

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

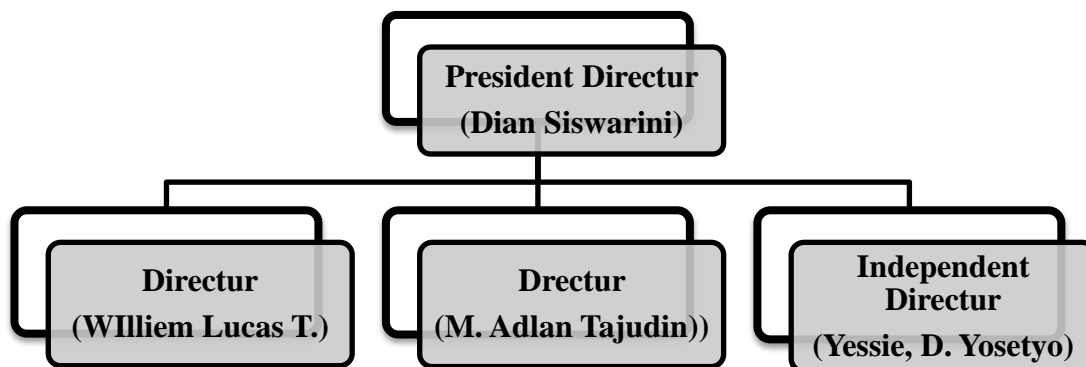
2.1 Gambaran Umum Elevenia

Pada sub bab ini peneliti akan membahas mengenai Elevenia secara umum, Sejarah berdirinya, Elevenia, Struktur Elevenia, Visi dan Misi Elevenia, dan Logo Elevenia.

2.1.1 Sejarah PT. XL Axiata Tbk

XL adalah salah satu perusahaan telekomunikasi terkemuka di Indonesia. Mulai beroperasi secara komersial sejak 8 Oktober 1996, XL saat ini adalah penyedia layanan seluler dengan jaringan luas dan berkualitas di seluruh Indonesia bagi pelanggan ritel (Consumer Solutions) dan solusi bagi pelanggan korporat (Business Solutions). XL satu-satunya operator yang memiliki jaringan serat optic yang luas. XL telah meluncurkan XL 3G pada 21 September 2006, layanan telekomunikasi selular berbasis 3G pertama yang tercepat dan terluas di Indonesia. XL dimiliki secara mayoritas oleh Axiata Group Berhad (“Axiata Group”) melalui axiata Investments (Indonesia) Sdn Bhd (66,5%) dan public (33,5%). Sebagai bagian dari Axiata Group bersama-sama dengan Robi (Bangladesh), Smart (Cambodia), Idea (India), Celcom (Malaysia), MI (Singapore), dan Dialog (Sri Lanka).

2.1.2 Struktur Organisasi



Sumber : www.xl.co.id

2.1.3 Sejarah Elevenia

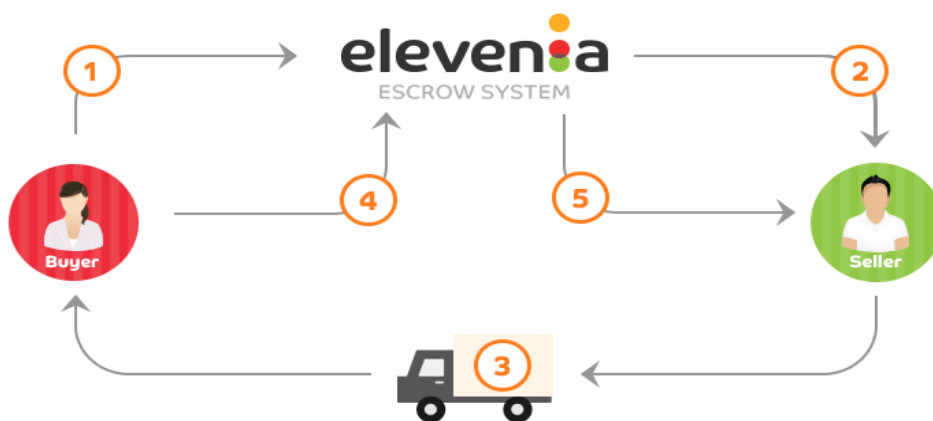
Sejalan dengan rencana untuk mengembangkan bisnis di dunia digital dan uga semakin bertambahnya kepercayaan masyarakat Indonesia pada *online shopping*, PT XL Axiata, Tbk (Perusahaan Telekomunikasi Terkenal di Indonesia) telah mendirikan sebuah perusahaan baru bernama PT. XL Planet. Perusahaan yang didirikan pada 11 Juli 2013, merupakan *joint venture* XL dengan perusahaan Korea Selatan, SK Planet (Anak perusahaan dari SK Telecom-Perusahaan Telekomunikasi Terbesar di Korea Selatan, serta pemilik dari www.11st.co.kr). Perusaahn baru ini membangun sebuah *open marketplace* di Indonesia yang diberi nama Elevenia (www.elevenia.co.id) – *Your Online Shopping Paradise* !Setelah dibuka untu umum pada 1 Maret 2014. XL Planet memfokuskan kepada

pengoperasian bisnis ke bisnis kepada konsumen (B2B2C/pasar terbuka terpadu) perusahaan e-commerce di Indonesia.

Kelahiran Elevenia menunjukkan keseriusan XL dalam membangun dan mengembangkan bisnis Layanan Digital dan Layanan Data. Bekerjasama dengan SK Planet, XL yakin Elevenia akan bisa bersaing dan berkembang di Indonesia, sehingga dapat ikut mendorong dan menopang pertumbuhan XL di masa depan. Di sisi lain keberadaan Elevenia juga menunjukkan komitmen XL untuk mendukung dan mendorong berkembangnya para pelaku usaha, termasuk UMKM, melalui *open marketplace*.

Bertransaksi di Elevenia berarti pembeli dapat menikmati sistem belanja dengan *platform open marketplace*. Solusi pembayaran yang di sediakan adalah *Escrow System (Rekening bersama)*, yang menjamin transaksi berjalan aman.

Gambar 2. 1 Transaksi di situs Elevenia



Sumber : www.elevenia.co.id

1. Buyer melakukan transaksi di elevenia
2. Elevenia akan memberikan notifikasi kepada seller atas transaksi yang terjadi.
3. Setelah ada pemberitahuan dari elevenia, penjual mengirimkan barang kepada buyer.
4. Setelah menerima barang, buyer melakukan konfirmasi.
5. Setelah menerima konfirmasi, Elevenia melakukan pencairan dana kepada seller.

Hal pertama yang dilakukan adalah pembeli menggunakan Elevenia sebagai medium untuk memilih produk yang akan dibeli. Setelah pembeli merasa cocok dengan produk yang ingin dibeli, pembeli akan melakukan transaksi kepada penjual, namun yang unik dari Elevenia adalah pembayaran melalui Elevenia ketika barang sudah sampai ditangan pembeli maka Elevenia akan menyerahkan pembayaran kepada penjual. Jadi jika barang belum sampai ke tangan pembeli, uang belum diserahkan kepada penjual. Bahkan uang dapat dikembalikan kepada pembeli jika barang tidak sampai ke tangan pembeli. Hal ini dilakukan agar pembeli merasa aman dan nyaman berbelanja *online* di Elevenia. Setelah melakukan pembayaran barulah penjual mengirim barang yang dipesan oleh pembeli melalui agen pengiriman barang.

Elevenia memiliki 8 kategori utama, yakni *Fashion, beauty/health, babies/kids, home/garden, gadget/computer, electronic, hobby, dan service/food*. Ditambahkan lagi bahwa 90% dari para seller di Elevenia merupakan UKM lokal, baik korporasi maupun perorangan. Untuk pilihan pembayaran, saat ini Elevenia

sudah memiliki beberapa pilihan, mulai dari *online payment*, transfer antar bank, pembayaran melalui ATM dan juga kartu kredit. Untuk saat ini, Elevenia sudah bekerjasama dengan VISA, Bank Mandiri, Bank BCA dan juga Bank Danamon. Sedangkan untuk jasa pengiriman, Elevenia sudah bekerjasama dengan JNE.

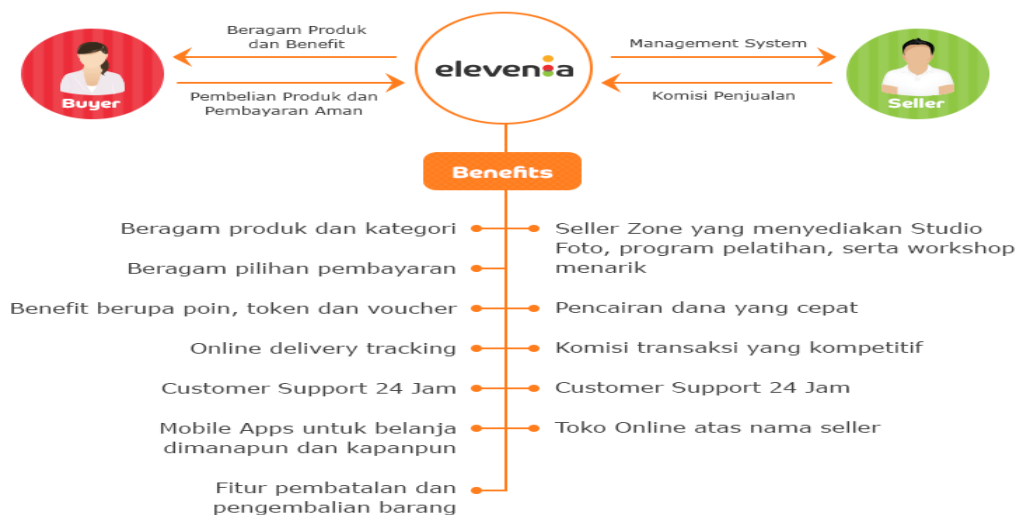
2.1.4 Visi dan Misi Perusahaan Elevenia

Visi perusahaan yaitu untuk menjadi pemimpin pasar di tahun 2016, yang dimana telah dihasilkan dengan proposisi *key value* yang membedakan elevenia dengan e-commerce lainnya.

Gambar 2. 2 Visi dan Misi

Mengapa elevenia?

Hanya elevenia yang memberikan pelayanan terbaik kepada buyer dan seller dengan benefit yang luar biasa



Sumber : www.elevenia.co.id

Perusahaan Elevenia juga memiliki slogan adalah KLIK. CARI. HEPI., itulah tiga kata yang menerangkan berbelanja online di elevenia co.id. Sebagai salah satu e-commerce terdepan di Indonesia, elevenia mempunyai visi dan misi untuk menjadi e-commerce paling Hapi untuk anda di seluruh Indonesia. Kami menawarkan berbagai macam produk menarik dengan harga terbaik serta diskon istimewa. Nikmati juga berbagai macam promo menarik setiap hari yang tentu saja bikin anda Hapi.

2.1.5 Logo Perusahaan Elevenia

Logo adalah simbol atau lamang yang menggambarkan ciri barang atau perusahaan. Fungsi logo adalah sebagai penanda bisnis, pembeda bisnis dengan pesaing, simbol keunggulan bisnis dan sarana membentuk persepsi konsumen terhadap bisnis. Perusahaan Elevenia memiliki logo yang merupakan simbol perusahaan seperti dibawah ini :

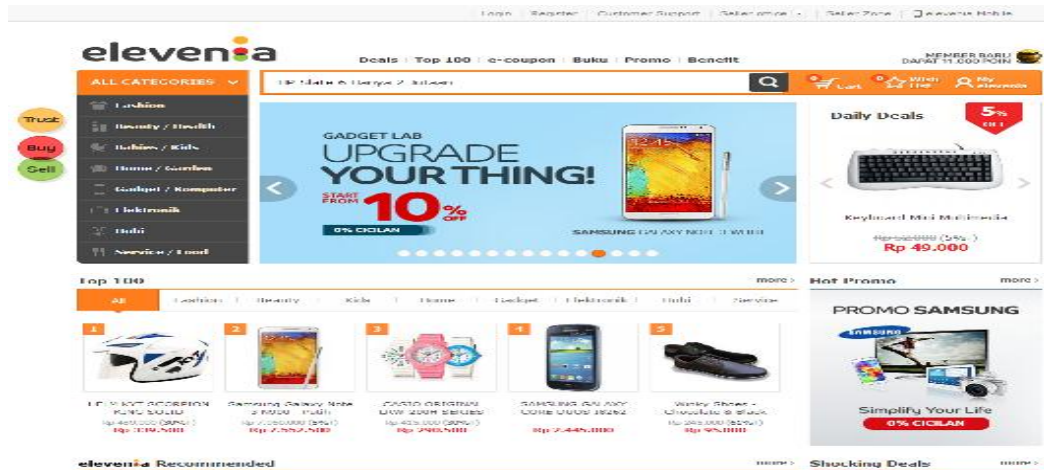
Gambar 2. 3 Logo Perusahaan Elevenia



Sumber : logos.wikia.com

Gambar 2. 4 Tampilan Website dan Aplikasi Elevenia Pada Ponsel Android

a. Tampilan Website Elevenia bagian beranda (Home)

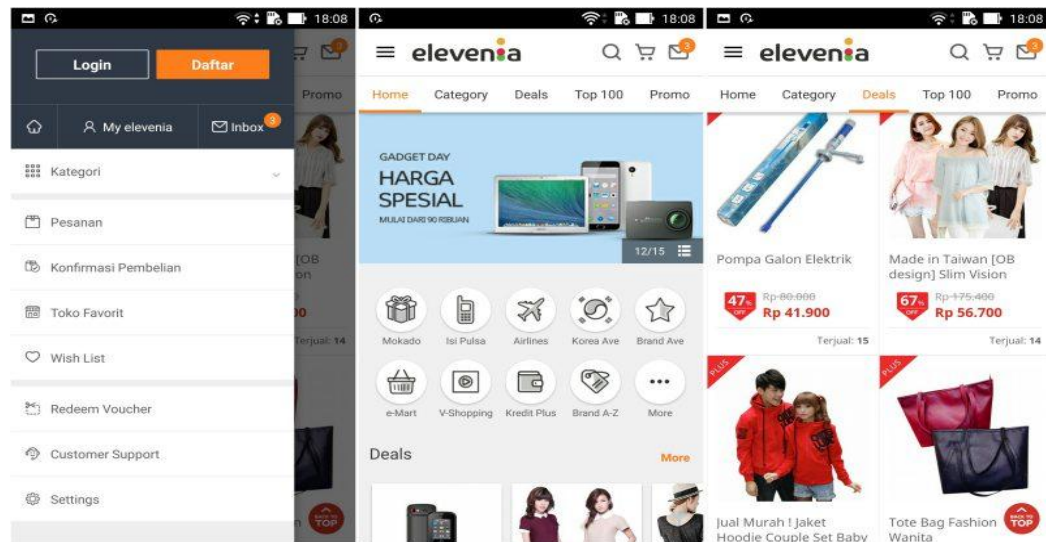


b. Tampilan Website Elevenia Bagian Pencarian



2. Tampilan Elevenia Pada Elevenia Pada Aplikasi Elevenia Pada Ponsel

Android



2.2 Gambaran Kota Semarang

Kota Semarang adalah ibukota Provinsi Jawa Tengah, Indonesia sekaligus kota metropolitan terbesar kelima di Indonesia sesudah Jakarta, Surabaya, Medan, dan Bandung. Sebagai salah satu kota paling berkembang di Pulau Jawa, Kota Semarang mempunyai jumlah penduduk yang hampir mencapai 2 juta jiwa dan siang hari bisa mencapai 2,5 juta jiwa. Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan Semarang ditandai pula dengan munculnya beberapa gedung pencakar langit di beberapa sudut kota. Kota Semarang terletak sekitar 558 km sebelah timur Jakarta, atau 312 km sebelah barat Surabaya, atau 621 km sebelah barat daya Banjarmasin (via udara). Semarang berbatasan dengan laut Jawa di utara, Kabupaten Demak di timur, Kabupaten Semarang di selatan, dan Kabupaten Kendal di barat. Luas kota 373.67 km².

Seiring dengan perkembangan Kota, Kota Semarang berkembang menjadi kota yang memfokuskan pada perdagangan dan jasa. Berdasarkan lokasinya, kawasan perdagangan dan jasa di Kota Semarang terletak menyebar dan pada umumnya berada di sepanjang jalan-jalan utama. Kota Semarang sangat dipengaruhi oleh keadaan alamnya yang membentuk suatu kota yang mempunyai ciri khas yaitu terdiri dari daerah perbukitan, dataran rendah, dan daerah pantai.

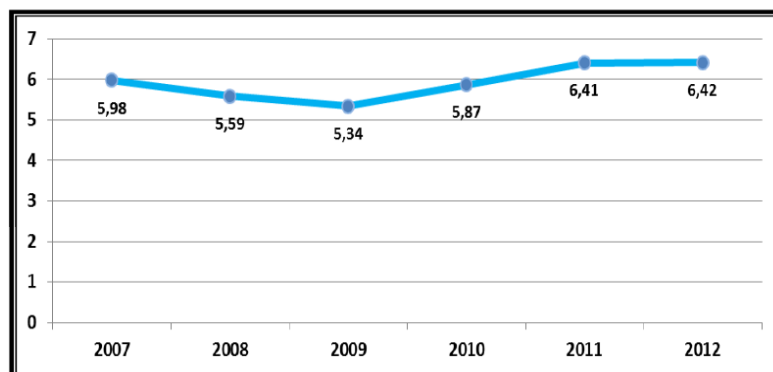
2.2.1 Geografis Kota Semarang

Letak dan kondisi geografis, Kota Semarang memiliki posisi astronomi di antara garis $6^{\circ}50' - 7^{\circ}10'$ Lintang Selatan dan garis $109^{\circ}35' - 110^{\circ}50'$ Bujur Timur. Kota Semarang memiliki posisi geostrategi karena berada pada jalur lalu lintas ekonomi pulau Jawa, dan merupakan koridor pembangunan Jawa Tengah yang terdiri dari empat simpul pintu gerbang yakni koridor panta Utara ; koridor Selatan l kearah kota-kota dinamis seperti Kabupaten Magelang, Surakarta yang dikenal dengan koridor Merapi-Merbabu, koridor Timur kearah Kabupaten Demak/Grobogan; dan Barat menuju Kabupaten Kendal. Dalam perkembangan dan pertumbuhan Jawa Tengah, Semarang sangat berperan terutama dengan adanya pelabuhan, jaringan transport darat (jalur kereta api dan jalan) serta transport udara yang merupakan potensi bagi simpul transportasi Regional Jawa Tengah dan Kota Transit Regional Jawa Tengah. Posisi lain yang tak kalah pentingnya adalah kekuatan hubungan dengan luar Jawa, secara langsung sebagai pusat wilayah nasional bagian tengah.

2.2.2 Perekonomian Kota Semarang

Ekonomi Kota Semarang cukup besar karena statusnya sebagai ibu kota provinsi Jawa Tengah. Perekonomian Kota Semarang menurut data BPS 2012 didominasi sector industry dan sector Perdagangan, PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) 2012 atas dasar harga berlaku mencapai 54.38 triliun. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi ditandai dengan banyaknya gedung tinggi berupa hotel, kantor dan apartemen di Kota Semarang

Gambar 2. 5 Grafik Rata-Rata Pertumbuhan Ekonomi per Tahun Kota Semarang 2007-2012 (persen)



Sumber : PDRB Kota Semarang Tahun 2012

Terlihat sampai dengan tahun 2012, laju pertumbuhan ekonomi Kota Semarang senantiasa mengalami peningkatan. Tetapi pada tahun 2008 dan 2009 mengalami peningkatan melambat, kemudian kembali meningkat lebih cepat pada tahun 2011 dan 2012. Ini berarti pertumbuhan ekonomi tahun 2011 dan 2012 yang mencapai 6,41 dan 6,42 persen, mengalami peningkatan lebih cepat dibandingkan tiga tahun sebelumnya.

2.2.3 Kependudukan Kota Semarang

Penduduk kota Semarang umumnya adalah suku Jawa dan menggunakan Bahasa Jawa sebagai bahasa sehari-hari. Agama mayoritas dianut adalah Islam. Semarang memiliki komunitas Tionghoa yang besar. Seperti di daerah lainnya di Jawa Tengah, mereka sudah berbaur erat dengan penduduk setempat dan menggunakan bahasa Jawa dalam berkomunikasi sejak ratusan tahun silam.

Berikut adalah data penduduk Kota Semarang berdasarkan kecamatan dan jenis kelamin :

Tabel 2. 1 Data Pendudukan Kota Semarang

Kecamatan	Jenis Kelamin		Total
	Laki-laki	Perempuan	
Semarang Tengah	33,804	36,044	69,848
Semarang Barat	87,654	88,843	176,497
Semarang Utara	70,773	72,663	143,436
Semarang Timur	40,305	42,206	82,511
Gayamsari	39,286	39,134	78,420
Gajah Mungkur	33,133	33,276	66,409
Genuk	54,660	54,880	109,540
Pedurungan	101,834	101,080	202,914
Candisari	44,748	45,228	89,976
Banyumanik	73,911	73,543	147,454
Gunungpati	46,024	45,217	91,241
Tembalang	89,024	88,525	177,549
Tugu	17,409	17,265	34,674
Ngaliyan	70,638	70,289	140,927
Mijen	34,946	34,629	69,575
Semarang Selatan	42,108	42,317	84,425
Total	880,257	885,139	1,765,396

(Sumber: <http://dispendukcapil.semarangkota.go.id>)

2.2.4 Pendidikan di Kota Semarang

Semarang terdapat sejumlah perguruan tinggi ternama baik negeri maupun swasta. Bahkan berdasarkan peringkat universitas di Indonesia menurut Webometrics terdapat 6 universitas di Kota Semarang termasuk 100 universitas terbaik di Indonesia yaitu :

- Akademi Kepolisian (AKPOL)
- Universitas Diponegoro (UNDIP)
- Universitas Negeri Semarang (UNNES)
- Politeknik Negeri Semarang (POLINES)
- UIN Walisongo

2.3 Karakteristik Responden

Pemaparan identitas responden dalam bab ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai pembelian di situs Elevenia di Kota Semarang yang menjadi responden penelitian ini. Adapun responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 98 orang. Identitas responden yang akan dijelaskan sendiri adalah usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan per bulan. Deskripsi responden mengenai berbagai kriteria dia atas adalah sebagai berikut :

2.3.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Data dibawah ini menunjukkan perbandingan antara kategori usia dari keseluruhan responden. Adapun perbandingannya dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 2. 2 Usia Responden

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	15-20	8	8,16
2	21-25	85	86,73
3	26-30	5	5,10
4	>30	0	0
Total		98	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 2.2 menunjukkan usia responden terbanyak adalah kelompok usia 21 sampai 25 tahun, sebesar 86,73 %, sedangkan yang terendah adalah adalah kelompok usia 15 sampai 20 tahun dan sisanya adalah kelompok usia 26 sampai 30 tahun yaitu sebesar 5,10 % dari 98 orang dari seluruh kategori diatas, merupakan masuk kategori usia produktif.

2.3.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data dibawah ini menunjukkan perbandingan antara kategori jenis kelamin laki-laki dan perempuan dari keseluruhan responden. Adapun perbandingannya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. 3 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	P	67	68,36
2	L	31	31,63
Total		98	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 2.3 menunjukkan jenis kelamin responden laki-laki dan perempuan adalah kelompok perempuan, sebesar 68,36 % , sedangkan kelompok kedua adalah Laki-laki sebesar 31,63 % dari 98 orang dapat dilihat bahwa responden terbanyak yang melakukan pembelian di Elevenia adalah perempuan.

2.3.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Data dibawah ini menunjukkan perbandingan antara kategori pendidikan terakhir dari keseluruhan responden. Adapun perbandingannya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. 4 Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	Perguruan Tinggi	45	45,91
2	SMA	53	54,08
Total		98	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 2.4 menunjukkan pendidikan terakhir responden adalah kelompok Perguruan Tinggi, sebesar 45,91 % , sedangkan kelompok kedua adalah SMA sebesar 54,08 % dari 98 orang dapat dilihat bahwa responden terbanyak yang melakukan pembelian di Elevenia adalah yang memiliki pendidikan terakhir dijenjang tamatan SMA/SMK.

2.3.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan adalah kegiatan yang harus dilakukan oleh seseorang untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi aktivitas mobilitas seseorang, dengan mengetahui jenis pekerjaan responden akan diperoleh gambaran mengenai kehidupan sosial dan ekonomi reponden. Data dibawah ini menunjukkan perbandingan antara kategori pekerjaan dari keseluruhan responden. Adapun perbandingannya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. 5 Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	73	74,48
2	Pegawai Swasta	12	12,24
3	Wiraswasta	13	13,36
Total		98	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 2.5 menunjukkan Pekerjaan responden terbanyak adalah kelompok Pelajar/Mahasiswa, sebesar 74,48 % , kelompok kedua adalah Pegawai swasta sebesar 12,24% dan kelompok ketiga adalah Wiraswasta sebesar 13,36% . ini menunjukkan bahwa kelompok yang paling banyak melakukan pembelian di situs Elevenia adalah pelajar/mahasiswa dan wiraswasta. Kemudian kelompok yang paling sedikit dalam melakukan pembelian online adalah pegawai swasta.

2.3.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku per Bulan

Berikut data dibawah inimenunjukkan perbandingan antara kategori pendapatan per bulan dari keseluruhan responden. Adapun perbandingannya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. 6 Pendapatan atau Uang Saku per Bulan Responden

No	Pendapatan Per Bulan	Frekuensi	Persentase (%)
1	≤ 0-Rp 2.000.000	73	74,48
2	>Rp 2.000.000-Rp4.000.00	8	16,32
3	>Rp 4.000.000-Rp 6.000.000	7	7,14
4	>Rp 6.000.000-Rp 8.000.000	1	1,02
5	>Rp 8.000.000	1	1,02
Total		98	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 2.6 menunjukkan Pendapatan atau uang saku per bulan responden terbanyak adalah kelompok 0-Rp 2.000.000 sebesar 74,48%, kelompok kedua Rp 2.000.000-Rp 4.000.000 sebesar 16,32%, kelompok ketiga Rp4.000.000-Rp6.000.000 sebesar 7,14%, kelompok keempat sebesar 1,02% dan kelompok kelima sebesar 1,02% ini dapat dilihat bahwa responden terbanyak yang melakukan pembelian di situs Elevenia adalah yang memiliki pendapatan atau uang saku per bulan sebesar 0-Rp 2.000.000. Dan yang paling sedikit adalah yang memiliki pendapatan diatas Rp 6.000.000 yaitu 1,02%.