

BAB III. OBJEK PENELITIAN

III.1. Identifikasi Objek

III.1.1 Situs Belanja Daring Bukalapak

Bukalapak merupakan salah satu situs jual beli secara daring yang didirikan pada tahun 2015 oleh Ahmad Zaky dan hingga saat ini menjadi sarana bagi para pemilik usaha dapat membuka toko secara daring dan melayani pembeli dari seluruh Indonesia untuk jumlah transaksi satuan maupun grosir. Produk yang dapat diperdagangkan di Bukalapak berupa barang yang aman dan terjamin kualitasnya, serta bisa dikirim melalui jasa pengiriman. (Bukalapak, 2016)

Selain itu, untuk mengamankan setiap transaksi yang berlangsung di dalam Bukalapak, mekanisme transaksi dilakukan dengan *BL Payment System* yakni sistem yang bersifat mengikat pengguna Bukalapak dan hanya menjamin dana pembeli tetap aman jika proses transaksi dilakukan dengan pelapak (penjual) yang terdaftar di dalam sistem Bukalapak. Kerugian yang diakibatkan keterlibatan pihak lain di luar pembeli, pelapak (penjual) dan Bukalapak, tidak menjadi tanggung jawab Bukalapak. Sehingga, apabila dalam sistem tersebut terdapat biaya ekstra (termasuk pajak dan biaya lainnya) atas segala transaksi yang terjadi di Bukalapak, hal tersebut berada di luar kewenangan Bukalapak sebagai perantara, dan akan diurus oleh pihak-pihak yang bersangkutan (baik pelapak atau pun pembeli) sesuai ketentuan yang berlaku di Indonesia. (Bukalapak, 2016).

Bukalapak memiliki kewenangan untuk mengambil tindakan yang dianggap perlu terhadap akun yang diduga dan/atau terindikasi melakukan penyalahgunaan, memanipulasi, dan/atau melanggar Aturan Penggunaan di Bukalapak, mulai dari melakukan moderasi, menghentikan layanan “Jual Barang”, membatasi jumlah pembuatan akun, membatasi atau mengakhiri hak setiap Pengguna untuk menggunakan layanan, maupun menutup akun tersebut tanpa memberikan pemberitahuan atau informasi terlebih dahulu kepada pemilik akun yang bersangkutan (Bukalapak, 2016). Berikut logo Bukalapak ditunjukkan pada gambar.

Sejarah Bukalapak tidak lepas dari kerja keras pendirinya. Bukalapak sendiri merupakan situs jual beli terpercaya, aman serta mudah digunakan. Bagi orang Indonesia, situs Bukalapak tidak lagi asing lagi di telinga karena sering muncul di iklan Televisi. Beragam barang yang harganya kurang dari sepuluh ribu hingga yang harganya mencapai jutaan dijual di situs ini.

Pendiri sekaligus CEO Bukalapak adalah seorang pria kelahiran Sragen yang bernama Ahmad Zaky. Beliau merupakan pria kelahiran tanggal 24 Agustus 1986. Sejak berada di bangku SMA, pria ini sudah akrab dengan komputer khususnya software. Hobinya mulai berkembang saat menduduki bangku kuliah. Lulus dari ITB, Zaky melamar pekerjaan pada 3 perusahaan namun kesemuanya ditolak. Sejarah Bukalapak dimulai ketika Zaky Terilhami dengan sifat konsumtif masyarakat Indonesia. Dari situ Zaky mulai merintis Bukalapak bersama temannya. Pada awal tahun 2010 saja, orang yang bergabung di Bukalapak sudah mencapai 10.000.

Situs Bukalapak resmi berdiri dengan tujuan memberdayakan usaha kecil serta menengah yang ada di Indonesia. Situs ini memberi wadah bagi UKM yang ingin berjualan serta menemukan pembeli dari produk yang mereka buat. Bukalapak berkantor di kawasan Kemang Timur – Pejaten. Adapun kantor *customer relation*nya berada di Plaza 88 yang terletak di kawasan Kemang Bangka.



Gambar III.1 Logo Bukalapak

Sumber: www.bukalapak.com

Visi:

Menjadi *online marketplace* nomor 1 di Indonesia.

Misi:

Memberdayakan UKM yang ada di seluruh penjuru Indonesia.

III.1.1.1 Fitur pada situs Bukalapak.com

Setiap web *marketplace* pasti memiliki ciri tersendiri yang memiliki fitur masing-masing. Bahkan dengan perkembangan jaman website pun perlu adanya pembaharuan, seperti *live chat*, fitur harga berdasarkan termurah sampai dengan termahal maupun sebaliknya. Ada beberapa fitur yang pada umumnya terdapat dalam *marketplace* Bukalapak diantaranya:

1. Registrasi

Untuk mengikuti update atau informasi promo terbaru dari Bukalapak pengguna dapat mendaftarkan diri di Bukalapak. Dibawah ini merupakan tampilan dari registrasi situs Bukalapak

Daftar akun baru sekarang

Laki-laki Perempuan

Tuliskan username yang diinginkan

Digunakan untuk pencairan dana dan perubahan data diri

Dengan klik daftar, kamu telah menyetujui [Aturan Penggunaan](#) dan [Kebijakan Privasi](#) dari Bukalapak

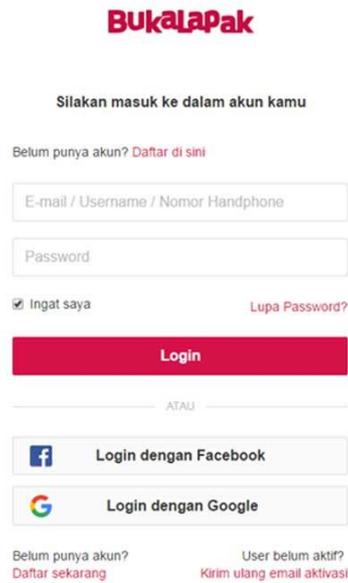
Daftar

Gambar III.2 Registrasi

Sumber: *www.bukalapak.com*

2. Log in

Setelah terdaftar menjadi pengguna Bukalapak, selanjutnya fitur log in merupakan proses masuk dengan menggunakan identitas yang sama saat mendaftarkan sebelumnya.

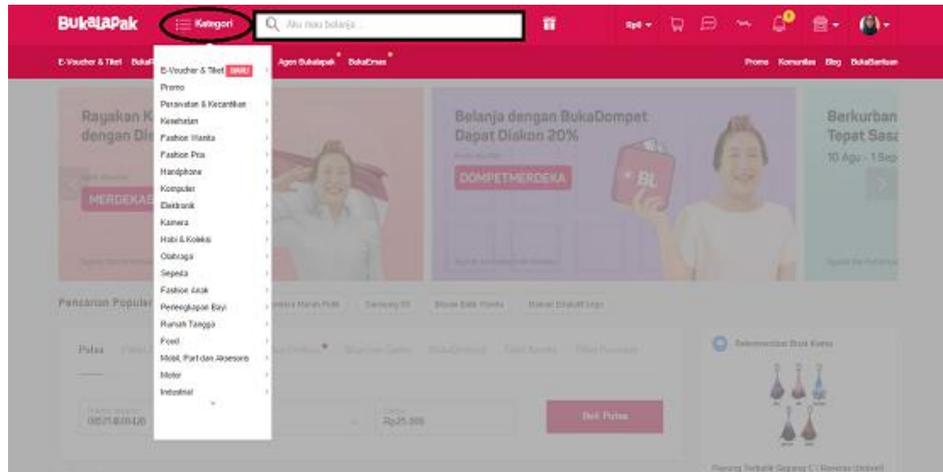


Gambar III.3 Log in

Sumber: www.bukalapak.com

3. Kategori Produk

Dalam suatu situs *marketplace* penting adanya fitur kategori produk untuk mengorganisir dan mengkategorikan produk yang bertujuan mempermudah pengunjung *website* dalam mencari suatu barang.

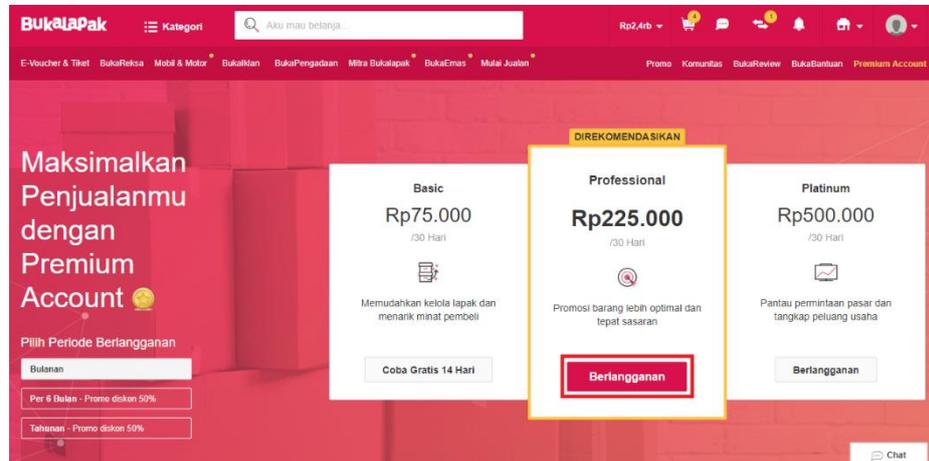


Gambar III.4 Kategori Produk

Sumber: www.bukalapak.com

4. Premium Account

Merupakan fitur berbayar untuk program *membership* untuk berlangganan dalam periode tertentu dapat memberikan keuntungan dari Bukalapak yang tidak dapat dinikmati pelanggan biasa.

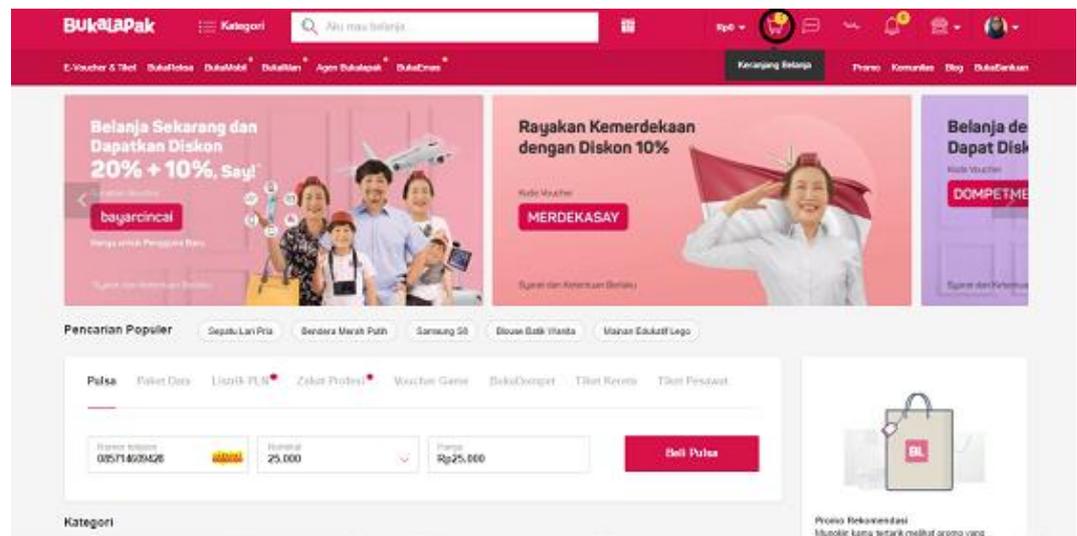


Gambar III.5 *Premium Account*

Sumber: www.bukalapak.com

5. Keranjang Belanja

Untuk memudahkan pelanggan dapat melihat barang apa saja yang sudah dimasukkan dalam daftar belanja.



Gambar III.6 *Keranjang Belanja*

Sumber: www.bukalapak.com

6. Buka Bantuan

Fitur tersebut merupakan untuk mengajukan pertanyaan, kritik, laporan, ataupun saran terhadap Bukalapak.



Gambar III.7 Buka Bantuan

Sumber: www.bukalapak.com

7. Pesan

Dalam hal ini Bukalapak memiliki fitur pesan untuk memudahkan pelanggan berkomunikasi dengan penjual langsung.

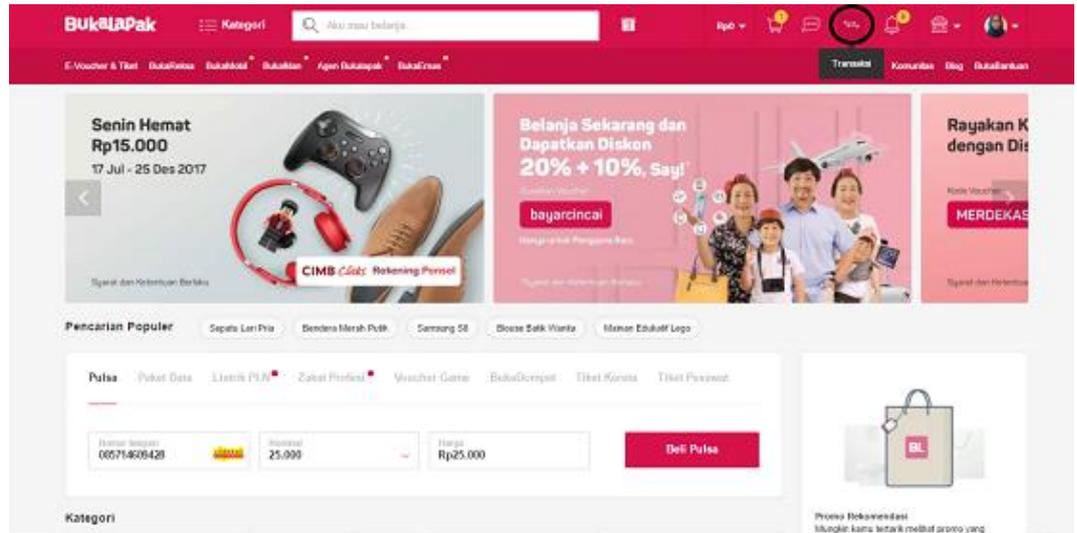


Gambar III.8 Pesan

Sumber: <https://ladanghoki.files.wordpress.com/2017/04/chat-2.jpg?w=740>

8. Transaksi

Transaksi ini setiap pembelian dan penjualan barang yang terjadi di Bukalapak akan mendapatkan satu nomor sebagai pembeda antara transaksi satu sama lain.

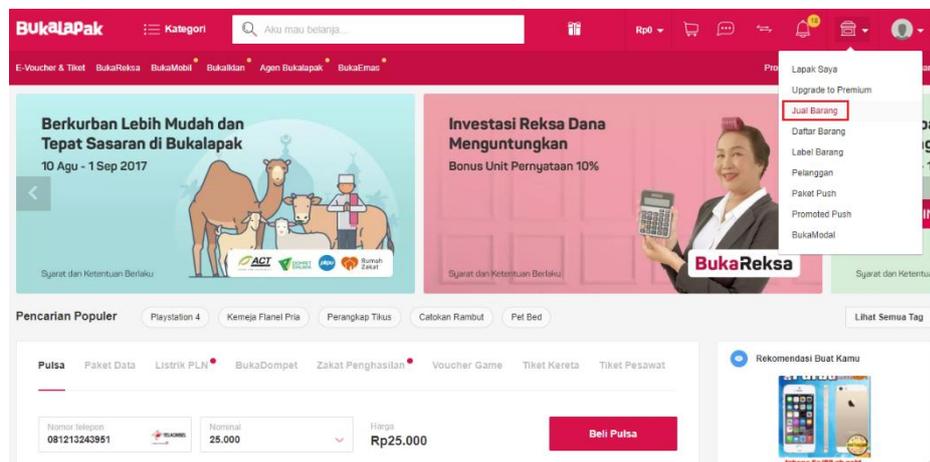


Gambar III.9 Pesan

Sumber: www.bukalapak.com

9. Jual Barang

Fitur jual barang tersebut merupakan fitur untuk memudahkan pembeli untuk menjadi penjual.

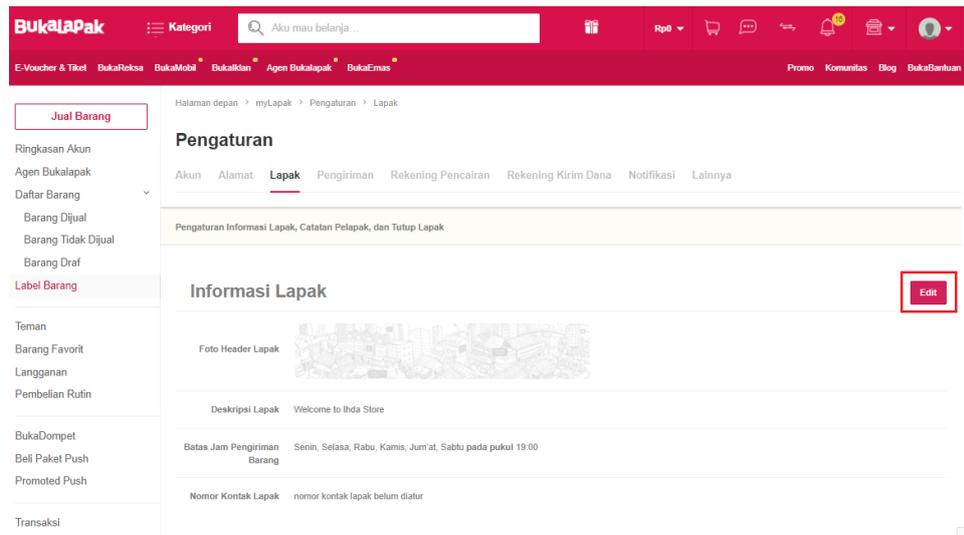


Gambar III.10 Jual Barang

Sumber: www.bukalapak.com

10. My Lapak

My lapak adalah fitur untuk memberikan deskripsi mengenai lapak seperti data lapak, ringkasan mengenai lapak atau data transaksi



Gambar III.11 My Lapak

Sumber: www.bukalapak.com

11. PromotedPush

Fitur ini berfungsi untuk mengetahui barang jualan pelapak yang terdapat pada tanda *promoted product* untuk memudahkan pembeli menemukan barang yang dicari.

Bukalapak Kategori Rp500

E-Voucher & Tiket BukaReksa BukaMobil BukaKlan AgenBukalapak Promo Blog Komunitas Bantuan Premium Account

Halaman depan > myLapak > Promoted Push

Jual Barang

Ringkasan Akun
Barang Dijual
Barang Tidak Dijual
Label Barang
Barang Favorit
Langganan

Buka Dompot
Beli Paket Push
Promoted Push

Transaksi
Feedback

Pesan 4
BL Widget
Pengaturan

Preview Lapak

Promoted Push
Gunakan Promoted Push untuk menampilkan barang jualanmu pada area khusus bertanda "Promoted Products" agar mudah ditemukan oleh pembeli. [Pelajari Promoted Push](#)

Pinjaman Saldo Bukalapak
Ingin membeli Push, Promoted Push, atau Premium Account namun Saldo BukaDompot kamu kurang? langsung saja gunakan pinjaman saldo dari Bukalapak.
[Pelajari Selengkapnya](#)

Cari tahu perbedaan fitur promosi di Bukalapak untuk meningkatkan penjualanmu. [Pelajari Selengkapnya](#)

Selamat! kamu mendapatkan bonus **budget 10% (hingga Rp100.000)** setiap pengisian budget promoted push khusus untuk pelapak premium.

Budget Promoted Push

Sisa Budget hari ini	Saldo BukaDompot	Rp0
Rp10.000	Tipe Pengisian Budget	Sekali Isi
	Budget Harian	Tidak Aktif

Atur Budget Promoted Push

Atur Budget Promoted Push

Type Pengisian Budget

Sekali Isi
 harian

Ketentuan Pengisian
Budget akan langsung bertambah sebesar Rp25.000.

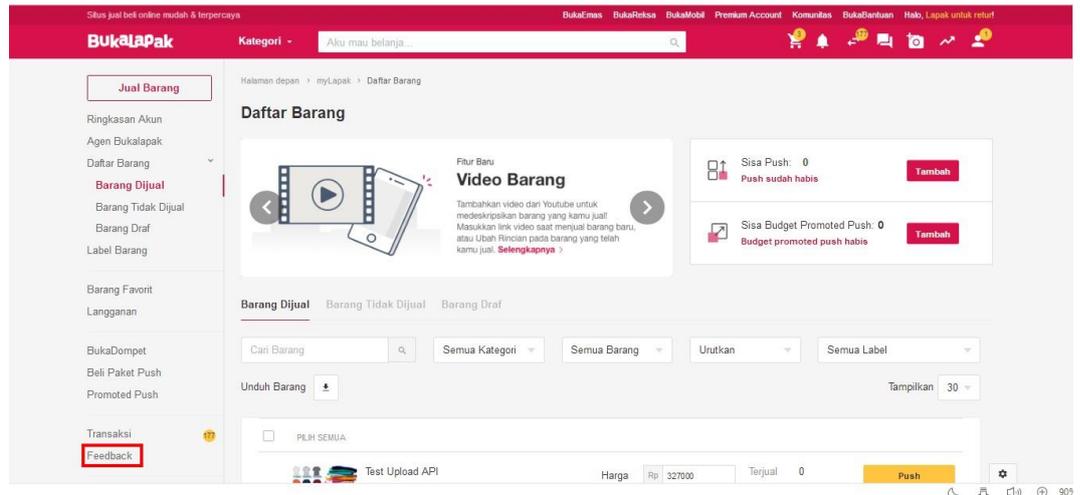
Atur Promoted Push [Riwayat Klik](#)

Gambar III.12 Promoted Push

Sumber: www.bukalapak.com

12. Feedback

Fitur ini merupakan tempat catatan pembeli atas apa yang mereka beli terhadap barang yang telah dikirim.

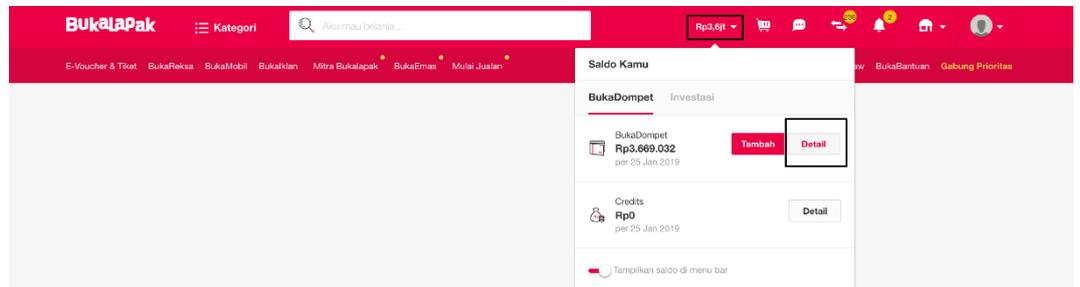


Gambar III.13 Feedback

Sumber: www.bukalapak.com

13. BukaDompot

Merupakan fitur saldo yang terdapat pada Bukalapak dan berfungsi sewaktu-waktu dapat dicairkan dengan uang tunai.



Gambar III.14 BukaDompot

Sumber: www.bukalapak.com

III.1.2 Situs Belanja Daring Tokopedia

Tokopedia resmi diluncurkan ke publik pada 17 Agustus 2009 di bawah naungan PT Tokopedia yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 6 Februari 2009. Sejak resmi diluncurkan, PT Tokopedia berhasil

menjadi salah satu perusahaan *marketplace* daring di Indonesia dengan pertumbuhan yang sangat pesat.

Tokopedia.com merupakan sebuah toko daring yang dimiliki oleh Indonesia. *Website* ini menjual berbagai macam barang elektronik, peralatan kantor, peralatan rumah tangga, peralatan olahraga, kosmetik, perlengkapan bayi, dll. Tokopedia dilengkapi dengan mesin pencari yang akan memudahkan pencarian barang yang diinginkan. Tokopedia bekerjasama dengan agen pengiriman besar di Indonesia yang mempermudah untuk memeriksa status pengiriman barang. Keuntungan bagi pembeli dengan pembayaran yang unik adalah proses verifikasi pembayaran yang instan, yang memungkinkan penjual lebih cepat menerima order dan barang yang dijual bisa lebih cepat sampai ke pembeli. Untuk penjual, keuntungan yang ditawarkan adalah perluasan pasar pada para pengguna untuk ini yang ingin membeli di Tokopedia. Pilihan pembayaran baru selain yang sudah ada ini ingin memberikan transaksi daring yang lebih cepat dan mudah. (Tokopedia.com, 2015)

Website Tokopedia didominasi dengan warna hijau. Warna hijau identik dengan bumi yang menjadi lambang dari kerendahan hati dan ketenangan. Hal ini menunjukkan bahwa Tokopedia selalu berusaha untuk tidak egois dan selalu melihat dari sisi pengguna. Fitur-fitur di Tokopedia juga kebanyakan berasal dari masukan para pelanggannya. Untuk mencapai tujuannya menjadi pemimpin pasar dalam *marketplace* daring di Indonesia, Tokopedia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

Visi:

Menjadi penyedia sarana transaksi daring yang terbesar dan terpercaya bagi pelaku bisnis di Indonesia.

Misi:

Menggunakan teknologi dari web dan internet secara tepat. Memperkuat produk dan layanan dari Tokopedia yang dilakukan secara daring.



Gambar III.15 Logo Tokopedia

Sumber: tokopedia.com

III.1.2.1 Fitur pada situs Tokopedia

Setiap *marketplace* pasti memiliki fitur didalamnya berfungsi memudahkan untuk mengakses situs. Adapun beberapa fitur yang pada umumnya terdapat dalam *marketplace* Tokopedia diantaranya:

1. Daftar Akun

Fitur ini adalah tahap pertama dalam pengguna untuk bertransaksi pada situs Tokopedia. Pengguna diminta untuk mengisi data diri dengan benar dan sesuai.

tokopedia

REGISTER FOR FREE IN TOKOPEDIA

Already have an account? Sign in [here](#)

or

Full Name

Mobile Number

Email Address

Password

Confirm Password

Male Female

Date of Birth

Date Month Year

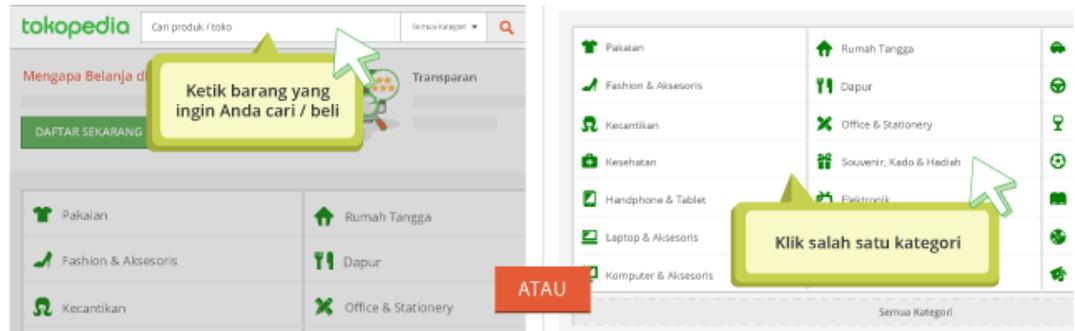
By clicking Register Account, I confirm I have agreed to [Terms & Condition](#), and [Security Privacy](#) of Tokopedia.

Gambar III.16 Daftar Akun

Sumber: tokopedia.com

2. Kategori Produk

Berfungsi untuk memudahkan pencarian barang dengan kategori tertentu.

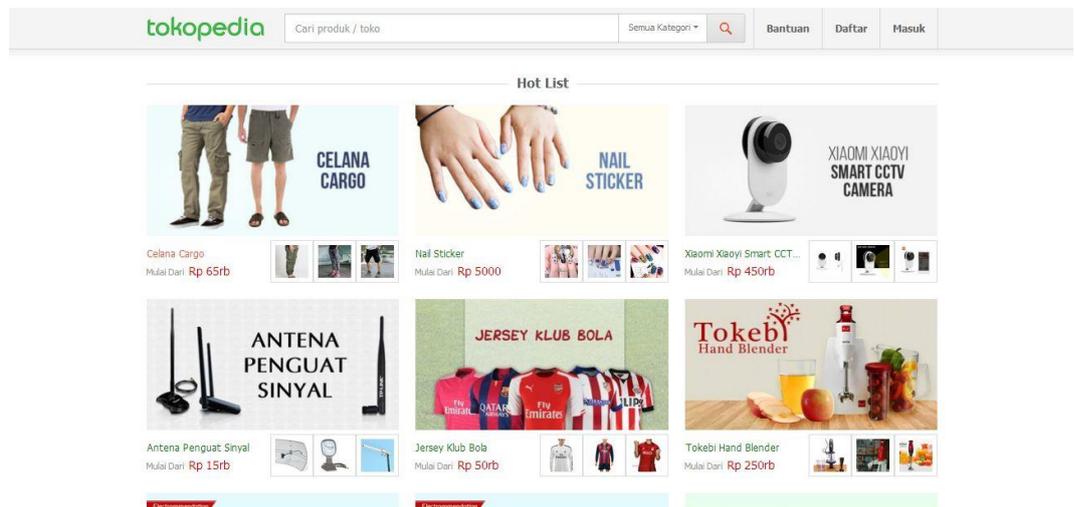


Gambar III.17 Kategori Produk

Sumber: tokopedia.com

3. Hot List

Sebuah fitur daftar atau list barang yang sering dicari atau sedang tren. Hot list ini akan ditampilkan dalam halaman pertama kali, dengan seiring waktu fitur hot list akan update apa bila produk yang lain sedang tren.



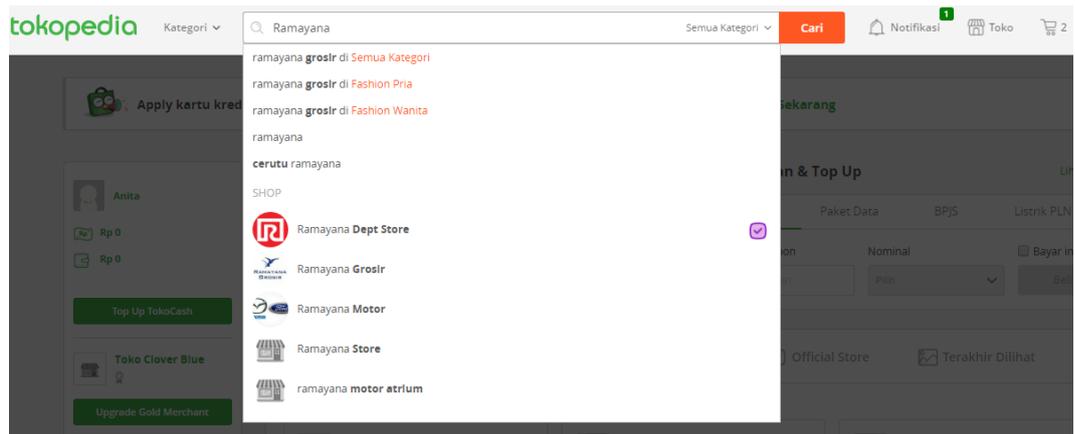
Gambar III.18 Hot list

Sumber: <https://2.bp.blogspot.com/-oN4aYPbIZHk/VtCB->

[ZiWgRI/AAAAAAAAAJM/2hKUatJQVSQ/s1600/Capture.JPG](https://2.bp.blogspot.com/-oN4aYPbIZHk/VtCB-ZiWgRI/AAAAAAAAAJM/2hKUatJQVSQ/s1600/Capture.JPG)

4. Search

Mempermudah pengguna dalam mencari barang lebih cepat dengan cara menulis pada kolom pencarian.

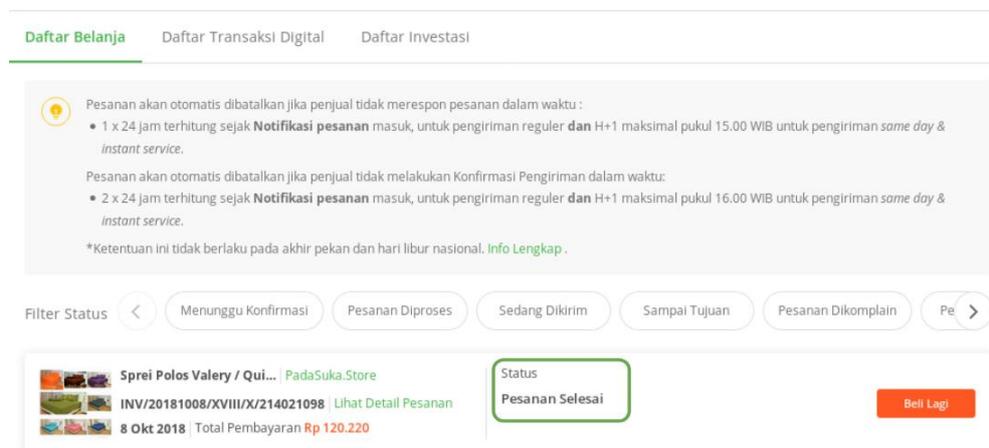


Gambar III.19 Search

Sumber: <https://ecs7.tokopedia.net/img/helpcenter/2017/08/search-result-official-store.png>

5. Cek Daftar Pembelian

Pengguna dapat melakukan pengecekan dalam fitur ini apa saja yang telah pengguna dalam bertransaksi pembelian di Tokopedia.

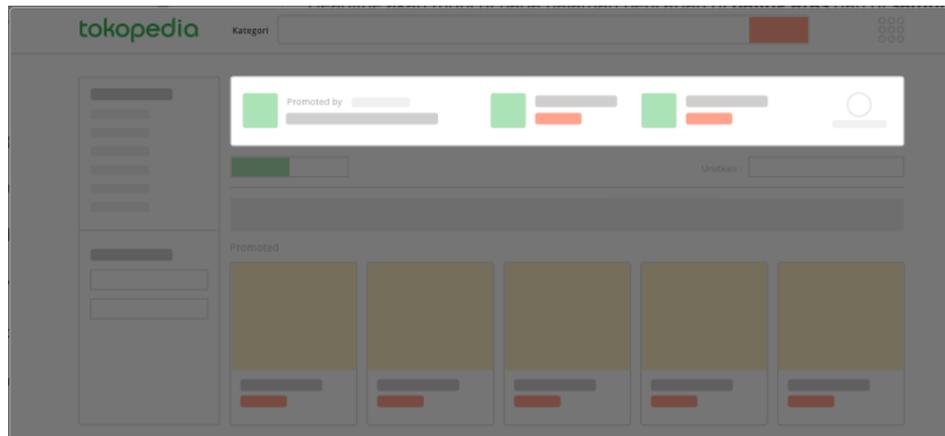


Gambar III.20 Cek Daftar Pembelian

Sumber: www.tokopedia.com

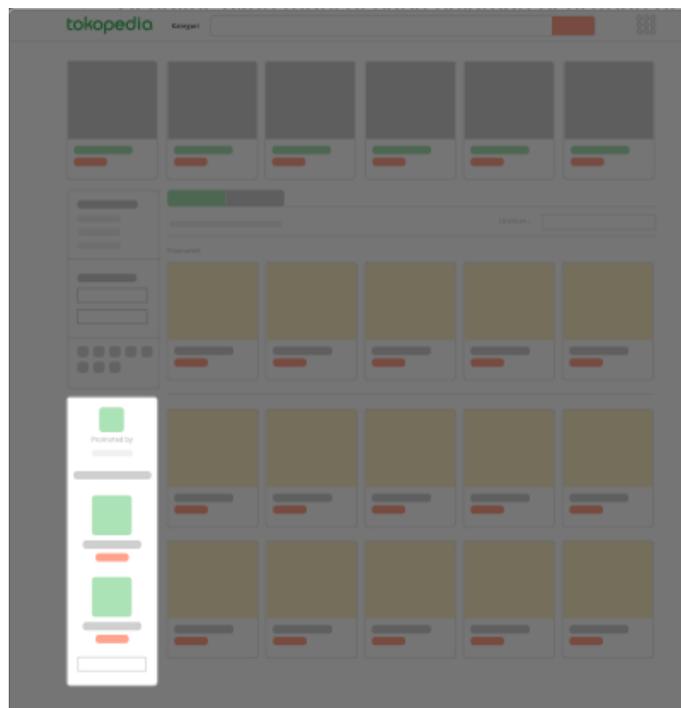
6. Promo Headline

Promo headline merupakan fitur iklan yang mempromosikan toko produk secara bersamaan. Iklan akan muncul berkesempatan secara berkala.



Gambar III.21 Promo Headline

Sumber: www.tokopedia.com



Gambar III.22 Promo Headline

Sumber: www.tokopedia.com

7. Keranjang Belanja

Fitur tersebut merupakan tempat isi produk yang telah pengguna klik untuk pembelian.

The screenshot shows the Tokopedia shopping cart interface. At the top, there's a navigation bar with the Tokopedia logo, a search bar, and a cart icon showing 47 items. Below the navigation bar, a progress indicator shows 'Keranjang Belanja' as the active step. The main content area contains a security information section, a payment method selection section, and two items in the cart.

Informasi Keamanan

- Harap tidak menginformasikan **username dan password** Anda kepada siapapun, termasuk pihak yang mengatasnamakan Tokopedia.
- Semua proses jual beli berlangsung **otomatis** melalui sistem Tokopedia.
- Pastikan pembayaran hanya dilakukan ke **rekening resmi milik Tokopedia yaitu a/n Tokopedia**.
- Untuk setiap link yang anda dapatkan, **pastikan alamat browser berada di https://www.tokopedia.com**.

[Baca selengkapnya](#)

Pilih Metode Pembayaran yang ingin digunakan

Transfer Bank	Pembayaran Instan	Kartu Kredit
<input type="radio"/> TRANSFER BANK	<input type="radio"/> mandiri <input type="radio"/> mandiri <input type="radio"/> BCA KlikPay	<input type="radio"/> VISA
<input type="checkbox"/> Harus Konfirmasi Pembayaran	<input type="checkbox"/> Konfirmasi Pembayaran Otomatis	<input type="checkbox"/> Konfirmasi Pembayaran Otomatis
<input type="checkbox"/> Verifikasi Manual (2x-24jam)	<input type="checkbox"/> Verifikasi Otomatis	<input type="checkbox"/> Verifikasi Otomatis
<input type="checkbox"/> Bebas Biaya Transaksi	<input type="checkbox"/> Bebas Biaya Transaksi	<input type="checkbox"/> Tambah Biaya Transaksi 2,5%

Pembelian dari toko: **UjungSolder**

USB ISP programmer USBASP USBISP AVR dow nloader		Harga Barang	Keterangan
1 Barang (0.1 kg) x Rp 55.000		Rp 55.000	-
<input type="checkbox"/> Ubah			<input type="checkbox"/> Hapus
Alamat Tujuan <input type="checkbox"/> Ubah	Asuransi	Total Barang	Subtotal
Pos Indonesia - Pos Kilat Khusus Kijihon Tomasoeoy Jalan Jhon Amalo 1 no. 48 RT11/RW11 kelurahan nurleu kecamatan kota raja Deboboo Kota Kupang, 85119 Nusa Tenggara Timur Telp: 085738789625	Wajib Asuransi <input type="checkbox"/>	1 (0.1 kg)	Rp 55.000
			Biaya Tambahan
			Rp 3.330 <input type="checkbox"/>
			Ongkos Kirim
			Rp 8.500
<input type="checkbox"/> Hapus Semua <input type="checkbox"/> Kirim sebagai dropshipper		Total per Tagihan Rp 66.830	

Pembelian dari toko: **TokoArduino** Apabila stok yang tersedia hanya sebagian:

SINGLE PIN BLACK HOUSING		Harga Barang	Keterangan
40 Barang (0.003 kg) x Rp 600		Rp 24.000	-
<input type="checkbox"/> Ubah			<input type="checkbox"/> Hapus
Alamat Tujuan <input type="checkbox"/> Ubah	Asuransi	Total Barang	Subtotal
Pos Indonesia - Pos Kilat Khusus Kijihon Tomasoeoy Jalan Jhon Amalo 1 no. 48 RT11/RW11 kelurahan nurleu kecamatan kota raja Deboboo Kota Kupang, 85119 Nusa Tenggara Timur	Wajib Asuransi <input type="checkbox"/>	40 (0.12 kg)	Rp 24.000
			Biaya Asuransi
			Rp 300
			Ongkos Kirim
			Rp 14.500

<https://www.tokopedia.com/tx.pl> 1/3

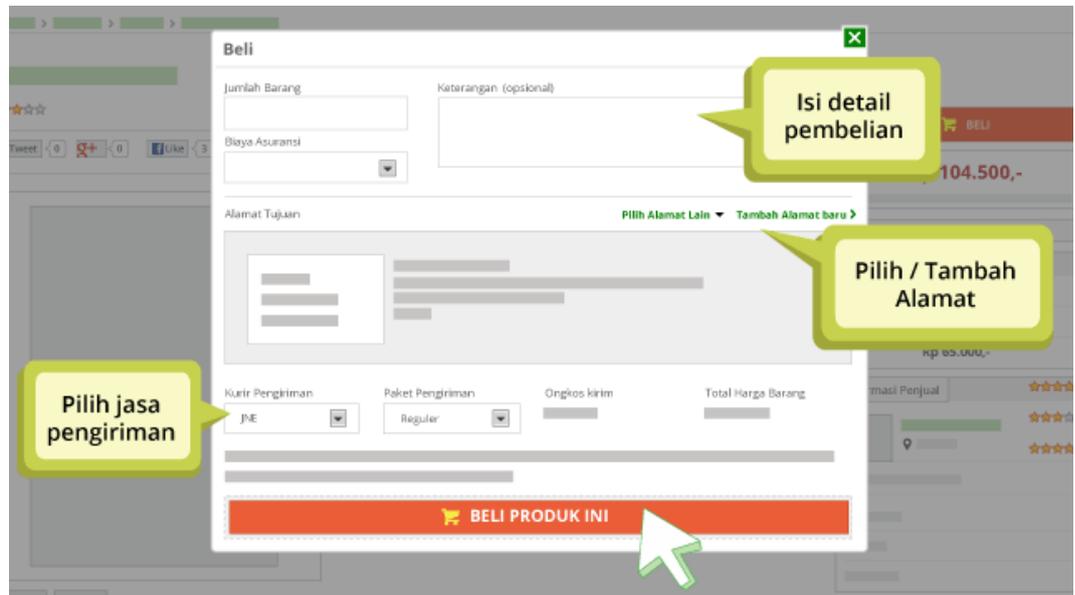
Gambar III.23 Keranjang Belanja

Sumber: <https://imgv2-2->

[f.scribdassets.com/img/document/267092153/original/c64281366a/1555812183?v=1](https://imgv2-2-f.scribdassets.com/img/document/267092153/original/c64281366a/1555812183?v=1)

8. Pengiriman Barang

Setelah sebelumnya pengguna memilih untuk pembelian selanjutnya tampilan akan dialihkan untuk mengisi data yang benar untuk melakukan pengiriman barang.

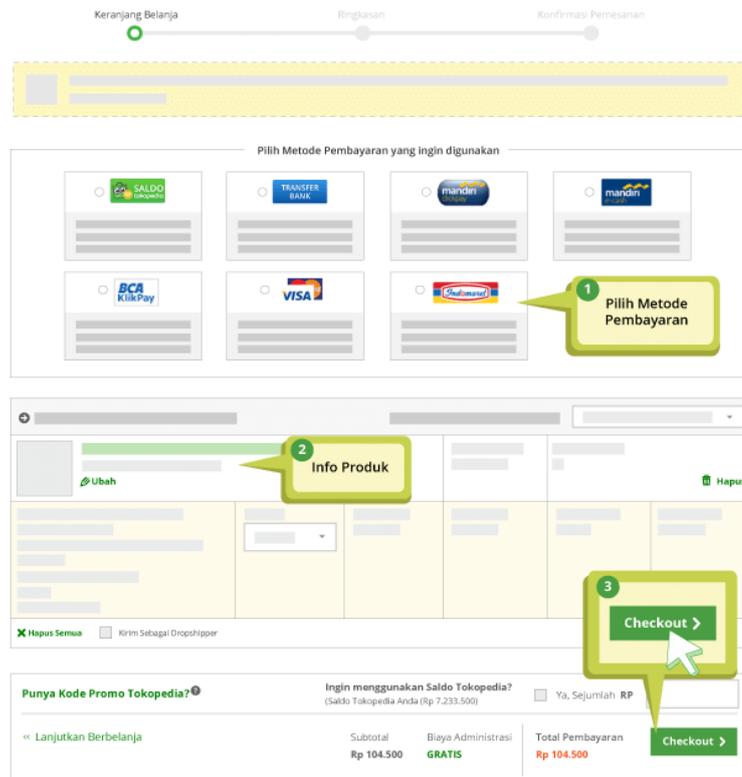


Gambar III.24 Pengiriman Barang

Sumber: www.tokopedia.com

9. Metode Pembayaran

Pemilihan metode pembayaran tokopedia memiliki beberapa akses untuk dilakukan seperti melalui saldo, transfer bank, ataupun COD.

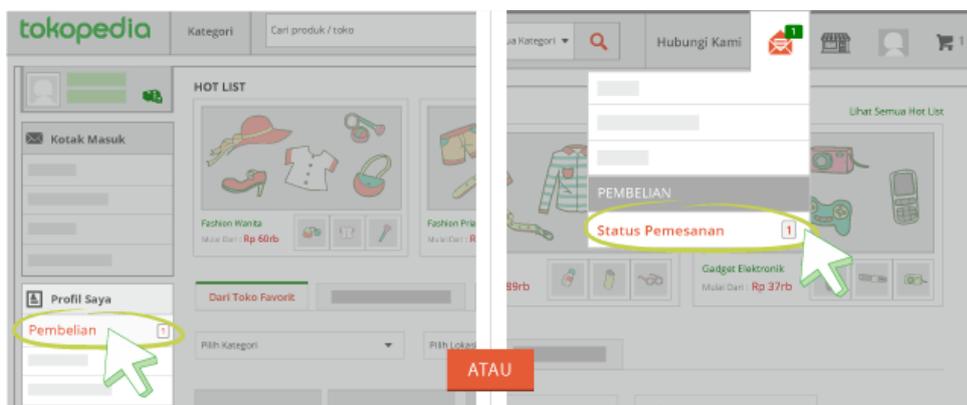


Gambar III.25 Metode Pembayaran

Sumber: www.tokopedia.com

10. Lacak Pesanan

Fitur ini adalah untuk mengetahui seberapa lama atau sudah sampai ditahap apa pesanan yang sebelumnya sudah dibayar. Tokopedia memiliki fitur lacar pesanan untuk memudahkan pengguna.



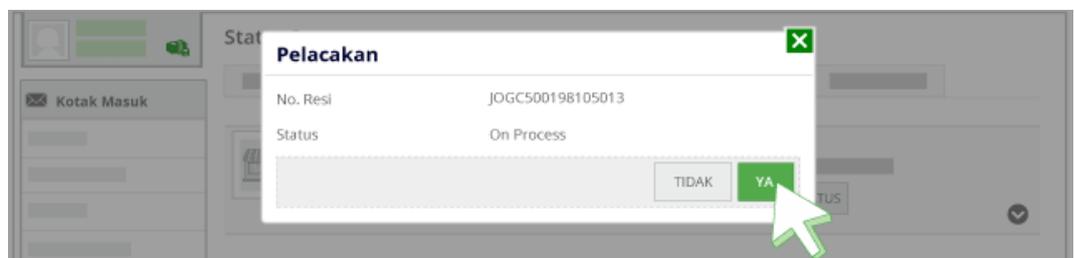
Gambar III.26 Lacak Pesanan

Sumber: www.tokopedia.com



Gambar III.27 Lacak Pesanan

Sumber: www.tokopedia.com

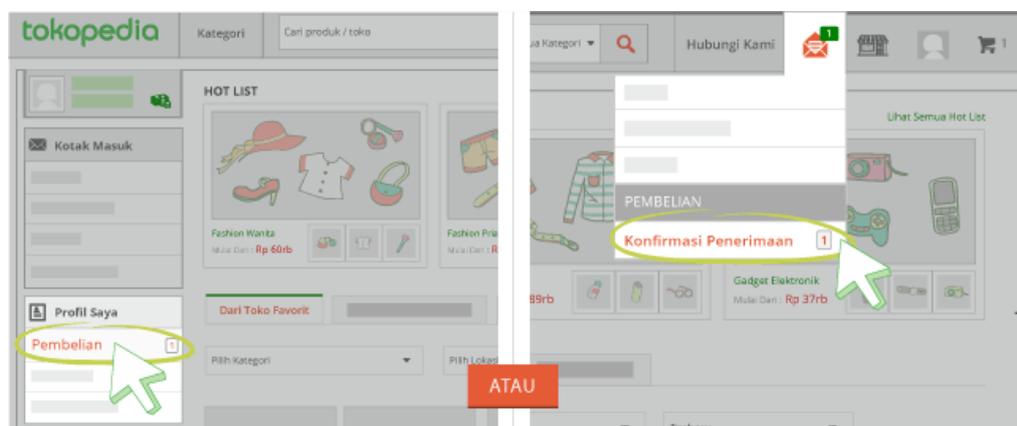


Gambar III.28 Lacak Pesanan

Sumber: www.tokopedia.com

11. Konfirmasi Terima Barang

Jika pesanan telah sampai pada tujuan maka akan ada notifikasi dari Tokopedia setelah itu untuk diminta pengguna konfirmasi pesanan.



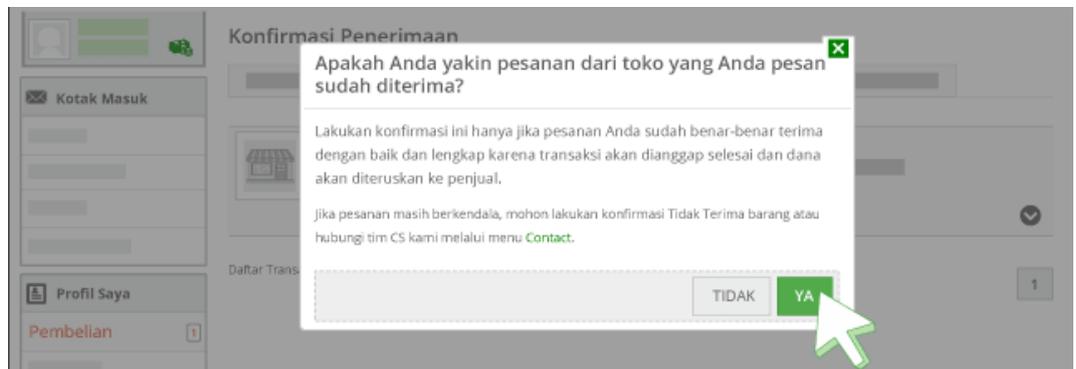
Gambar III.29 Konfirmasi Terima Barang

Sumber: www.tokopedia.com



Gambar III.30 Konfirmasi Terima Barang

Sumber: www.tokopedia.com

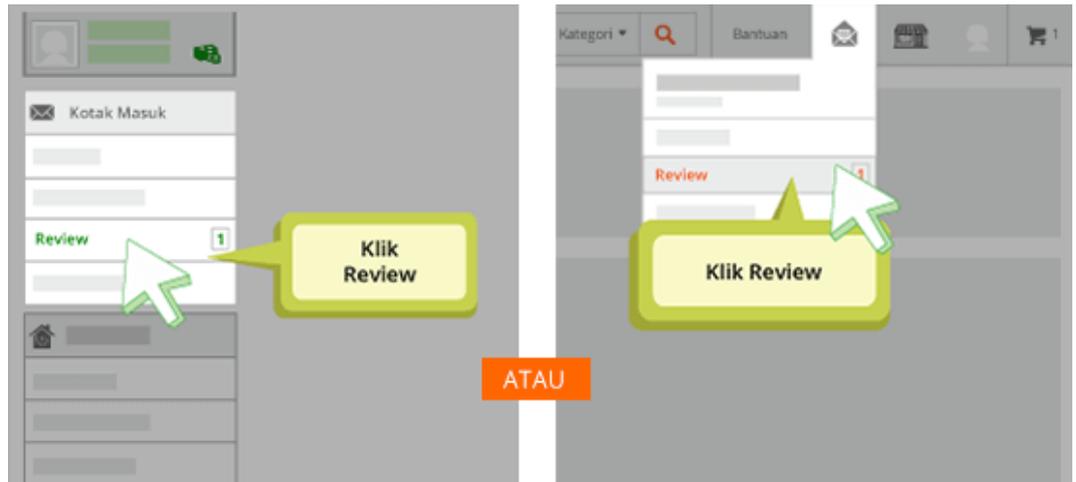


Gambar III.31 Konfirmasi Terima Barang

Sumber: www.tokopedia.com

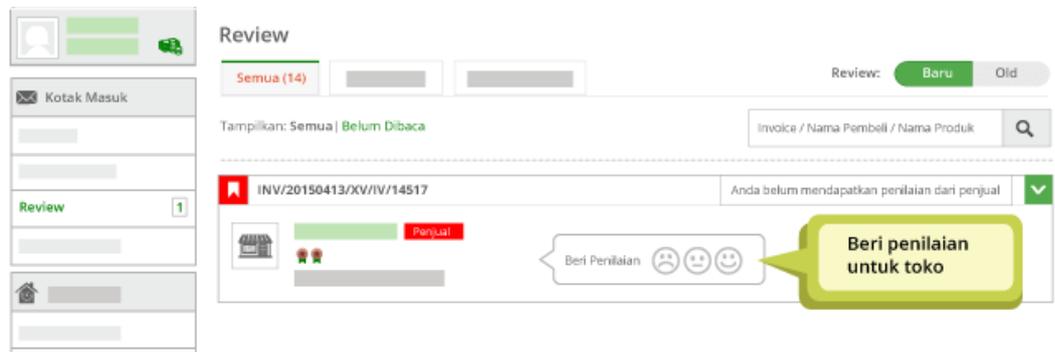
12. Beri Penilaian

Dalam fitur ini untuk memberikan penilaian terhadap barang yang sudah dibeli pengguna dengan memberikan penilaian akan memudahkan dan membantu penjual dapat meningkatkan performa dalam berjualan dan memberi bantuan terhadap calon pembeli yang lain untuk melihat nilai reputasi toko tersebut sebelum berbelanja.



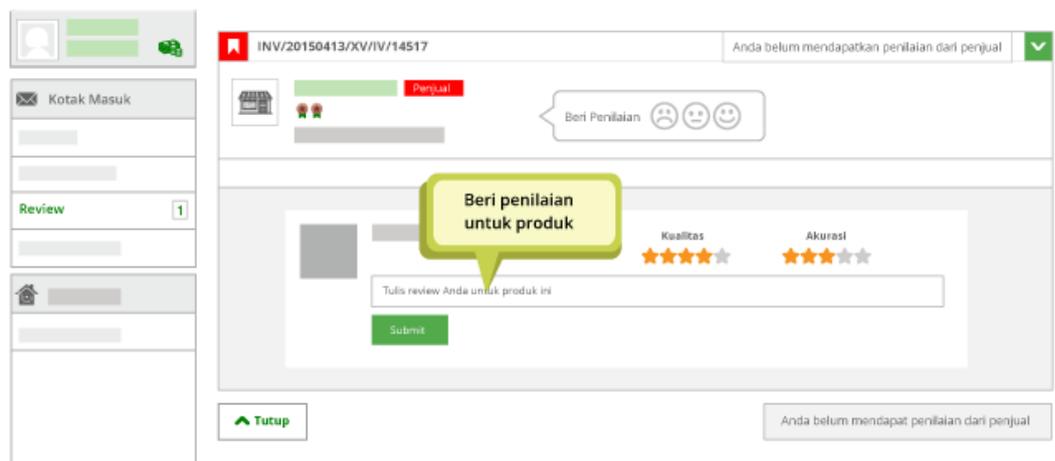
Gambar III.32 Beri Penilaian

Sumber: www.tokopedia.com



Gambar III.33 Beri Penilaian

Sumber: www.tokopedia.com

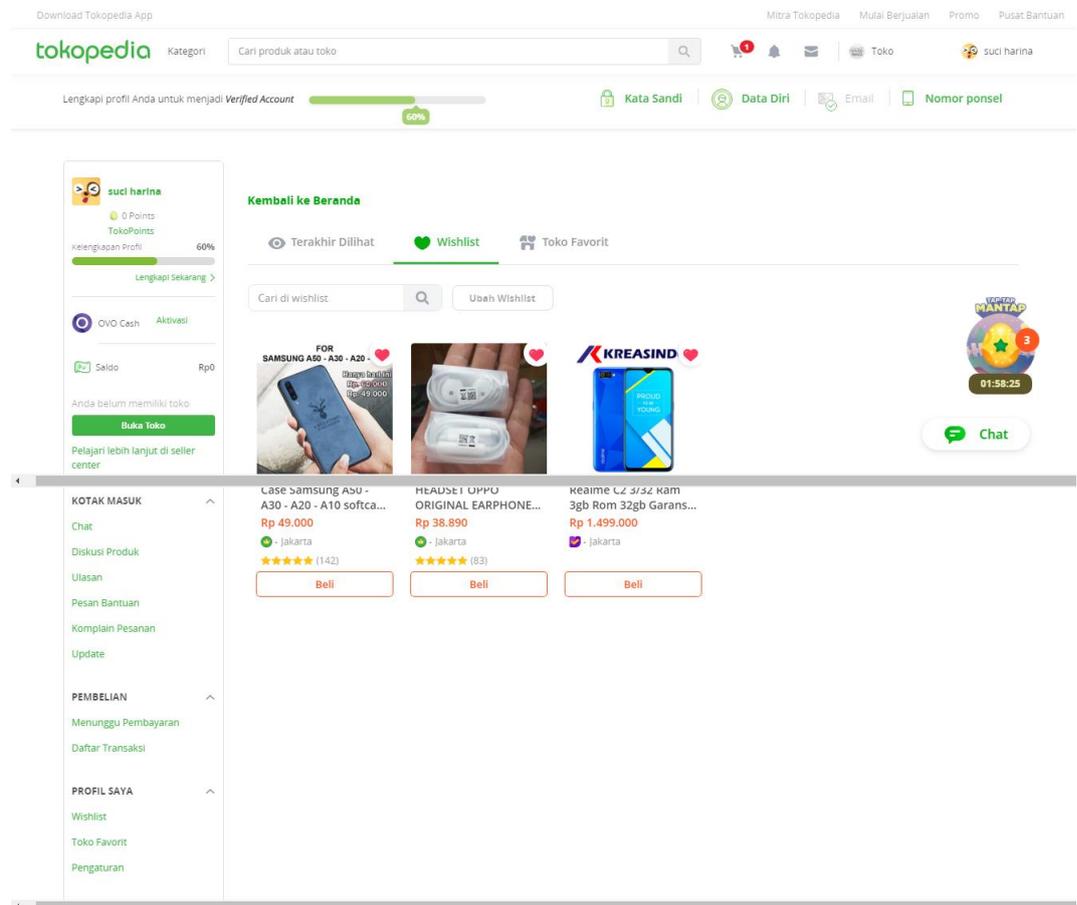


Gambar III.34 Beri Penilaian

Sumber: www.tokopedia.com

13. Wish List

Dengan menggunakan wish list ini fitur yang dapat menandai produk yang akan dibelikan dikemudian hari.



Gambar III.35 WishList

Sumber: penulis

III.1.3 Situs Belanja Daring Shopee

Shopee adalah aplikasi *marketplace* untuk melakukan jual beli melalui ponsel dengan mudah dan cepat. Shopee menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk fashion sampai dengan produk untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* untuk memudahkan penggunanya melakukan kegiatan belanja secara daring tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer. Shopee merupakan perusahaan *marketplace* yang berada di bawah naungan Garena (berubah nama menjadi SEA Group), perusahaan internet

di Asia Tenggara. Menjalankan bisnis *C2C mobile marketplace*, Shopee resmi diperkenalkan di Singapura pada tahun 2015 yang diikuti dengan negara Malaysia, Filipina, Taiwan, Thailand, Vietnam, dan Indonesia.

Mengusung visi "Menjadi *C2C Mobile Marketplace* Nomor 1 di Asia Tenggara", Shopee yang berada di bawah naungan CEO, Chris Feng, pria lulusan terbaik dari Universitas Nasional Singapura yang memungkinkan para penggunanya membeli atau menjual barang melalui aplikasi yang tersedia di platform iOS dan Android. Shopee Indonesia resmi diperkenalkan di Indonesia pada Desember 2015 di bawah naungan PT Shopee International Indonesia. Menawarkan one stop mobile experience, Shopee menyediakan fitur live chat yang memudahkan para penjual dan pembeli untuk saling berinteraksi dengan mudah dan cepat.

Sejarah Shopee di Indonesia dimulai pada bulan Desember tahun 2015. Prestasi marketplace ini adalah keberhasilan promosi yang dalam waktu singkat, pengguna shopee tidak kalah banyak dari para pesaingnya. Tokoh penting di balik sejarah Shopee adalah Chris Feng pendiri dan CEO yang juga merupakan lulusan terbaik dari Universitas Singapura. Shopee memudahkan para penjual serta pembeli dalam berinteraksi melalui fitur *live chat*nya. Sarana jual beli ini juga menyediakan banyak produk mulai dari elektronik, *fashion*, kosmetik, elektronik, otomotif dan lain sebagainya. Shopee Indonesia beralamat di Wisma 77 Tower 2, Jalan Letjen. S. Parman, Palmerah, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11410, Indonesia. (Shopee, 2015).



Gambar III.36 Logo Shopee

Sumber: shopee.co.id

Visi:

Menjadi *C2C Mobile Marketplace* Nomor 1 di Asia Tenggara.

Misi:

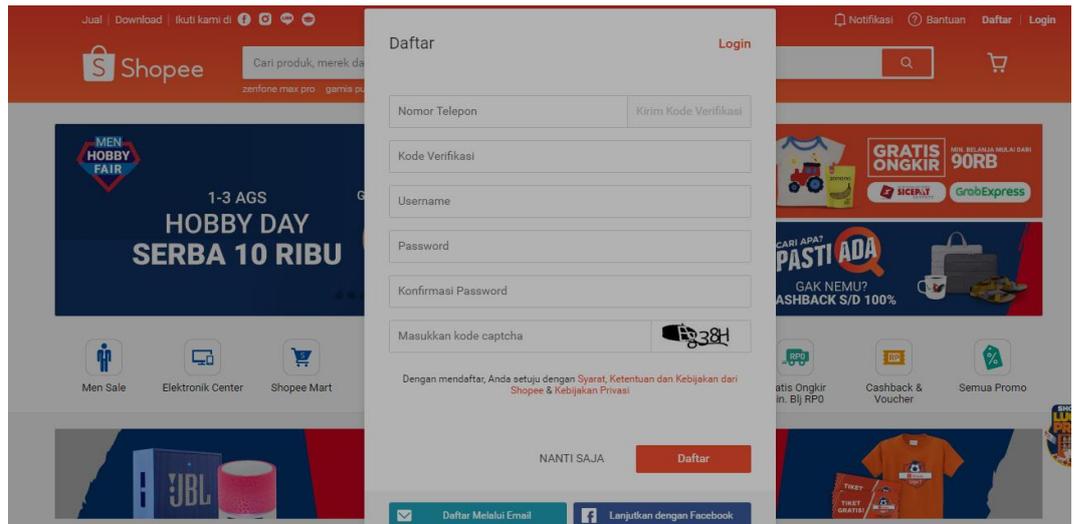
Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia.

III.1.3.1 Fitur pada situs Shopee

Fitur pada *marketplace* yang membantu pengguna untuk berjualan dan berbelanja terdapat banyak fitur yang ada di Shopee namun berikut ini fitur yang merupakan salah satu yang penting dalam menggunakan situs Shopee diantaranya:

1. Daftar Akun

Seperti hal yang biasa jika *marketplace* terdapat fitur daftar akun berfungsi untuk memberikan informasi promo atau update yang terbaru dari Shopee.

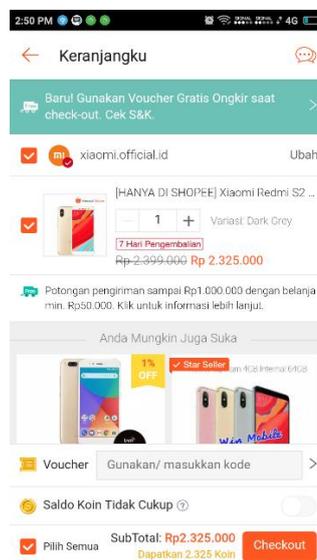


Gambar III.37 Daftar Akun

Sumber: penulis

2. Keranjangku

Keranjangku merupakan fitur tempat dimana pengguna tampilan list apa saja yang akan dibeli oleh pengguna dan terdapat kupon diskon jika ada *event* tertentu.



Gambar III.38 Keranjangku

Sumber: <https://dailysocial.id/post/cara-berbelanja-di-shopee>

3. Checkout

Fitur ini merupakan yang harus diisi untuk menentukan opsi pengiriman, memilih metode pembayaran.

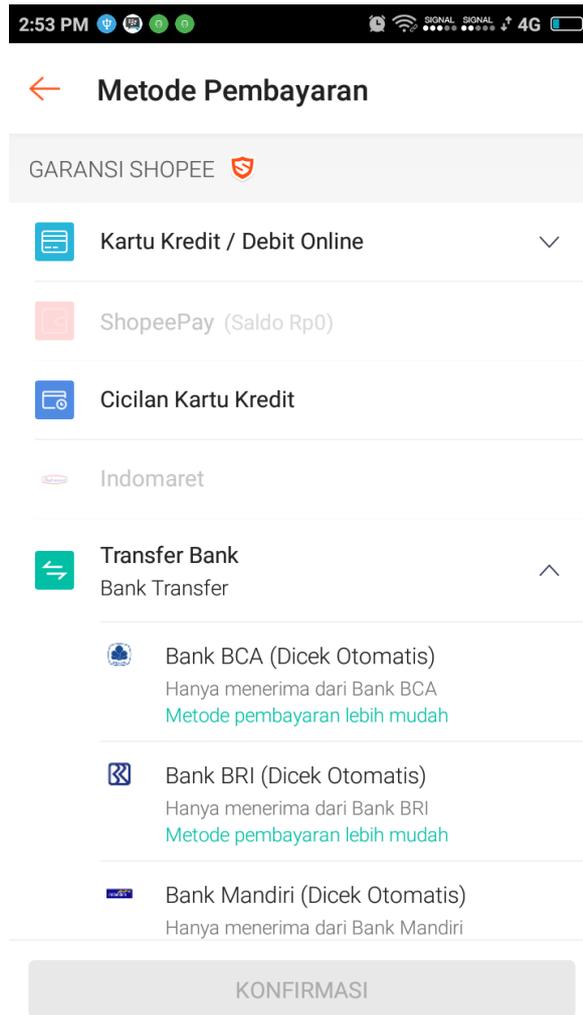


Gambar III.39 Checkout

Sumber: https://cms.dailysocial.id/wp-content/uploads/2018/08/c8eccb4acc21f76a576c12b6170f48df_Screenshot_2018-08-21-14-53-00-246_com.shopee.id_.png

4. Metode Pembayaran

Setelah checkout tampilan selanjutnya menentukan metode pembayaran yang dapat dipilih seperti kartu kredit, transfer bank, melalui saldo ataupun dapat dicicil.

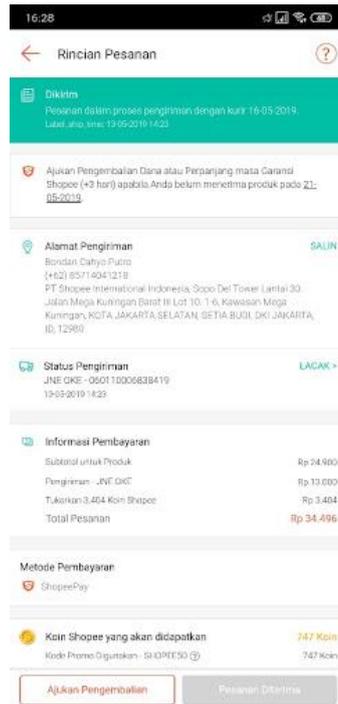


Gambar III.40 Metode Pembayaran

Sumber: https://cms.dailysocial.id/wp-content/uploads/2018/08/91bf58caeeb62a1bbc08c42529d0d91f_Screenshot_2018-08-21-14-53-23-522_com.shopee.id_.png

5. Lacak Pesanan

Dalam pembelian barang pengguna dapat melihat secara detail status pengiriman barang jika nomor resi telah dimasukan oleh penjual dan akan mengetahui sudah ditahap dimana barang dikirim.

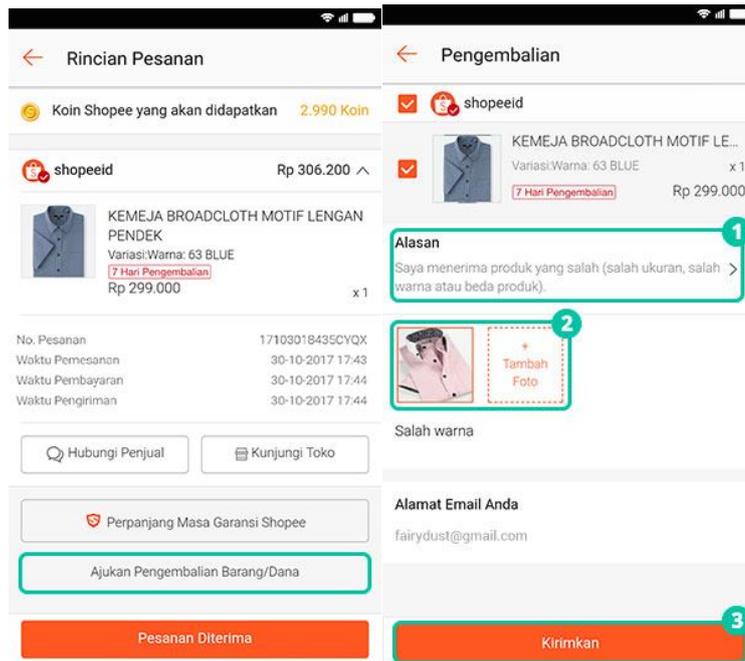


Gambar III.41 Lacak Pesanan

Sumber: www.shopee.com

6. Ajukan Pengembalian Barang/Dana

Fitur ini berfungsi untuk mengajukan permohonan pengembalian barang ataupun dana jika barang yg telah dibeli tidak sesuai dengan apa yang didiskripsikan.

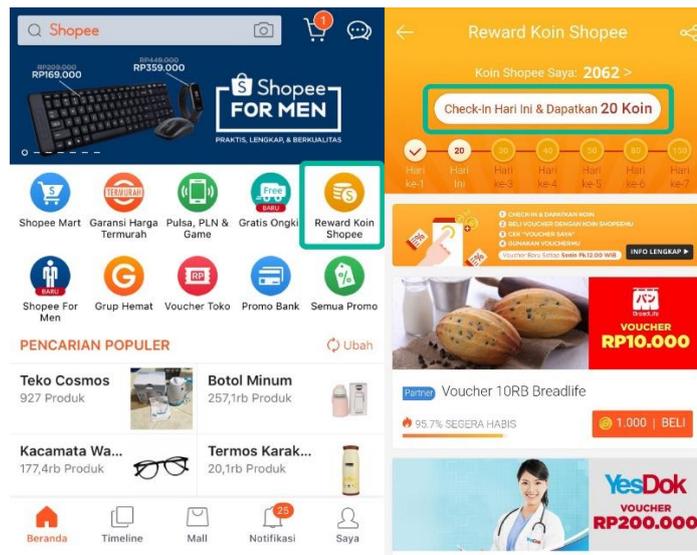


Gambar III.42 Ajukan Pengembalian Barang/Dana

Sumber: www.shopee.com

7. Koin Shopee

Koin shopee ini merupakan fitur seperti game mengajak pengguna untuk mendapatkan koin tersebut didalam waktu yang ditentukan dan mengumpulkan koin sebanyak-banyaknya setelah terkumpul dapat ditukarkan untuk potongan harga jika ingin menggunakan koin tersebut.



Gambar III.43 Koin Shopee

Sumber: www.shopee.com

8. Flash Sale

Merupakan fitur mempromosikan barang-barang dengan harga yang lebih murah dengan waktu yang ditentukan.



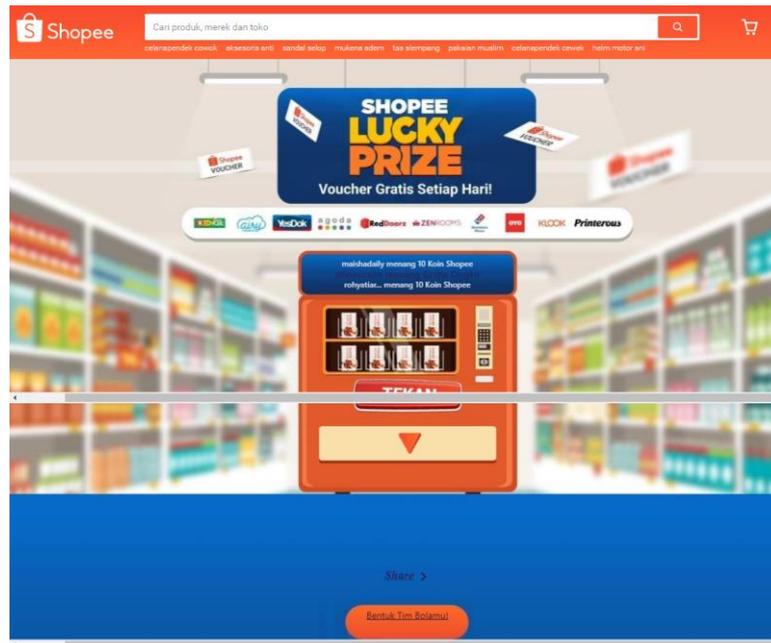
Gambar III.44 Flash Sale

Sumber: [https://1.bp.blogspot.com/-](https://1.bp.blogspot.com/-2PI70hDSzKg/Ww94uQMytmI/AAAAAAAAAL08/pgKFpWvYUHI9hNdAX6Ok6GBcjwDgKmxuACLcBGAs/s1600/flash-sale-shopee-harian-harga-murah.jpg)

[2PI70hDSzKg/Ww94uQMytmI/AAAAAAAAAL08/pgKFpWvYUHI9hNdAX6Ok6GBcjwDgKmxuACLcBGAs/s1600/flash-sale-shopee-harian-harga-murah.jpg](https://1.bp.blogspot.com/-2PI70hDSzKg/Ww94uQMytmI/AAAAAAAAAL08/pgKFpWvYUHI9hNdAX6Ok6GBcjwDgKmxuACLcBGAs/s1600/flash-sale-shopee-harian-harga-murah.jpg)

9. Shopee Lucky Prize

Fitur ini adalah fitur game yang terdapat pada situs Shopee untuk mendapat *voucher* gratis yang memiliki periode berlaku.



Gambar III.45 Shopee Lucky Prize

Sumber: www.shopee.com

III.3 Rincian Objek

Hampir semua *marketplace* pastinya memiliki situs web dan aplikasi yang mumpuni sehingga memudahkan masyarakat untuk mengaksesnya. Namun, masing-masing *marketplace* memiliki ciri khasnya tersendiri dalam mengembangkan situs maupun aplikasinya. Peneliti menjadikan *marketplace* Bukalapak, Tokopedia dan Shopee sebagai objek penelitian. Ketiga *marketplace* tersebut dianggap populer dan memiliki ciri khas dalam menawarkan suatu promo, misalnya saja dalam iklan promosi kategori "Khusus Bulan Ramadhan". Kategori ini dipilih karena promo yang ditawarkan hanya berlangsung setahun sekali sehingga ciri khas dari iklan yang ditawarkan memiliki daya tarik tersendiri.

Melalui ketiga objek penelitian tersebut, peneliti mengerucutkan hal-hal penting yang umumnya terdapat dalam iklan promosi kategori "Khusus Bulan Ramadhan" yang juga dibahas dalam kajian *copywriting*. Hal-hal penting tersebut misalnya elemen-elemen *copywriting* apa saja yang terdapat dalam iklan promosi tersebut. Selain itu, peneliti juga menganalisis makna yang terkandung dalam setiap elemen tersebut apakah sesuai dengan maksud dan tujuan dari iklan. Hal-hal tersebut akan dianalisis dan dibahas dengan berdasarkan semiotika Ferdinand de Saussure.

Dengan kata lain, masing-masing elemen *copywriting* yang terdapat dalam iklan promosi kategori "Khusus Bulan Ramadhan" versi ketiga marketplace akan dideskripsikan secara rinci melalui penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*).

**Gambar III.4 Iklan Promosi Kategori "Khusus Bulan Ramadhan"
versi Bukalapak**



**Gambar III.5 Iklan Promosi Kategori "Khusus Bulan Ramadhan"
versi Tokopedia**



**Gambar III.6 Iklan Promosi Kategori "Khusus Bulan Ramadhan"
versi Shopee**

BIG
Rāmadhān
• SALE •

PASTI
LEBIH
BESAR

GOYANG SHOPEE

• 10M •

SETIAP HARI

SERBA

• 10RB •

GRATIS UMROH

GRATIS ONGKIR

• 10X •

TANPA MIN. BELANJA