

**Peran *Marketplace* Sebagai Alat Bantu Bisnis Di Era
Teknologi Informasi
“the role of marketplace as a business assistance in
the era of information technology”**

HEDY PRASTIYAN RAMADHAN

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS SURABAYA

Kata Pengantar

Alhamdulillah robbil ‘alamin, puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Artikel dengan judul “Peran *Marketplace* Sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi”. Artikel ini disusun sebagai salah satu tugas yang di berikan oleh Bapak Dosen mata kuliah “E-bisnis”.

Saya menyadari bahwa dalam penulisan artikell ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga proposal ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu’alaikum Wr.Wb

Surabaya, 13 Januari 2021

Penulis

Abstrak

Merebaknya internet merupakan dampak dari berkembangnya infrastruktur teknologi informasi. Dari perkembangan tersebut maka munculah kegiatan baru dalam melakukan proses bisnis yaitu dengan menggunakan internet dan infrastruktur teknologi informasi. Proses bisnis yang dilakukan melalui media teknologi informasi dan internet yang dikenal dengan e-commerce. E-commerce merupakan bisnis yang menggunakan ruang virtual sebagai tempat melakukan operasionalnya. Beberapa perusahaan e-commerce tersebut ada yang menyediakan ruang untuk para pelaku usaha lain agar dapat menampilkan produknya di website e-commerce tersebut. Hal tersebut menimbulkan terciptanya suatu pasar elektronik yang kita kenal dengan sebutan marketplace. Marketplace merupakan solusi yang tercipta dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan internet yang menggempur industri perdagangan. Dalam marketplace setiap pelaku usaha dapat menampilkan produknya untuk diperjualkan tanpa perlu repot membangun sistem. Adanya marketplace tersebut sangat menguntungkan para pelaku usaha, terutama usaha kecil dan menengah. Marketplace mempermudah pelaku usaha kecil dan menengah tersebut dalam melakukan operasional. Dengan adanya Marketplace tersebut maka para pelaku usaha hanya perlu memberikan informasi selengkap - lengkap nya tentang produk yang mereka jual di marketplace seperti informasi produk, harga, pengiriman dan lain – lainnya.

Kata Kunci : bisnis, alternatif, marketplace, teknologi informasi, e-commerce.

Daftar Isi

Halaman Sampul	1
Kata Pengantar	2
Abstrak	3
Daftar Isi	4
BAB I	5
PENDAHULUAN	5
1.1 Latar Belakang	5
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat	5
1.4 Metode Penelitian	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Teknologi Informasi	7
2.2 Sistem Penjualan	7
2.3 E-Commerce	7
2.4 Marketplace	7
BAB III	7
HASIL DAN PEMBAHASAN	8
3.1 Perbedaan Marketplace dan E-commerce	8
3.2 Keuntungan <i>Marketplace</i>	8
3.3 Proses <i>Marketplace</i>	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	8
KESIMPULAN	9
5.1 Kesimpulan	9
Daftar Pustaka	10

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan telekomunikasi yang begitu pesat menyebabkan meningkatnya infrastruktur dalam bidang ekonomi.. Teknologi informasi dipergunakan dalam menyimpan dan pengolahan data menjadi sedemikian rupa sehingga data yang telah diolah tersebut menyajikan informasi yang bermutu, relevan dan akurat. Untuk tujuan yang lebih luas dari kegunaan adalah dapat menyajikan suatu informasi pilihan dengan cara yang mudah, tepat dan ringkas, dan jelas serta dapat berkurangnya keambiguan dalam hal penempatan hal / item yang penting dalam situs untuk bidang yang sesuai [1].

Telekomunikasi dapat berjalan beriringan dan saling melengkapi sehingga menjadi satu kesatuan. Marketplace tidak dapat berdiri tanpa adanya e-commerce, karena sistem yang di gunakan pada marketplace merupakan sistem e-commerce.

Adanya *marketplace* merupakan dampak dari perkembangan internet dan teknologi informasi.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana peran marketplace sebagai alat bantu bisnis di era teknologi informasi ?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Dari perumusan masalah yang disebutkan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Agar Mengetahui peran marketplace sebagai alat bantu bisnis di era teknologi informasi

Bertitik tolak pada perumusan masalah yang disebutkan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Dapat menambah pengetahuan dan menerapkan ilmu yang telah diperoleh

1.4 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasional.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teknologi Informasi

Teknologi informasi diciptakan untuk mempermudah setiap pekerjaan manusia. Lucas (2000) Pengertian teknologi informasi menurut adalah segala bentuk teknologi yang dapat diterapkan untuk mengirimkan sebuah informasi melalui media elektronik. [2].

2.2 Sistem Penjualan

Pengertian sistem menurut Romney dan Steinbart (2015:3): rangkaian dari dua atau lebih komponen-komponen yang saling berhubungan, yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan [3].

Pengertian penjualan menurut Moekijat (2011:488) Penjualan adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencari pembeli, mempengaruhi serta memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan untuk kedua belah pihak. [4].

2.3 E-Commerce

Munir Fuady, 2002 menjelaskan e-Electronic commerce atau selanjutnya disebut E-commerce merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi internet [5].

2.4 Marketplace

Marketplace merupakan alat bantu bisnis baru yang berkembang seiring pesatnya perkembangan infrastruktur teknologi informasi. Marketplace ini dibuat untuk mengurangi resiko proses bisnis yang kompleks sehingga tercipta efisiensi dan efektifitas.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Perbedaan Marketplace dan E-commerce

Perbedaan yang signifikan antara *e-commerce* hanya ada satu penjual dan satu produk saja berbeda dengan *marketplace* yang dimana banyak penjual dan banyak juga produk yang dijual dan juga terdapat fitur tawar menawar antara penjual dan pembeli..

3.2 Keuntungan Marketplace

Dengan adanya marketplace para pembisnis dimudahkan dengan adanya sistem sistem yang terinterasi dengan internet. Sehingga para pembisnis tidak usah untuk membuat sistem sendiri dikarenakan di marketplace sudah disediakan sebuah sistem. Dengan begitu para pelaku usaha ataupun bisnis dapat meminimalisir biaya operasional mereka [6].

BAB IV

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Sistem marketplace tersebut sangat menguntungkan untuk para pelaku usaha atau bisnis, karena dengan adanya marketplace tersebut para pelaku usaha ataupun bisnis tidak perlu membangun sistem untuk menunjang usahanya. Selain itu para pelaku usaha maupun bisnis juga tidak perlu melakukan promosi, karena pihak yang menyediakan marketplace telah mempromosikan pasar virtual tersebut.

Daftar Pustaka

- [1] S. Supangat, “PENGUNAAN WEBQUAL UNTUK PENENTUAN TINGKAT KEBERGUNAAN PADA WEBSITE (STUDI KASUS PADA TEKNIK SIPIL UNTAG SURABAYA),” *KONVERGENSI*, 2016, doi: 10.30996/konv.v12i2.1315.
- [2] I. Baihaqi dan M. Nurif, “Technopreneurship,” 2015. [Online]. Available: <https://careers.its.ac.id/media/publikasi/Technopreneurship.pdf>.
- [3] A. Susanto, Sistem Informasi Akuntansi - Struktur Pengendalian Resiko Pengembangan, Bandung: Lingga Jaya, 2013.
- [4] J. Winardi, Manajemen Perubahan (The Management of Change), Jakarta: Prenada Media, 2005.
- [5] D. Strzembicki, “The Development of Electronic Commerce in Agribusiness – The Polish Example,” dalam *Procedia Economics and Finance* 23, Warszawa, 2015.
- [6] “Kenali Perbedaan Mendasar Website E-Commerce dan Marketplace,” [crocodic.com](http://crocodic.com/kenali-perbedaan-mendasar-website-e-commerce-dan-marketplace/), [Online]. Available: <http://crocodic.com/kenali-perbedaan-mendasar-website-e-commerce-dan-marketplace/>.

PLAGIARISM SCAN REPORT

Report Generation Date: **January 14,2021**

Words: **496**

Characters: **4068**

Exclude URL :

17%
Plagiarism

83%
Unique

4
Plagiarized Sentences

20
Unique Sentences

Content Checked for Plagiarism

1.1 Latar Belakang

Perkembangan telokomunikasi yang begitu pesat menyebabkan meingkatnya infrastruktur dalam bidang ekonomi. Teknologi informasi dipergunakan dalam menyimpan dan pengolahan data menjadi sedemikian rupa sehingga data yang telah diolah tersebut menyajikan informasi yang bermutu, relevan dan akurat. Untuk tujuan yang lebih luas dari kegunaan adalah dapat menyajikan suatu informasi pilihan dengan cara yang mudah, tepat dan ringkas, dan jelas serta dapat berkurangnya keambiguan dalam hal penempatan hal / item yang penting dalam situs untuk bidang yang sesuai [1].

Telekomunikasi dapat berjalan beriringan dan saling melengkapi sehingga menjadi satu kesatuan. Marketplace tidak dapat berdiri tanpa adanya e-commerce, karena sistem yang di gunakan pada marketplace merupakan sistem e-commerce.

Adanya marketplace merupakan dampak dari perkembangan internet dan teknologi informasi.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana peran marketplace sebagai alat bantu bisnis di era teknologi informasi ?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Dari perumusan masalah yang disebutkan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Agar Mengetahui peran marketplace sebagai alat bantu bisnis di era teknologi informasi

Bertitik tolak pada perumusan masalah yang disebutkan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Dapat menambah pengetahuan dan menerapkan ilmu yang telah diperoleh

1.4 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasional.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teknologi Informasi

Teknologi informasi diciptakan untuk mempermudah setiap pekerjaan manusia. Lucas (2000)

Pengertian teknologi informasi menurut adalah segala bentuk teknologi yang dapat diterapkan untuk mengirimkan sebuah informasi melalui media elektronik. [2].

2.2 Sistem Penjualan

Pengertian sistem menurut Romney dan Steinbart (2015:3): rangkaian dari dua atau lebih komponen-komponen yang saling berhubungan, yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan [3].

Pengertian penjualan menurut Moekijat (2011:488) Penjualan adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencari pembeli, mempengaruhi serta memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan untuk kedua belah pihak [4].

2.3 E-Commerce

Munir Fuady, 2002 menjelaskan e-Electronic commerce atau selanjutnya disebut E-commerce merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi internet [5].

2.4 Marketplace

Marketplace merupakan alat bantu bisnis baru yang berkembang seiring pesatnya perkembangan infrastruktur teknologi informasi. Marketplace ini dibuat untuk mengurangi resiko proses bisnis yang kompleks sehingga tercipta efisiensi dan efektifitas.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Perbedaan Marketplace dan E-commerce

Perbedaan yang signifikan antara e-commerce hanya ada satu penjual dan satu produk saja berbeda dengan marketplace yang dimana banyak penjual dan banyak juga produk yang dijual dan juga terdapat fitur tawar menawar antara penjual dan pembeli.

3.2 Keuntungan Marketplace

Dengan adanya marketplace para pembisnis dimudahkan dengan adanya sistem sistem yang terinterasi dengan internet. Sehingga para pembisnis tidak usah untuk mebuat sistem sendiri dikarenakan di marketplace sudah disediakan sebuah sistem. Dengan begitu para pelaku usaha ataupun bisnis dapat meminimalisir biaya operasional mereka [6].

BAB IV

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Sistem marketplace tersebut sangat menguntungkan untuk para pelaku usaha atau bisnis, karena dengan adanya marketplace tersebut para pelaku usaha ataupun bisnis tidak perlu membangun sistem untuk menunjang usahanya. Selain itu para pelaku usaha maupun bisnis juga tidak perlu melakukan promosi, karena pihak yang menyediakan marketplace telah mempromosikan pasar virtual tersebut.

Matched Sources :

BAB II

Bab II. Tinjauan pustaka. 2.1 PENGERTIAN SISTEM Pengertian sistem menurut Romney dan Steinbart (2015:3): Sistem adalah rangkaian dari dua atau lebih komponen-komponen yang saling berhubungan, yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan. Sebagian besar sistem...

8%

<http://eprints.polsri.ac.id/3564/3/BAB%20II.pdf> (<http://eprints.polsri.ac.id/3564/3/BAB%20II.pdf>)

Pengertian Penjualan , Tujuan dan Bentuknya dalam ...

Moekijat, 2011:488 — Penjualan adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencari pembeli, mempengaruhi serta memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang ...

8%

<https://www.talenta.co/blog/insight-talenta/penjualan/> (<https://www.talenta.co/blog/insight-talenta/penjualan/>)

Marketplace Adalah? Pengertian, Jenis dan Contohnya | MARKEY

marketplace memiliki konsep yang hampir sama dengan pasar tradisional. meskipun begitu, teknologi internet dengan tujuan transfer data, informasi dan uang sudah ditemukannya sementara marketplace berdasarkan sistem kerja terdiri dari marketplace murni dan marketplace konsinyasi.

5%

<https://markey.id/blog/marketing/marketplace-adalah> (<https://markey.id/blog/marketing/marketplace-adalah>)

Ilmiah Komputer dan PERAN MARKETPLACE SEBAGAI ...

43 PERAN MARKETPLACE SEBAGAI ALTERNATIF BISNIS DI ERA TEKNOLOGI INFORMASI Rini Yustiani 1, Rio Yunanto 2 1 Program Studi Manajemen, ...

5%

<https://docplayer.info/145812550-Ilmiah-komputer-dan-peran-marketplace-sebagai-alternatif-bisnis-di-era-teknologi-informasi.html> (<https://docplayer.info/145812550-Ilmiah-komputer-dan-peran-marketplace-sebagai-alternatif-bisnis-di-era-teknologi-informasi.html>)
