

KAJIAN HARGA MERK SUSU YANG ADA DI E-COMERCE

Farisa Navisatul Atiah¹, Risnaeni Adhari², Asri Dewi Nabilatul², Fitri Dian Perwitasari³

¹Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purworejo

²Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon

³Universitas Muhammadiyah Cirebon

Correspondensi Author: fitri.dian@umc.ac.id

ABSTRAK

E-commerce mencakupi segala proses pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran para pelanggan, dengan dukungan dari jaringan mitra bisnis yang lebih luas. Sistem yang digunakan dalam penggunaan. membandingkan harga di e-commerce Shopee dan Tokopedia berupa produk susu dari merk Frisian Flag dan Indomilk. Perbandingan harga ini bertujuan untuk mengetahui dari dua platform tersebut, mana yang lebih unggul dari penjualan dan harga yang relevan untuk masyarakat. Metode penelitian menggunakan metode studi literatur, dimana melihat e-commerce Tokopedia dan Shopee. E-commerce shopee banyak sekali produk dari Frisian Flag atau pun dari Indomilk yang tidak original seperti susu bubuk yang dijual dengan kemasan plastik bening isinya satu kilo dijual dengan harga murah dan diberi label Frisian Flag atau Indomilk pun dengan produk susu lain seperti Dancow. Contoh lainnya yaitu susu kental manis Frisian Flag yang dijual per 1 kilo dengan kemasan jerigen kecil berwarna putih dengan harga murah.

Kata Kunci : e-commerce, produk susu, harga, shoppe dan tokopedia

ABTRACT

E-commerce encompasses all processes of developing, marketing, selling, delivering, servicing and paying customers, with the support of a wider network of business partners. The system used in use compares prices in e-commerce Shopee and Tokopedia in the form of dairy products from the brands Frisian Flag and Indomilk. This price comparison aims to find out from the two platforms, which one is superior to sales and prices that are relevant to the community. The research method uses the literature study method, which looks at the Tokopedia and Shopee e-commerce. E-commerce shopee has a lot of products from Frisian Flag or Indomilk that are not original, such as milk powder sold in clear plastic packaging containing one kilo sold at low prices and labeled Frisian Flag or Indomilk even with other dairy products such as Dancow. Another example is Frisian Flag sweetened condensed milk sold per 1 kilo in small white jerry cans at a low price.

Keywords: e-commerce, dairy, price, shoppe and tokopedia

PENDAHULUAN

Transaksi jual beli saat ini sangat mudah dilakukan secara online sehingga banyak penjual atau pembeli merambah ke teknologi yang lebih canggih. Saat ini pun terdapat berbagai macam situs e-commerce. E-commerce mencakupi segala proses pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran para pelanggan, dengan dukungan dari jaringan mitra bisnis yang lebih luas. Sistem yang digunakan dalam penggunaan E-commerce sangat mengandalkan internet dengan jumlah pengguna yang

sangat potensial dengan peningkatan dari tahun ke tahun (Permana et al., 2021).

Karena banyaknya situs e-commerce yang ada, menimbulkan salah satu masalah yaitu produk yang sama namun terdapat selisih harga dari produk yang dipasarkan oleh beberapa e-commerce. Hal tersebut membuat pembeli harus membandingkan harga barang dari beberapa e-commerce untuk mengetahui harga barang mana yang lebih murah harganya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, makalah ini akan membandingkan harga di e-commerce Shopee dan Tokopedia berupa produk susu dari merk Frisian Flag dan Indomilk. Perbandingan harga ini bertujuan untuk mengetahui dari dua platform tersebut, mana yang lebih unggul dari penjualan dan harga yang relevan untuk masyarakat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Sukmadinata (2006) *dalam* Mega, dkk (2016) menyatakan bahwa, penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena tersebut dapat berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan kesamaan, dan perbedaan antara fenomena satu dengan yang lainnya. Penelitian ini merupakan studi literatur dengan sumber data sekunder untuk mengetahui: untuk mengetahui ragam harga dan volume produk susu sapi perah pada *platform* Shopee dan Tokopedia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1. Definisi E-commerce

E-commerce merupakan suatu istilah yang sering digunakan atau didengar saat ini yang berhubungan dengan internet, dimana tidak seorangpun yang mengetahui jelas pengertian dari e-commerce tersebut. Berikut akan dipaparkan pengertian e-commerce menurut para ahli :

- 1) Perdagangan elektronik atau yang disebut juga e-commerce, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari e-commerce adalah penggunaan internet dan komputer dengan browser Web untuk membeli dan menjual produk. McLeod Pearson (2008 : 59).
- 2) Menurut Shely Cashman (2007 : 83) E-commerce atau kependekan dari elektronik commerce (perdagangan secara electronic), merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, seperti internet. Siapapun yang dapat mengakses komputer, memiliki sambungan ke internet, dan memiliki cara untuk membayar barang-barang atau jasa yang mereka beli, dapat berpartisipasi dalam e-commerce.
- 3) Menurut Jony Wong (2010 : 33) pengertian dari electronic commerce adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti radio, televisi dan jaringan computer atau internet. Jadi pengertian e-commerce adalah proses transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet dimana website digunakan sebagai wadah untuk melakukan proses tersebut.

2.2 Manfaat E-commerce

Berikut akan dijelaskan beberapa manfaat penggunaan e-commerce dalam dunia

bisnis :

1. Manfaat E-commerce Dalam Dunia Bisnis

Manfaat dalam menggunakan E-commerce dalam suatu perusahaan sebagai sistem transaksi adalah:

- a. Dapat meningkatkan market exposure (pangsa pasar)
Transaksi on-line yang membuat semua orang di seluruh dunia dapat memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media computer dan tidak terbatas jarak dan waktu.
- b. Menurunkan biaya operasional (operating cost)
Transaksi E-commerce adalah transaksi yang sebagian besar operasionalnya diprogram di dalam komputer sehingga biaya-biaya seperti showroom, bebangaji yang berlebihan, dan lain-lain tidak perlu terjadi.
- c. Melebarkan jangkauan (global reach)
Transaksi on-line yang dapat diakses oleh semua orang di dunia tidak terbatas tempat dan waktu karena semua orang dapat mengaksesnya hanya dengan menggunakan media perantara komputer.
- d. Meningkatkan customer loyalty
Ini disebabkan karena sistem transaksi E-commerce menyediakan informasi secara lengkap dan informasi tersebut dapat diakses setiap waktu selain itu dalam hal pembelian juga dapat dilakukan setiap waktu bahkan konsumen dapat memilih sendiri produk yang dia inginkan.
- e. Meningkatkan supply management
Transaksi E-commerce menyebabkan pengefisienan biaya operasional pada perusahaan terutama pada jumlah karyawan dan jumlah stok barang yang tersedia sehingga untuk lebih menyempurnakan pengefisienan biaya tersebut maka sistem supply management yang baik harus ditingkatkan.

2. Manfaat E-commerce Untuk Pelanggan

E-commerce memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi selama 24 jam sehari dari hampir setiap lokasi dimana konsumen itu berada. Pelanggan juga dapat memiliki banyak pilihan barang yang ingin dibeli pada saat mengunjungi situs dan melakukan perbandingan harga dengan perusahaan lain. Pada saat membeli barang-barang secara online, pelanggan tidak perlu mengantri untuk mendapatkan barang. Gambaran ringkas keuntungan e-commerce sebagai berikut:

- a. Bagi Konsumen : harga lebih murah, belanja cukup pada satu tempat.
- b. Bagi pengelola : efisiensi, tanpa kesalahan, dan tepat waktu

1.2. Ragam Produk Susu di Indonesia

- a) *Fresh milk* pasteurisasi adalah susu sapi yang telah melalui proses pemanasan dengan suhu rendah (72-85°C) dan waktu singkat. Proses pemanasan ini dilakukan untuk menghilangkan bakteri patogen sehingga susu aman dikonsumsi. Memang, *fresh milk* pasteurisasi memiliki umur simpan yang sebentar (sekitar 5-7 hari) dan harus disimpan dalam suhu dingin untuk menjaganya agar tidak basi. Akan tetapi, jenis susu ini mengandung nutrisi alami yang utuh dan berkualitas tinggi sehingga mudah diserap tubuh secara optimal.

- b) susu UHT yang melalui proses pemanasan suhu super tinggi (135-145°C) mampu membuat susu jadi steril sehingga umur simpannya lebih lama (hingga 12 bulan) dan dapat disimpan di suhu ruang. Namun, karena proses pemanasannya, susu UHT banyak kehilangan nutrisi alami sehingga perlu difortifikasi.
- c) Susu bubuk merupakan susu yang diolah dengan spray drying, sehingga dapat menurunkan kadar air susu dan mengubah susu menjadi berbentuk bubuk yang tahan lebih lama. Dalam proses pembuatannya, susu bubuk akan ditambahkan komposisi berupa zat gizi yang diperlukan untuk melengkapi kandungan nutrisinya
- d) Susu Kental Manis, susu Produk susu berbentuk cairan kental yang diperoleh dengan menghilangkan air dari campuran susu segar dan gula atau dengan rekonstitusi (pelarutan/pencampuran) susu bubuk dengan penambahan gula dan atau tanpa penambahan bahan lain.
- e) Susu steril dipanaskan dalam suhu 100 derajat selama 30 menit. Susu jenis ini biasanya dijual dalam kemasan kaleng. “Jadi, susu dimasukkan ke dalam kaleng dan disterilkan bersama kalengnya,” tambahnya. Dalam prosesnya, susu ini diberi tambahan nutrisi (fortifikasi). Susu ini juga bisa disimpan pada suhu ruang.

1.3. Produk Olahan Susu Brand Frisian Flag dan Indomilk

Salah satu industri minuman yang mengalami perkembangan pesat adalah minuman susu. Susu adalah bahan minuman yang berasal dari ternak dan memiliki kandungan gizi yang tinggi. Permintaan susu dimasa mendatang akan meningkat sejalan dengan pertambahan jumlah penduduk, peningkatan pendapatan atau daya beli, maupun kesadaran pangan gizi. Di Indonesia setidaknya ada beberapa produsen besar penghasil susu kental manis diantaranya adalah Frisian Flag, Indomilk.

1. Brand Frisian Flag

Frisian Flag Indonesia adalah pemimpin pasar di industri susu Indonesia yang menyediakan produk susu terlengkap untuk setiap tahapan kehidupan mulai dari susu ibu hamil, susu anak-anak dan susu untuk keluarga. Frisian Flag telah menjadi bagian dari pertumbuhan keluarga Indonesia sejak tahun 1922 dengan merek susu pertamanya adalah “Friesche Vlag” atau yang lebih dikenal sebagai Susu Bendera, diimpor dari Cooperative Condensfabriek Friesland di Belanda yang sekarang menjadi Royal FrieslandCampina.

Frisian Flag Indonesia berkomitmen untuk selalu menyediakan produk susu berkualitas dengan rasa lezat, bernilai gizi baik dan harga terjangkau. Saat ini merek susu yang dipasarkan oleh Frisian Flag Indonesia adalah Frisian Flag dan Omela, tersedia dalam bentuk susu kental manis, susu cair UHT dan susu bubuk. Seluruh produk susu Frisian Flag Indonesia diproses di pabrik modern yang telah menerapkan standar Good Manufacturing Practices (GMP): Prinsip-prinsip produksi yang baik dan menggunakan teknologi proses yang modern dengan menerapkan sistem jaminan mutu & keamanan produk yang dijamin oleh sistem Food Safety System Certification (FSSC) serta menerapkan standar produk yang ketat sesuai dengan regulasi yang berlaku.

2. Brand Indomilk

Salah satu perusahaan di Indonesia yang bergerak dalam sektor pengolahan susu (Dairy Manufacture) adalah PT. Indolacto yang berdiri pada tahun 1967. Indomilk adalah produk susu yang diproduksi oleh PT. Indolacto yang berupa Susu Segar, Susu UHT, Susu Bubuk, dan Susu Kental Manis. Jenis susu yang di produksi berupa susu siap minum (RTD)

dan susu yang melalui proses pengolahan. Contohnya Susu Kental Manis dan Susu Bubuk dapat diminum setelah dilarutkan dalam air, atau sebagai topping untuk menambahkan rasa manis.

1.4. Perbandingan Harga Susu di E-commerce

Harga merupakan variabel yang harus dikendalikan secara benar, karena harga sangat berpengaruh terhadap beberapa aspek kegiatan perusahaan, baik menyangkut kegiatan penjualan maupun aspek keuntungan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Maka dari itu beberapa ahli mengemukakan definisi harga. Salah satu pendapat ahli mengatakan bahwa harga jumlah uang yang (kemungkinan ditambah dengan beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya, Stanton (1994). Dengan demikian, harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasarnya. Harga juga dapat mengetahui market share-nya.

Tabel 1. Perbandingan harga produk susu merk Frisian flag dan indomilk di E-commerce Shoope dan Tokopedia.

Merk	Jenis Produk	Kemasan	Harga Shoope	Jual	Harga Tokopedia	Jual
Frisian Flag	UHT Full Cream	Karton Aseftik, 947 ml	Rp. 18.800		Rp. 18.200	
	UHT Coklat	Karton Aseftik, 947 ml	Rp. 20.000		Rp. 20.000	
	UHT Varian Rasa	Karton Aseftik, 225 ml	Rp. 6.300		Rp. 7.500	
	Susu Kental Manis	Pouch, 280 gr	Rp. 12.500		Rp. 11.900	
	Susu kental manis	Kaleng, 490 gr	Rp. 17.000		Rp. 10.000	
	Susu Bubuk Ibu Hamil	Dus, 200 gr	Rp. 32.800		Rp. 48.000	
Indomilk	UHT Full Cream	Karton Aseftik, 1 liter	Rp. 18.500		Rp. 16.800	
	UHT Varian Rasa	Karton Aseftik, 250 ml	Rp. 6.500		Rp. 6.240	
	UHT Kids	Karton Aseftik, 115 ml	Rp. 2.999		Rp. 2.599	
	UHT Korean	Karton Aseftik, 180 ml	Rp. 4775		Rp. 4.800	
	Susu Bubuk	Dus, 400 gr	Rp. 45.000		Rp. 47.000	
	Susu Kental Manis	Pouch, 545 gr	Rp. 16.200		Rp. 16.500	
	Susu Kental Manis	Kaleng, 370 gram	Rp. 13.200		Rp. 13.500	

Jenis-jenis produk yang tersaji pada Tabel 1 merupakan hasil pencarian tertinggi berdasarkan jumlah produk yang terjual. Hasil pencarian produk tersebut dapat menjadi salah satu indikator preferensi konsumen terhadap jenis produk yang paling diminati.

a. Penjualan Susu Bubuk pada E-Commerce

Produk susu bubuk pada Tokopedia dan Shopee menawarkan susu bubuk kambing etawa dan susu bubuk untuk kesehatan seperti Anlene dibandingkan produk susu bubuk dari Indomilk dan Frisian Flag . Penjualan tertinggi susu bubuk Frisian Flag pada salah satu toko di Shoope yaitu sebanyak 10.000 unit dengan harga jual Rp.107.100 per 800 gram, serta rating penjualan 4,9. Sedangkan penjualan tertinggi susu bubuk merk Indomilk di Shoope yaitu 1.700 unit dengan harga jual Rp. 102.900 per 800 gram dengan rating 4,9. Sedangkan Pada platform toko pedia, penjualan susu bubuk tertinggi yaitu pada produk Anlene sebanyak 29.300 unit dengan harga jual Rp. 114.199 per 855 gram, serta rating penjualan 5,0. Penjualan susu bubuk Frisian Flag di Tokopedia yaitu 21.000 unit dengan harga jual Rp. 99.000 per 800 gram dengan rating 5,0. Penjualan susu bubuk Indomilk di Tokopedia yaitu 2.265 unit dengan harga jual Rp. 83.900 per 800 gram dengan rating 5,0. Baik pada Tokopedia maupun Shopee, preferensi konsumen ternyata cenderung menyukai 1 merk produk dengan harga jual dan kuantitas produk yang sama. Preferensi konsumen tersebut salah satunya dapat dilihat pada jumlah produk yang terjual dan rating pembelian. Semakin tinggi produk terjual dan rating pembelian, semakin tinggi pula preferensi dan kepuasan konsumen terhadap suatu produk pada e-commerce.

b. Penjualan Susu Kental Manis pada E-Commerce

Penjualan tertinggi produk susu kental manis merk Frisian Flag pada Shopee yaitu sebanyak 10.00+ unit per 280 gram/pouch dengan rating 4,9. Penjualan tertinggi produk susu kental manis merk Indomilk di Shopee yaitu 5.800 unit dengan harga jual Rp. 20.100 per 545 gram kemasan pouch dengan rating 4,9. Penjualan tertinggi produk susu kental manis merk Frisian Flag pada Tokopedia yaitu sebanyak 2.990 unit per 280 gram/pouch x 6 dengan harga jual Rp. 69.000 dengan rating 4,9. Penjualan tertinggi produk susu kental manis merk Indomilk di Tokopedia yaitu 1.467 unit dengan harga jual Rp. 15.400 per 545 gram kemasan pouch dengan rating 5,0.

c. Penjualan UHT pada E-Commerce

Susu UHT yang dijual pada Tokopedia maupun Shopee dijual dalam kemasan kotak. Penjualan tertinggi susu UHT Frisian flag pada Tokopedia 3.476 unit dengan harga jual Rp 58.800 per 946 ml x 3 dan rating penjualan yang diterima mencapai 4,9. Sedangkan penjualan tertinggi susu UHT Indomilk yaitu 2.600 unit dengan harga Rp. 16.800 per liter dengan rating 4,8.

Era Society 5.0 telah membuka ruang akses yang begitu besar dengan berbagai platform digital yang ditawarkan ke publik sehingga semakin banyak perusahaan yang sadar bahwa perusahaan harus melakukan inovasi terutama dalam bidang pemasaran berbasis digital. Menurut Kasmi dan Candra (2019) e-commerce merupakan salah satu evolusi sistem pemasaran konvensional menjadi digital. E-commerce menurut Hani, dkk (2017), merupakan cara bagi konsumen untuk dapat membeli barang yang diinginkan dengan memanfaatkan teknologi internet. Shabur, dkk (2015) menyatakan bahwa, penggunaan e-commerce memperlihatkan adanya kemudahan bertransaksi, pengurangan biaya dan mempercepat proses transaksi.

Jasa Pengiriman dalam E-Commerce

Digital marketing dengan e-commerce tentu memberikan sistem distribusi yang berbeda dengan pemasaran konvensional. E-commerce biasanya bekerjasama dengan jasa pengiriman barang diantaranya jasa antar barang dalam kota, reguler, dan kargo dimana ongkos pengiriman barang ditanggung oleh konsumen. Berikut merupakan jasa pengiriman barang yang digunakan oleh Tokopedia dan Shopee berdasarkan kategori barang yang dikirim. Jasa Pengiriman Dalam Kota digunakan untuk antar barang yang bersifat mudah basi. Jasa pengiriman ini biasanya hanya memerlukan waktu kurang dari 24 jam dari saat barang di antar hingga diterima oleh konsumen.. Maksimal jarak pengiriman di shopee maupun Tokopedia yaitu 40 km.

Jasa Pengiriman Reguler merupakan jasa antar barang dengan durasi 1 - 5 hari tergantung jumlah order yang masuk. Jasa pengiriman seperti ini biasanya digunakan untuk pengiriman barang yang bersifat tahan lama atau tidak mudah basi. Jangkauan wilayah jasa pengiriman jenis ini lebih luas karena dapat mengantar barang antar kota di seluruh Indonesia. Kargo memiliki kriteria pengiriman barang yang sama dengan reguler, namun biasanya kargo digunakan untuk mengirim barang yang berukuran besar atau volumetris. Seperti jasa pengiriman reguler, kargo tidak menerima pengiriman dengan kategori barang mudah basi.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil pengamatan Produk susu Frisian Flag yang dijual di e-commerce shopee dan Tokopedia lebih diminati masyarakat dibandingkan dengan produk susu dari Indomilk. Produk dari Frisian Flag yang dijual di e-commerce tidak hanya dijual satuan tetapi ada paket bundling dijual lebih murah. E-commerce shopee banyak sekali produk dari Frisian Flag atau pun dari Indomilk yang tidak original seperti susu bubuk yang dijual dengan kemasan plastik bening isinya satu kilo dijual dengan harga murah dan diberi label Frisian Flag atau Indomilk pun dengan produk susu lain seperti Dancow. Contoh lainnya yaitu susu kental manis Frisian Flag yang dijual per 1 kilo dengan kemasan jerigen kecil berwarna putih dengan harga murah.

DAFTAR PUSTAKA

- Permana, A. E. Et al. (2021) 'Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi', Jurnal TEKNOINFO, 15(1), pp. 32-37.
- Mohamad T, F dan Arisandi, D. 2018. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. Jurnal Manajemen Dewantara, 1(2): 62 - 76.
- Shabur, M.M., Heru, S dan Riyadi. Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus pada Toko Pastbrik Kota Malang. Jurnal Administrasi Bisnis, 29(1): 1 – 9
- "Kandungan Gizi Susu UHT: Perbedaan Susu Cair dan Bubuk"
<https://www.dancow.co.id/artikel/1-plus/susu-bubuk-susu-cair-beda-manfaatnya>
diakses pada Januari 2024

"Perbedaan Susu UHT dengan Susu Pasteurisasi, Mana yang Baik?" <https://www.kompas.tv/amp/nasional/297614/perbedaan-susu-uh-dengan-susu-pasteurisasi- mana-yang-baik> Diakses pada Januari 2024.