

Nama : Sri Wahyuni

NPM : 2310404857009

Kasus e-MarketPlace dan Supply Chain

1. Keuntungan dan Tantangan Menggunakan E-Marketplace bagi Penjual

Keuntungan:

- Akses pasar luas: Penjual dapat menjangkau banyak pembeli dari berbagai daerah tanpa perlu toko fisik.
- Biaya operasional rendah: Tidak perlu menyewa tempat atau membuat website sendiri.
- Promosi otomatis: Produk bisa muncul di hasil pencarian marketplace dan mendapat promosi dari platform.
- Kemudahan transaksi: Sistem pembayaran dan pengiriman sudah disediakan oleh marketplace.

Tantangan:

- Persaingan ketat: Banyak penjual lain menjual produk serupa.
- Biaya komisi: Marketplace mengambil sebagian keuntungan dari setiap transaksi.
- Ketergantungan platform: Jika akun diblokir atau sistem bermasalah, penjual bisa kehilangan akses ke tokonya.
- Aturan ketat: Penjual harus mematuhi kebijakan platform yang kadang berubah sewaktu-waktu.

2. Keamanan Transaksi di E-Marketplace

E-marketplace memastikan keamanan transaksi dengan cara:

- Sistem escrow (rekening bersama): Uang pembeli disimpan sementara oleh marketplace dan baru diteruskan ke penjual setelah barang diterima.
- Enkripsi data: Informasi pribadi dan pembayaran diamankan menggunakan teknologi SSL.
- Verifikasi penjual dan pembeli: Untuk mencegah akun palsu dan penipuan.
- Sistem pelaporan dan perlindungan konsumen: Pembeli bisa mengajukan komplain jika terjadi masalah.

3. Cara E-Marketplace Menarik dan Mempertahankan Pengguna Baru

- Promosi dan diskon besar: Seperti gratis ongkir, cashback, atau flash sale.
 - Program loyalitas: Poin belanja, voucher, atau hadiah untuk pelanggan setia.
 - Kemudahan penggunaan aplikasi: Desain antarmuka yang ramah pengguna dan cepat diakses.
 - Keamanan dan kepercayaan: Ulasan nyata, rating produk, serta layanan pelanggan yang cepat.
 - Fitur inovatif: Seperti live shopping, chat langsung dengan penjual, atau rekomendasi produk personal.
-

4. Pengaruh Sistem Komisi terhadap Harga Jual Produk

- Jika komisi tinggi, penjual biasanya menaikkan harga jual untuk menutupi biaya tersebut.
 - Jika komisi rendah atau promosi gratis ongkir ditanggung marketplace, penjual bisa menawarkan harga lebih kompetitif.
 - Komisi juga mempengaruhi strategi penentuan harga: penjual harus menghitung margin agar tetap untung setelah potongan biaya.
-

5. Cara E-Marketplace Menangani Persaingan Antar Penjual

- Sistem rating dan review: Membantu pembeli memilih penjual terpercaya.
 - Algoritma pencarian adil: Menampilkan produk berdasarkan relevansi, bukan hanya harga terendah.
 - Program penjual unggulan: Memberi penghargaan atau peringkat bagi toko dengan performa baik.
 - Aturan anti-dumping dan plagiarisme: Melarang penjual menjiplak foto, deskripsi, atau menjual produk palsu.
-

6. Perbedaan antara E-Marketplace dan Toko Online Pribadi

Aspek	E-Marketplace	Toko Online Pribadi
Kepemilikan platform	Dimiliki oleh pihak ketiga (Shopee, Tokopedia, Lazada)	Dimiliki penuh oleh penjual

Aspek	E-Marketplace	Toko Online Pribadi
Biaya awal	Gratis atau kecil	Lebih besar (domain, hosting, pengembangan)
Kontrol kebebasan	dan Terbatas oleh aturan marketplace	Bebas mengatur tampilan dan kebijakan sendiri
Promosi dan trafik	Sudah ada banyak pengunjung	Harus membangun trafik sendiri
Persaingan	Sangat tinggi	Lebih kecil, tapi perlu strategi promosi kuat

7. Cara E-Marketplace Menangani Ulasan atau Review Palsu

- Verifikasi pembelian: Hanya pembeli yang benar-benar membeli produk yang bisa memberi ulasan.
 - Algoritma pendekripsi aktivitas mencurigakan: Misalnya review berulang dari akun yang sama.
 - Tim moderasi dan laporan pengguna: Marketplace memantau dan menghapus ulasan palsu yang dilaporkan.
 - Sanksi tegas: Akun penjual atau pembeli yang membuat ulasan palsu dapat diblokir permanen.
-