUP/TDP/NPWP/Akta Notaris, kepemilikan merek (bila ada), surat keterangan keterkaitan antara nama domain dengan nama perusahaan jika nama *domain* berbeda dengan nama perusahaan yang ada di SIUP. Sedangkan untuk pengurusan nama domain *.com*, *.co* dan *.biz* hanya menggunakan *softcopy fotocopy* KTP/SIM/Paspor untuk penyedia *domain* tertentu, tetapi ada juga penyedia *domain* tidak meminta *softcopy fotocopy* KTP/SIM/Paspor.
- f) Pilih *hosting* yang profesional dan terpercaya, biasanya untuk *domain* dan *hosting* dapat diurus pada satu tempat penyedia layanan *hosting*. *Hosting* adalah tempat untuk meletakkan file-file atau data-data *website* dari toko *online* yang akan di *onlinekan*. Yang perlu diperhatikan dalam *hosting* adalah berapa besar kapasitas *harddisk* yang dibutuhkan untuk menampung file-file dari *website* toko *online*. Kemudian berapa besar

*bandwidth* yang dibutuhkan dalam satu bulan, jika pelanggan yang akan mengakses *website* diperkirakan banyak sebaiknya *bandwidth* dipilih dalam ukuran besar, karena jika kapasitas *bandwidth* kecil kemudian pelanggan yang mengakses *website* banyak dan melebihi kuota *bandwidth* maka *website* akan susah diakses dan tidak bisa dibuka oleh pelanggan.

- g) Pilihlah vendor pembuat *website* jika tidak bisa membuat *website* dan masalah nama domain dan hosting bisa dikonsultasikan dengan pembuat *website*.
- h) Persiapkan personal kontak toko *online* seperti telepon, *email*, *yahoo messenger*, *google talk*, *line*, *wechat*, *whatapps*, *pin BB* dan sebagainya yang bisa dihubungi.
- i) Daftarkan toko *online* pada media sosial sebagai media promosi seperti di *facebook*, *BBM* dan *twitter*.
- j) Perangkat komputer dan *smartphone* yang mempunyai koneksi ke *internet*.
- k) Sediakan nomor rekening untuk kegiatan transaksi pembayaran produk, sebaiknya gunakan lebih dari satu rekening bank misalnya rekening bank BCA, Mandiri, BNI, BRI dan lain-lain, supaya memudahkan pelanggan untuk memilih rekening sesuai dengan rekening yang dipunyai pelanggan, karena jika berbeda bank maka pelanggan akan dibebani dengan biaya transfer. Kemudian sebaiknya semua rekening tersebut harus didaftarkan *internet banking* dan *SMS bankingnya*, supaya mudah memantau transaksi pembayaran dari pelanggan.

## 7. Pengelolaan Toko Online

Pengelolaan toko *online* merupakan sekaligus kegiatan pemasaran toko *online* dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu dengan menggunakan *Black Berry Messenger (BBM)*, *Facebook* dan *Website*:

### a) **Black Berry Messenger (BBM)**

Pengelolaan toko *online* dengan menggunakan *BBM*, pertama kali yang harus dilengkapi adalah salah satunya perangkat *smartphone* baik *black berry*, *PC tablet*, *smartphone android* ataupun *iphone* yang terkoneksi ke *internet*. Untuk *smartphone black berry* aplikasi *BBM* sudah terpasang di perangkat tersebut. Sedangkan untuk *smartphone android* dan *iphone*, aplikasi *BBM* harus didownload dulu di *application store* masing-masing *smartphone*.

Setelah aplikasi *BBM* terpasang di perangkat *smartphone*, daftarkan diri dengan menggunakan *email*, *password* dan data-data pribadi. Setelah mendaftarkan diri maka akan mendapatkan sebuah *pin* yang nantinya digunakan sebagai penghubung dengan pengguna *BBM* lainnya. Kemudian langkah selanjutnya adalah mencari teman sebanyak-banyaknya sebagai target pasar yang akan dimasuki.

Untuk mencari teman bisa langsung minta *pin BBM* kekenalan atau teman ataupun bisa memberikan *pin* yang dipunyai kepada kenalan. Setelah mendapatkan teman yang lumayan banyak, buatlah sebuah group di *BBM* dan ajak teman-teman untuk bergabung digroup tersebut. Kemudian untuk pemasaran atau informasi produk-produk dari toko bisa menggunakan

fasilitas status *BBM*, gambar status *BBM*, obrolan, *broadcast* obrolan ataupun melalui group.

- Status *BBM* dapat digunakan untuk menginformasikan harga terbaru dari barang ataupun informasi mengenai adanya discount untuk barang-barang tertentu.
- Gambar status *BBM* dapat digunakan untuk memperlihatkan produk-produk atau koleksi terbaru. Untuk gambar status *BBM* sebaiknya sering diganti sehingga bisa menarik perhatian dari teman-teman yang ada di *BBM*.
- Obrolan dapat digunakan jika ingin menawarkan produk langsung ke satu atau beberapa teman sekaligus. Kemudian obrolan juga dapat digunakan untuk proses tawar menawar, jual beli, metode pembayaran produk, informasi jasa pengiriman, konfirmasi pembayaran dari pelanggan dan pemberitahuan produk sudah dikirim. Fasilitas obrolan ini dapat digantikan dengan menggunakan *SMS* jika jaringan *internet* bermasalah.
- *Broadcast* obrolan dapat digunakan untuk memberikan informasi penting ke teman-teman *BBM* seperti ada discount atau produk baru. Tapi untuk *broadcast* obrolan jangan terlalu sering digunakan karena akan membuat teman-teman *BBM* akan menjadi bosan dan merasa terganggu.
- Group dapat digunakan untuk memberikan informasi penting ke teman-teman yang bergabung di dalam group seperti ada potongan harga, harga promo atau produk-produk baru. Pada group boleh memberikan informasi-informasi terbaru dengan frekuensi lebih sering, karena yang bergabung ke group biasanya orang-orang yang ingin tahu tentang produk-produk apa saja yang ditawarkan. Kemudian di group ini juga dapat dimasukkan foto dari koleksi produk yang dimiliki. Sehingga komunitas yang ada didalam group bisa melihat produk-produk yang tersedia.

#### b) *Facebook*

Pengelolaan toko *online* dengan menggunakan *facebook* dibutuhkan minimal salah satu perangkat keras seperti komputer, laptop, *PC tablet* atau *smartphone* yang mempunyai koneksi ke *internet*. *Facebook* bisa diakses melalui *web browser* yang ada pada komputer maupun *smartphone* seperti *google chrome*, *mozilla firefox*, *internet explorer*, *safari* dan lain-lain melalui alamat *website* [www.facebook.com](http://www.facebook.com). Kemudian *facebook* juga bisa diakses melalui aplikasi yang tersedia pada *PC tablet* atau *smartphone*.

Untuk mendaftar sebagai pengguna *facebook* bisa masuk ke *website* [www.facebook.com](http://www.facebook.com) melalui browser pada *PC tablet* atau *smartphone*, kemudian klik tombol buat akun baru, setelah itu masukan nama lengkap (atau bisa menggunakan nama toko *online*), email atau telepon, jenis kelamin, tanggal lahir dan *password* atau kata sandi.

Sedangkan mendaftar menjadi pengguna *facebook* melalui komputer atau laptop setelah masuk ke *website* [www.facebook.com](http://www.facebook.com) maka langsung isikan nama depan dan nama belakang (bisa menggunakan nama toko *online*), email atau nomor ponsel, ulang masukan email atau nomor ponsel, kata



sandi baru, tanggal lahir dan jenis kelamin dan klik tombol mendaftar. Setelah itu ikuti proses selanjutnya memasukan kode yang dikirim melalui *email* atau nomor ponsel yang didaftarkan. Setelah terdaftar sebagai pengguna *facebook*, cari teman sebanyak mungkin sesuai dengan segmen pasar atau target pasar toko *online*. Pada *facebook* untuk pemasaran produk-produk dapat melalui fasilitas status, album foto, pesan, group.

- Status *facebook* dapat digunakan untuk menginformasikan harga terbaru dari produk ataupun informasi mengenai adanya potongan harga untuk produk-produk tertentu. Kemudian juga dapat digunakan untuk menampilkan foto produk-produk terbaru sekaligus sambil menyebutkan atau menandai nama-nama teman yang dirasa tertarik untuk produk terbaru tersebut. Status *facebook* ini juga bisa digunakan untuk mempromosikan *website* toko *online* dengan cara mengetik atau *copy-paste link* atau alamat dari *website* toko *online* yang ada.
- Album foto bisa digunakan untuk menampung foto produk-produk yang dijual ditoko *online*. Sebaiknya foto dari produk-produk diberi label kode yang unik, sehingga ketika ada teman *facebook* yang tertarik dengan suatu produk, tinggal menanyakan informasi dengan menyebutkan kode produk tersebut.
- Pesan sebaiknya digunakan untuk melayani pertanyaan dari teman-teman *facebook*, jangan digunakan untuk promosi produk, karena akan membuat teman *facebook* terganggu. Kemudian pesan juga dapat digunakan untuk proses tawar menawar, jual beli, metode pembayaran produk, informasi jasa pengiriman, konfirmasi pembayaran dari pelanggan dan pemberitahuan produk sudah dikirim. Fasilitas pesan ini dapat digantikan dengan menggunakan SMS jika jaringan *internet* bermasalah.
- Group dapat digunakan untuk memberikan informasi penting ke teman-teman yang bergabung di dalam group, sama seperti halnya membuat status dan album foto. Pada group boleh memberikan informasi-informasi terbaru dengan frekuensi lebih sering, karena yang bergabung ke group biasanya orang-orang yang ingin tahu tentang produk-produk apa saja yang ditawarkan pada toko *online*.

c) **Website**

Pengelolaan toko *online* dengan menggunakan *website* diperlukan seperangkat komputer atau laptop yang mempunyai koneksi ke *internet*. Kemudian juga dapat menggunakan *smartphone* yang terkoneksi ke *internet*. Sebelum mengelola *website* yang harus diperhatikan dan ditetapkan adalah mengenai nama *domain* dan *hosting* dari toko *online* serta penyedia layanan *hosting* yang profesional dan terpercaya seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

Setelah nama *domain* dan *hosting* sudah tersedia yang harus disiapkan adalah halaman *website* itu sendiri. Halaman *website* bisa dikerjakan sendiri jika mempunyai kemampuan untuk memprogram bahasa pemrograman *PHP* dan *MySQL* atau bahasa pemrograman lainnya. Tetapi jika tidak ada kemampuan untuk membuat halaman *website*, maka dapat dicari *vendor* atau pihak lain untuk mengerjakan halaman *website* yang diinginkan. Halaman *website* juga dapat dibeli ke pihak lain yang menjual

*website* toko online, tetapi untuk *website* yang di beli biasanya sudah standard dan tidak bisa dirubah sesuai keinginan kecuali *source code website* diberikan. Kemudian yang perlu diperhatikan terkait dengan halaman *website* toko online adalah:

- Harus mengetahui *host*, *username* dan *password* dari *hosting* dan *ftp* dari *website*. Ini biasanya diberikan oleh penyedia layanan hosting. Sehingga halaman *website* toko online dapat diperbaharui setiap saat.
- Tersedia halaman *admin* untuk mengelola *website*, dimana fungsinya adalah untuk mengatur *user*, isi dari halaman *website*, melihat pesanan atau pembelian dari pelanggan, membuat laporan produk, laporan penjualan dan lain-lain. Ini harus tersedia jika *website* dibeli atau dibuat oleh pihak lain.
- Tersedia *fitur* halaman untuk pelanggan atau *member*. Maksudnya pelanggan dapat mendaftarkan diri sebagai anggota (*member*) pada *website* toko online, sehingga pelanggan bisa masuk (*login*) untuk melihat produk-produk yang disukai kemudian memilih dan langsung diklik setelah itu masuk ke keranjang pembelian. Di dalam keranjang pembelian pelanggan bisa melihat total harga dari produk yang dipilih dan juga bisa membatalkan produk yang dipilih. Ketika pelanggan sudah selesai memilih produk, tinggal membayar sesuai dengan total harga yang ditampilkan di halaman *website* dengan metode pembayaran yang telah ditentukan dan diberikan nomor transaksi pembelian sekaligus sebaiknya informasi tersebut juga dikirim ke *email* pelanggan. Selain itu jika pelanggan tidak mau mendaftarkan diri tetapi hanya ingin langsung membeli maka harus disediakan juga *fitur* halaman untuk hal tersebut, sehingga pelanggan bisa memilih produk yang disukai dan diklik langsung masuk ke keranjang pembelian dan sebaiknya pelanggan harus memasukan *email* jika setuju untuk membeli sehingga informasi transaksi terkirim ke *email* pelanggan, dimana didalam informasi transaksi tersebut terdapat nomor transaksi kemudian baru melakukan pembayaran. Kemudian dalam informasi transaksi yang dikirim ke *email* sebaiknya juga memberikan informasi berapa berat barang dan besaran ongkos kirim serta nomor rekening bank pembayaran.
- Tersedia *fitur* halaman untuk konfirmasi pembayaran dari pelanggan. Sehingga ketika pelanggan telah membayar produk yang dipesan bisa melakukan konfirmasi secepatnya melalui halaman konfirmasi menggunakan nomor transaksi yang telah dikirim melalui *email* atau tercantum di halaman *member*.
- Terdapat kontak person dan tempat konsultasi seperti nomor telepon, nomor *SMS*, *yahoo messenger* untuk *chatting*, *pin BBM*, *whatapps*, *line*, dan lain-lain. Kontak person sebaiknya diberi jadwal layanan misalnya melayani selama 24 jam, Senin sampai Sabtu pukul 07.00 WIB sampai 21.00 WIB dan sebagainya tergantung ketersediaan waktu yang dimiliki oleh pemilik toko online. Tujuannya supaya pelanggan dapat menghubungi kontak person sesuai dengan jadwal telah diberikan.
- Tidak menampilkan nomor rekening di halaman *website*, karena bisa disalah gunakan oleh pihak lain. Nomor rekening sebaiknya

diinformasikan dalam informasi transaksi ketika pelanggan setuju untuk melakukan pembelian.

- Isi halaman *website* toko *online* terutama mengenai produk sebaiknya selalu *diupdate* minimal sekali dalam satu minggu sehingga dapat menarik minat dari pelanggan karena terdapat produk-produk baru. Kemudian dengan sering *mengupdate website* juga dapat menghilangkan persepsi pelanggan bahwa toko *online* bukan toko *online* tipu-tipuan.
- Tersedia *fitur* halaman produk-produk terbaru.
- Terdapat potongan-potongan harga dimana potongan harga dapat diberikan pada waktu hari-hari besar tertentu sehingga menarik minat pelanggan untuk membeli.
- Tersedia *fitur* halaman yang menampilkan produk terlaris dan produk yang sering dilihat oleh pelanggan. Sebab secara psikologis para pelanggan akan tertarik dengan produk-produk yang banyak dilihat atau diminati oleh pelanggan lainnya.
- Tersedia *fitur* halaman untuk komplain barang misal barang rusak, barang tidak sampai ke alamat dan lain-lain.
- Tersedianya sertifikasi keamanan *website*.

*Fitur-fitur website* di atas dapat digunakan semuanya jika toko *online* akan dikelola secara besar-besaran atau toko *online* yang sedang berkembang, tapi bagi toko online kecil-kecilan bisa memilih *fitur-fitur* sesuai dengan kebutuhan.

Pengelolaan toko *online* di atas dapat dipilih salah satu atau dijalankan semuanya. Jika ingin mengelola toko *online* hanya melalui BBM atau *facebook*, ini tidak memerlukan dana yang besar hanya biaya pulsa untuk *smartphone*. Sedangkan mengelola toko *online* menggunakan *website*, ini akan memerlukan dana, tergantung dari kebutuhan dan fasilitas *website* yang dibangun.

## 8. Strategi Pelayanan Pelanggan Toko Online

Dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan toko *online* terdapat beberapa strategi yang dilakukan agar pelanggan tetap setia terhadap toko *online* yang dijalankan. Adapun strateginya adalah sebagai berikut:

- a) Menjaga kesederhanaan dalam menampilkan informasi produk.
- b) Menyediakan katalog produk serta deskripsi produk sedetail-detailnya.
- c) Memberikan kemudahan dalam cara pembelian.
- d) Menunjukkan sertifikasi keamanan *website* yang bagus.
- e) Menjaga privasi atau informasi pribadi yang diberikan pelanggan.
- f) Menawarkan harga terendah kepada pelanggan.
- g) Memudahkan akses pelanggan melalui kontak person yang jelas.
- h) Memberikan nomor bebas pulsa.
- i) Memberikan ketepatan waktu dalam pengiriman barang.
- j) Mengontrol infrastruktur toko *online* seperti perawatan server ataupun *website*.
- k) Memberikan respon cepat terhadap pertanyaan ataupun keluhan dari pelanggan.
- l) Menggunakan penjawab otomatis.

- m) Melakukan konfirmasi mulai dari packing sampai pengiriman barang.
- n) Memberikan harga pengiriman termurah.
- o) Menyertakan garansi kepuasan pelanggan.

### **9. Strategi Promosi *Website* Toko *Online***

*Website* merupakan salah satu media untuk promosi produk toko *online*, akan tetapi alamat *website* juga harus dipromosikan, karena orang tidak akan tahu alamat suatu *website* jika tidak dikenalkan. Mempromosikan *website* dapat dilakukan dengan beberapa cara mulai dari yang gratis sampai yang berbayar yaitu:

- a) Menampilkan *link* alamat *website* dan mengajak teman-teman untuk mengunjungi *website* tersebut di status atau group *BBM* dengan bahasa yang tidak memaksa dan santun.
- b) Menampilkan *link* alamat *website* dan mengajak teman-teman untuk mengunjungi *website* tersebut di status atau group *facebook* dengan bahasa yang tidak memaksa dan santun.
- c) Menampilkan alamat *website* melalui gambar di *BBM* dan *facebook*.
- d) Menyisipkan kode program tertentu di halaman *website* agar bisa terbaca oleh mesin pencari *google* dan *yahoo*. Tetapi sebelumnya harus mendaftarkan alamat *website* di *google* dan *yahoo*. Setelah itu akan diberikan kode program yang harus dimasukkan dalam halaman *website*.
- e) Menampilkan *keyword* didalam program halaman *website* supaya dapat terbaca oleh mesin pencari di *internet*.
- f) Membuat *link-link* alamat *website* di blog-blog yang dikunjungi, tapi harus seizin dari pemilik blog.
- g) Mengiklankan alamat *website* melalui *google*, *yahoo* ataupun koran-koran *online* baik berupa foto maupun teks, tapi harus menyediakan dana untuk iklan tersebut.
- h) Mengiklankan *website* di media televisi, ini menyediakan dana yang cukup besar.

### **10. Keuntungan dan Kekurangan Bisnis Toko *Online***

Dalam melakukan bisnis toko *online* ada beberapa keuntungan yaitu sebagai berikut:

- a) Tidak perlu menyewa toko atau tempat khusus jika tidak ingin berdagang *offline* seperti berdagang dipasar, diruko ataupun dimall.
- b) Toko *online* bisa buka 24 jam tanpa perlu dijaga, sehingga kapanpun pelanggan dapat melihat produk-produk yang tersedia.
- c) Produk-produk dapat dilihat atau diakses oleh pelanggan dari seluruh dunia yang terkoneksi dengan *internet*.
- d) Toko *online* dapat dikelola dimana saja selama terdapat koneksi *internet*.

Dalam melakukan bisnis toko *online* juga terdapat kekurangan yaitu sebagai berikut:

- a) Koneksi *internet* yang kurang bagus akan mengganggu jalannya toko *online*.
- b) Apabila toko *online* menggunakan *website* maka pengelolanya harus memiliki pengetahuan tentang pemrograman *web*. Tapi bagi pemilik

sekaligus menjadi pengelola toko *online* yang tidak punya pengetahuan tentang pemrograman *web* maka ini merupakan suatu hal yang sulit, mungkin dapat dicari orang lain untuk mengelolanya tapi akan membutuhkan dana tambahan untuk menggaji orang tersebut.

## 11. Penutup

Sebagai penutup dapat ditarik kesimpulan dan saran dari makalah ini. Adapun kesimpulan dan saran yang dapat diberikan dari makalah ini adalah sebagai berikut:

- a) Dalam menjalankan bisnis toko *online* tidak jauh beda dengan menjalankan bisnis toko tradisional (*offline*) yang membedakan hanya waktu, tempat dan medianya saja.
- b) Dalam menjalankan bisnis toko *online* harus disesuaikan dengan kemampuan modal. Jika modal terbatas bisnis maka toko *online* dapat dikelola melalui fasilitas *BBM* atau *facebook* saja karena *BBM* atau *facebook* merupakan fasilitas gratis hanya bermodalkan pulsa atau biaya *internet*. Apabila modal yang dimiliki cukup maka toko *online* dapat di kelola menggunakan fasilitas *BBM*, *facebook* dan *website* sederhana. Tetapi jika mempunyai modal yang banyak maka dapat memakai fasilitas *BBM*, *facebook* dan *website* dengan fitur lengkap.
- c) Dalam menjalankan bisnis toko *online* koneksi internet merupakan hal yang paling utama, jadi koneksi *internet* harus dipastikan berjalan dengan baik.
- d) Dalam menjalankan bisnis toko *online* kepuasan dari pelanggan harus diperhatikan, karena pelanggan yang merasa puas dengan layanan toko *online* maka dia akan kembali lagi untuk membeli produk lain dari toko *online* tersebut.
- e) Selain dari *BBM* dan *facebook* sebagai fasilitas gratis untuk menjalankan bisnis toko *online*, bisa menggunakan media sosial lainnya seperti *twitter*, *google+*, *tsū*, *path* dan lain sebagainya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Enterprise, J., 2009, *63 Jenis Usaha Bisnis Online Sambilan Buat Siapapun!*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Hakim, M., 2010, *Langkah Awal Memulai Bisnis Online*, MediaKom, Yogyakarta.
- Igen, R., 2010, *Strategi Sukses Berjualan Online*, Mediakita, Jakarta.
- Oviliani Yenty Yuliana, 2000, "Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis", *Jurnal Akuntansi & Keuangan* Vol. 2, No. 1, Mei 2000: 36 - 52, Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Priyatno, D., 2009, *Panduan Mudah Bisnis Online*, MediaKom, Yogyakarta.
- Salim, J., 2010, *Online Entrepreneur*, Elex Media Komputer, Jakarta.
- Salim, J., 2009, *Step By Step Bisnis Online*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Timothy, J., 2010, *Membangun Bisnis Online*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Widoatmodjo, S., 2005, *New Business Model*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- <http://infosky.wordpress.com/2008/04/11/strategi-pemasaran-4p3p/>, diakses tanggal 2 Desember 2014.
- <http://bisnisukm.com/pentingnya-marketing-mix-dalam-berbisnis.html>, diakses tanggal 3 Desember 2014
- <http://ekonomi.kompasiana.com/wirusaha/2012/06/11/10-alasan-mengapa-anda-harus-memulai-bisnis-online-468892.html>, diakses tanggal 5 Desember 2014