

PEMANFAATAN COMPARISON PRICING MODEL (MODEL PERBANDINGAN HARGA) PADA E-COMMERCE

Sharipuddin S.Kom, M.Kom
STIKOM Dinamika Bangsa Jambi
Sharip_udin@yahoo.co.id

ABSTRAK

E-Commerce menjadi salah satu pilihan dalam melakukan kegiatan bisnis. E-Commerce mempermudah user dalam melakukan kegiatan jual-beli, sehingga semua perusahaan yang bergerak dibidang jual-beli menggunakan layanan ini. Comparison Pricing Model (model perbandingan harga) mempermudah user / konsumen dalam melakukan pembelian produk karena tersedianya layanan dunia teknologi internet yaitu melalui Web.

ABSTRACT

E-commerce is one of option when conduct a business. User would more easily do transaction by e-commerce. The company could apply the "Comparison Pricing Model" to provide the costumer feature in buying product, the system could develop under internet technology using web.

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman saat ini begitu cepat, sehingga E-Commerce menjadi salah satu pilihan dalam melakukan kegiatan bisnis. E-Commerce mempermudah user dalam melakukan kegiatan jual-beli, sehingga semua perusahaan yang bergerak dibidang jual-beli menggunakan layanan ini.

Di dalam E-Commerce banyak terdapat pembahasan yang menarik dan penting untuk dimengerti, namun kami akan membahas tentang "Comparison Pricing Model", dikarenakan saat ini di dalam sebuah web memiliki banyak Produk sehingga menyulitkan user dalam melakukan pemilihan produk.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah yang dibahas dalam makalah ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Pengenalan *Comparison Pricing Model*
2. Contoh *Comparison Pricing Model*
3. Kesimpulan dari *Comparison Pricing Model*

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dari penulisan makalah ini adalah :

1. Mengetahui apa itu *Comparison Pricing Model*
2. Cara kerja sebuah *Comparison Pricing Model*

1.4 Manfaat Penulisan

Menjadikan pengetahuan bagi pembaca tentang *Comparison Pricing Model*, sehingga memudahkan user dalam melakukan pembelian produk pada sebuah website dengan adanya perbandingan harga.

II PEMBAHASAN

2.1 Comparison Pricing Model (Model Perbandingan Harga)

Comparison Pricing atau perbandingan harga merupakan sebuah model dimana harga jual dari suatu produk ditentukan dari perbandingan antara pendapatan yang di tawarkan dengan kemampuan bersaing produk tersebut. Setiap melakukan pembelian produk, konsumen seringkali dihadapkan pada kondisi dimana tidak dapat menentukan produk yang akan dibeli karena tidak mempunyai informasi yang lengkap, sehingga proses pembelian akan terhambat dan mengakibatkan kurangnya daya jual produk tersebut. Untuk memudahkan proses pencarian terhadap informasi harga barang yang akan dibeli maka dibutuhkan yang namanya "Mesin pencari belanja" dikenal juga sebagai layanan perbandingan harga, layanan ini adalah

sebuah program komputer berbentuk situs web, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pencarian barang dan harga di internet.

Dalam beberapa tahun terakhir, situs perbandingan harga telah menjadi semakin populer di kalangan para pemilik situs online dan pembeli online. Perusahaan internet besar di luar negeri seperti Google, Yahoo, MSN, CNET dan AOL telah menyediakan layanan perbandingan barang dan harga. Ada juga sejumlah perusahaan startup kecil yang mencoba membangun mesin belanja yang lebih baik untuk mengambil ceruk pasar yang sedang berkembang. Salah satu alasan mengapa situs pencari belanja dapat tumbuh begitu pesat, karena sulitnya mendapatkan informasi atas sebuah produk dan harga tertentu lewat sebuah layanan pencarian pada umumnya.

2.2 Cara Kerja Mesin Perbandingan Harga (Price Comparison Site)

Cara kerja sebuah mesin pencari dalam memperoleh informasi produk dari situs pedagang dibagi menjadi dua:

1. Menggunakan web crawler.

Browser web otomatis yang mengikuti setiap pranala yang dilihatnya, namun sulit untuk membangun sebuah mesin perbandingan belanja cara ini, karena informasi dan format situs pedagang sangat bervariasi. Deskripsi produk dan bahkan judul produk dapat bervariasi antara website pedagang, sehingga bisa sulit untuk mesin belanja untuk dapat membandingkan produk yang identik. Selain itu, setiap kali pedagang perubahan format situs web, crawler dapat berhenti bekerja dengan baik. Tentu saja, crawler perlu terus mengunjungi situs pedagang untuk menjamin informasi yang up to date.

2. Data feed" dari situs pedagang.

Data feed adalah pada dasarnya khusus data file yang pedagang mempersiapkan dan membuat tersedia untuk mesin belanja. Keuntungan menggunakan data feed adalah, semua informasi yang disediakan dalam format yang bagus yang mudah untuk mesin belanja untuk memahami dan menganalisa. Ini jauh lebih mudah, lebih cepat dan lebih handal untuk mesin belanja untuk mendapatkan informasi dari feed data daripada dengan mencoba menggunakan web crawler.

2.3 Manfaat Mesin Perbandingan Harga (Price Comparison Site)

Beberapa manfaat yang diperoleh dari penggunaan mesin pencari harga ini, dapat dilihat dari kriteria berikut :

1. Mengetahui siapa menjual apa

Web site perbandingan harga memungkinkan konsumen membandingkan beberapa supplier's di satu website, sehingga konsumen dapat memilih produk dari supplier's yang diinginkannya

2. Mengetahui harga terbaru

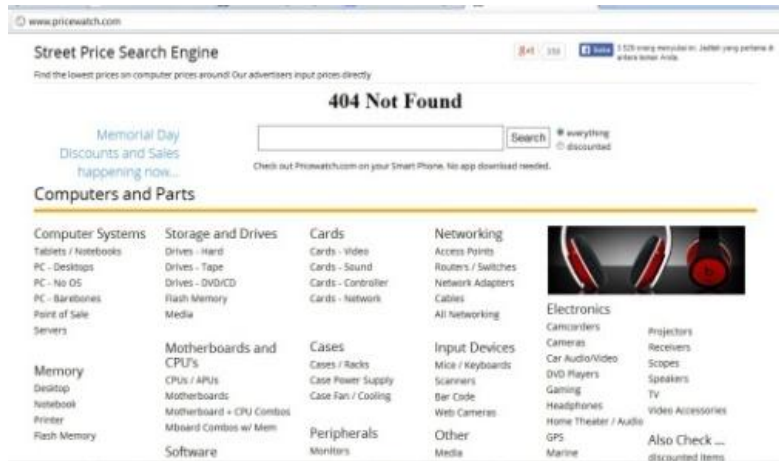
Konsumen dapat mengetahui harga barang terbaru sehingga dapat melihat perbandingan harga suatu produk dengan produk yang lain sehingga memudahkannya dalam memilih.

2.1 Price Comparison Site

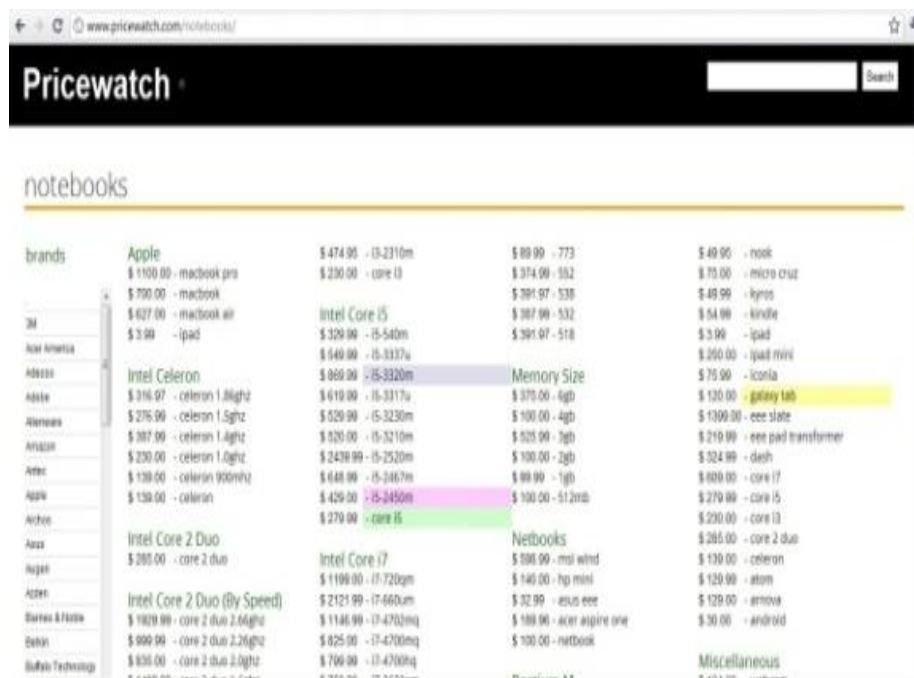
Banyak website yang menyediakan layanan perbandingan harga, baik dari dalam maupun luar Indonesia. Inilah beberapa *Price Comparison site* yang ada dan dapat diakses oleh pengguna.

1. Google Shopping
2. Nextag
3. PriceGrabber
4. Shopping.com
5. Pricewatch

Inilah mesin perbandingan harga dari Pricewatch.com.



Sebagai contoh memilih produk **Tablets / notebooks**, maka semua harga untuk produk notebook akan tertera pada layar konsumen sehingga memudahkan dalam proses perbandingan.



Sedangkan untuk di Indonesia sendiri telah banyak pula bermunculan site untuk perbandingan harga, salah satunya bernama **Pricebook**. Dimulai dengan gadget, Pricebook membantu pembeli online dalam dua aspek, yakni sebagai situs perbandingan produk di mana pengunjung bisa melihat penilaian produk, spesifikasi, ulasan dan thread forum untuk memilih item yang harus dibeli. Metode pencarian kata kunci atau direktori dan rekomendasi akan mendukung proses pemilihan produk. Kedua, Pricebook merupakan situs perbandingan harga. Pricebook menyediakan daftar toko online dalam urutan harga serta menjelaskan setiap merchant dengan rating serta fakta pendukung lainnya.

Pricebook menggunakan tarif terendah sebagai Key Performance Indicator (KPI) utama saat menjalankan pemeriksaan untuk menyaring produk yang terdaftar di tempat yang salah. Untuk memberikan informasi mengenai reputasi produk atau pedagang, jutaan ulasan pengguna dan thread forum akan terakumulasi dan ditampilkan di situs tersebut. Pricebook akan menempatkan penekanan pada penciptaan ruang komunikasi untuk para pengguna maupun mereka yang berminat pada suatu produk serta membagi pengalaman saat menggunakan produk tersebut. Informasi reputasi ini juga akan

mempercepat pertumbuhan Pricebook yang menarik SNS, forum atau pembeli iklan baris yang memprioritaskan kepercayaan terhadap penjual.

Penggunaan desain yang responsif serta aplikasi mobile termasuk dalam strategi Pricebook di masa depan. Pricebook yakin bahwa perusahaan ini akan memiliki banyak ruang untuk memasuki berbagai bidang bisnis. Pihak Pricebook percaya jika ada banyak perbedaan informasi mengenai suatu produk, peran situs perbandingan produk dan harga tersebut akan menjadi sangat penting dalam menyatukan semua fakta-fakta yang ada pada satu wadah.

Salah satu merchant yang bergabung dengan Pricebook adalah Lazada Indonesia. Pricebook adalah situs perbandingan brand dan harga baru dengan algoritma pencarian yang baik dan dikelola oleh para profesional dari sebuah perusahaan terkemuka.

III Kesimpulan

Comparising Pricing Model merupakan model yang memungkinkan para konsumen dapat membandingkan harga-harga produk menggunakan suatu mesin pencari berbentuk Website, sehingga memudahkan dan mempercepat proses pencarian terhadap barang yang diinginkan.

Ada beberapa Website yang memberikan layanan ini, contohnya Pricebook untuk regional Indonesia dan Pricewatch.com untuk layanan internasional.

Daftar pustaka

- [1] Weinstein, Mary. 2013. [http://searchenginewatch.com/article/2097413/The-10-Best-Shopping-Engines/diakses 27mei 2014](http://searchenginewatch.com/article/2097413/The-10-Best-Shopping-Engines/diakses%2027mei%202014)
- [2] Hayes, Mark. 2013. [http://www.shopify.com/blog/7068398-10-best-comparison-shopping-engines-to-increase-ecommerce-sales/diakses 27 mei 2014](http://www.shopify.com/blog/7068398-10-best-comparison-shopping-engines-to-increase-ecommerce-sales/diakses%2027%20mei%202014)
- [3] Hsieh, KC. 2009. http://faculty.weatherhead.case.edu/ritchken/research_stuf/complete_garch1.pdf