

BAB II

TINJAUAN

PUSAT PERDAGANGAN ELEKTRONIKA

II.1. PENGERTIAN DAN BATASAN

II.1.1. Arti Kata Pusat Perdagangan Elektronik

Pusat : diartikan sebagai suatu tempat tertentu dimana aktivitas atau fasilitas terkonsentrasikan. Pusat diartikan sebagai pusat atau bagian tengah.³

Perdagangan : diartikan sebagai :

- perdagangan, pekerjaan, perusahaan, orang yang berniaga, menukarkan.
- Pertukaran satu jenis barang dengan jenis lain atau pertukaran barang komoditi, uang atau barang lain yang berharga.²

Elektronika : Perkataan elektronika berasal dari kata asing *Elect* yang berarti *listrik atau segala sesuatu yang berhubungan dengan listrik*. Dengan demikian maka elektronika dapat diartikan sebagai alat atau perangkat yang memanfaatkan atau menggunakan sumber energi listrik sebagai sumber energi utama.

Dapat dikatakan bahwa elektronika merupakan peralatan otomatis yang didukung oleh tenaga listrik agar bekerja sesuai dengan instruksi yang diberikan seperti menghitung atau mengolah data secara cermat dan memberikan hasil pengolahan.

³ Prof. Dr. J.S. Badudu dan Prof. Mohammad Zain. Ibid. hal. 874.

² Prof Dr. J.S Badudu dan Prof. Sutan Mohammad Zain. Ibid hal. 821.

II.1.2. Definisi Pusat Perdagangan Elektronik

Pusat perdagangan elektronik dapat diartikan sebagai suatu wadah perdagangan dan pelayanan khusus terhadap produk elektronik dan aksesorisnya serta kegiatan pendukungnya secara terpadu yang dipusatkan pada suatu tempat tertentu.

Pusat Perdagangan Elektronik adalah suatu badan swasta yang merupakan wadah perdagangan elektronik didalamnya tercakup pelayanan di bidang informasi, promosi, dan transaksi.

Pada prinsipnya Pusat Perdagangan Elektronik merupakan jaringan kerja yang menyediakan fasilitas dan jasa yang mendukung usaha perdagangan, diantaranya adalah menyalurkan informasi dan perkembangan bagi komoditi-komoditi produk elektronik yang ada di Indonesia.

Dengan demikian Pusat Perdagangan Elektronik merupakan jembatan yang dapat menghubungkan pengusaha-pengusaha yang bergerak dibidang elektronik dengan investor, konsumen maupun pihak lain. Dengan adanya Pusat Perdagangan elektronik, maka perkembangan bisnis perdagangan seperti produk-produk baru, kebijakan dan peraturan baru yang berlaku, trend kebutuhan dan peluang pasar dapat segera diinformasikan kepada masyarakat. Selain itu Pusat Perdagangan Elektronik dapat menjadi wadah promosi dan pemasaran produk bagi masyarakat lokal maupun luar daerah atau pendatang.

II.2. FUNGSI

Pusat Perdagangan Elektronik berfungsi sebagai wahana untuk memusatkan berbagai jenis kegiatan yang berkaitan dengan perdagangan produk elektronik yang

meliputi pameran, penjualan, serta bertujuan memudahkan konsumen dalam memilih dan menentukan produk elektronika yang akan dibeli sesuai dengan kebutuhannya secara efektif dan efisien, disamping itu pula sebagai sarana komunikasi antar kelompok pengusaha elektronika dalam suatu wadah yang terkoordinasi.

Wadah-wadah yang dibutuhkan untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang ada di dalam bangunan Pusat Perdagangan Elektronika sebagai berikut:

a. Wadah Promosi dan Pameran

Pusat Perdagangan Elektronika sebagai wadah promosi merupakan sarana untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi antara pihak produsen, konsumen dan masyarakat umum mengenai informasi produk dalam bentuk penerangan, pemberitahuan dari segala hal yang berkaitan dengan produk elektronika yang diperkenalkan dan ditawarkan. Dengan adanya wadah promosi ini diharapkan dapat menciptakan komunikasi langsung antara pengunjung dengan nara sumber. Wadah ini juga meliputi aspek-aspek pemasaran dan informasi.

b. Wadah Penjualan

Pusat Perdagangan Elektronika sebagai suatu wadah kegiatan penjualan atau transaksi yang merupakan tujuan akhir dari suatu proses pemasaran produk elektronika. Dengan keberadaan wadah ini diharapkan dapat menciptakan kelangsungan dari suatu perundingan dalam menyelesaikan kesepakatan transaksi.

c. Wadah Pendukung

Sebagai wadah yang dapat menunjang kegiatan promosi, perdagangan dalam suatu fasilitas perdagangan, yang meliputi antara lain pelayanan publik, hiburan.

II.3. TUJUAN DAN MANFAAT

II.3.1. Tujuan Pusat Perdagangan Elektronik

Secara umum pengadaan pusat perdagangan elektronik bertujuan :

- Menyerap, menampung dan menyalurkan sebagian besar dari kegiatan perdagangan Elektronik dalam upaya peningkatan investasi dan promosi bagi para pengusaha elektronik .
- Mewadahi kegiatan informasi, promosi dan penjualan produk elektronik secara efektif dan terkoordinir serta sebagai sarana untuk mengembangkan potensi pasar dan memperluas relasi mitra kerja.

II.3.2. Manfaat Pusat Perdagangan Elektronik

a. Bagi Pengusaha

- Sebagai wadah untuk mempromosikan dan memasarkan produk secara efektif dan efisien
- Dapat mengetahui informasi pasar dan sebagai masukan untuk meningkatkan kualitas produk elektronik sesuai keinginan konsumen.
- Sebagai sarana untuk transaksi dan kontak dagang, juga memungkinkan pengusaha untuk mengembangkan usahanya.

b. Bagi Konsumen

- Mempermudah konsumen menghubungi perusahaan untuk mendapatkan suatu produk
- Mempermudah pembinaan dalam peningkatan kemampuan berniaga, sehingga pengusaha lebih siap secara manajemen dan teknis operasional yang pada akhirnya akan ikut meningkatkan pemasukan atau pendapatan daerah.

c. Bagi Pemerintah

- Meningkatkan kualitas dan kuantitas pendapatan daerah dari sektor perdagangan elektronika.

II.4. PELAKU KEGIATAN

Seperti halnya kegiatan yang akan diwadahi, maka pelaku kegiatan yang terlibat dapat dilihat dari kegiatan-kegiatan yang akan diwadahi dan dapat dikelompokkan menjadi :

- **Pengelola** : Sebagai pihak yang mengendalikan operasional Pusat Perdagangan Elektronika, meliputi : aspek manajemen, teknis dan pelayanan servis bangunan.
- **Masyarakat Umum** : adalah konsumen yang membutuhkan produk Elektronika (membeli dan mendapatkan informasi tentang produk elektronika) atau pengunjung yang ingin melihat-lihat dan menggunakan fasilitas penunjang pada pusat perdagangan elektronika seperti internet atau game station.
- **Masyarakat Elektronika** : meliputi antara lain anggota organisasi pengusaha elektronika yang berkaitan dengan promosi. Penjualan dan pelayanan jasa elektronika, lembaga perdagangan dan instansi terkait (penelitian dan pengembangan produk elektronika).

IL.5. MOTIVASI PENGADAAN WADAH

1. Bagi Pengelola

- a. Menyediakan suatu sarana dan fasilitas perdagangan elektronika yang lengkap dan terpadu.
- b. Keinginan sebagai wadah transaksi dan kontak dagang yang memungkinkan pengusaha untuk mengembangkan usahanya.

2. Bagi Masyarakat Umum

- a. Keinginan untuk mendapatkan informasi atau melihat pameran elektronika yang lebih lengkap dan baik.
- b. Keinginan untuk mendapatkan kemudahan dan kelengkapan serta kenyamanan dalam pelayanan promosi, penjualan suatu produk elektronika.

3. Bagi Masyarakat Elektronika

- a. Keinginan untuk mempromosikan dan memasarkan produk elektronika secara efektif dan menguntungkan.
- b. Keinginan untuk mengetahui informasi pasar dan perkembangannya serta tuntutan peningkatan kualitas produk sesuai dengan keinginan konsumen.
- c. Keinginan mendapatkan kemudahan seperti menjadi anggota organisasi/perkumpulan profesi yang akan mendapatkan fasilitas-fasilitas tertentu.
- d. Keinginan untuk selalu mendapatkan informasi-informasi terbaru dari kemajuan teknologi .
- e. Keinginan untuk dapat saling berdiskusi dengan sesama anggota profesi / organisasi.

- f. Keinginan untuk mengevaluasi kemajuan teknologi khususnya teknologi elektronika secara kontinyu.

II.6. PROGRAM KEGIATAN

II.6.1. Tinjauan Kegiatan

Sesuai dengan fungsi dan tujuan utamanya yaitu meningkatkan kegiatan perdagangan dalam bentuk penyediaan sarana informasi, promosi, penjualan dan pelayanan purna jual maka kegiatan Pusat Perdagangan Elektronik yang direncanakan tersebut menyediakan fasilitas dan jasa yang mendukung kegiatan-kegiatan tersebut serta kegiatan penunjang lainnya.

Kegiatan-kegiatan tersebut terbagi atas :

- Kegiatan utama
- Kegiatan Pendukung atau penunjang
- Kegiatan service

Tinjauan kegiatan tersebut diperoleh melalui hasil pemikiran yang dilandasi dengan wawasan terhadap bidang perdagangan elektronika serta pengamatan dilapangan. Secara umum dapat dilihat sebagai berikut:

1. Kegiatan Utama

a. Kegiatan Promosi dan Pameran

Merupakan kegiatan yang bersifat komersial dalam hal pemasaran produk melalui pameran tetap (promosi produk yang ditampilkan oleh tiap-tiap retail) atau pameran yang bersifat temporer (pameran pengendapan produk-produk baru dari elektronika pada waktu tertentu). Kedatangan pengunjung lebih terarah pada satu

kebutuhan sebagai layaknya antara produsen (menawarkan produk, mengenalkan produk baru) dan konsumen (bertanya, mengamati, mencoba, tawar menawar dan membeli)

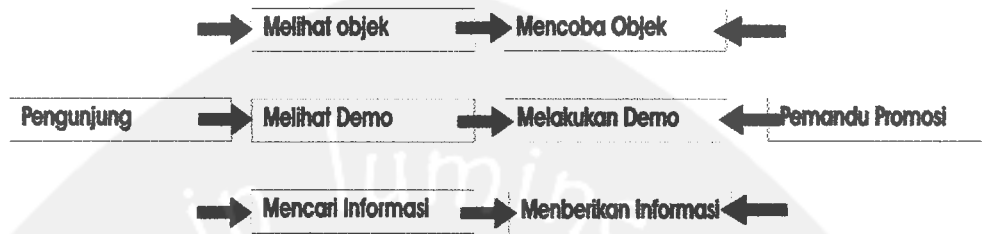


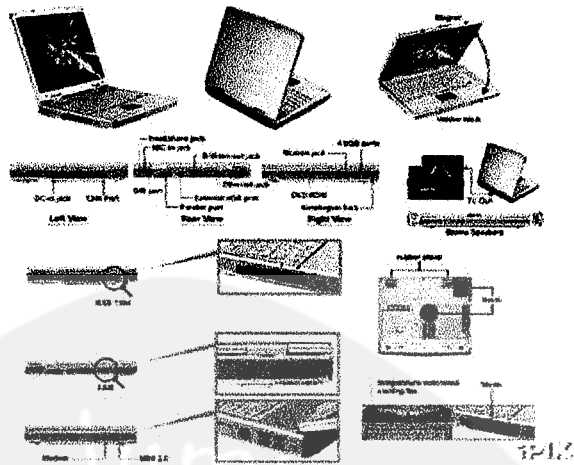
Diagram 1.
Pola Kegiatan Promosi

b. Kegiatan Informasi

Pada kegiatan promosi didalamnya juga meliputi kegiatan informasi guna memperkenalkan teknologi suatu produk baru yang pada akhirnya bertujuan pada proses transaksi.

- Informasi Aktif :

Informasi didapat langsung melalui wawancara dengan pelayanan informasi yang menyajikan data-data mengenai segala hal yang berkaitan dengan dunia elektronika, mulai dari pengetahuan umum elektronika (pengenalan terhadap teknologi terbaru) sampai pada pengetahuan khusus tentang produk-produk elektronika (informasi yang diberikan mengarah pada tuntutan dan kebutuhan tiap-tiap konsumen).



Gambar 1. Contoh Produk Knowledge untuk membantu konsumen menentukan pilihannya

- Informasi Pasif:

Informasi melalui media yang disediakan seperti fasilitas system jaringan komputer masing-masing retail, media visual (video demo), brosur, booklet, dan bulletin.



Gambar 2. Contoh Brosur Promosi Produk elektronik

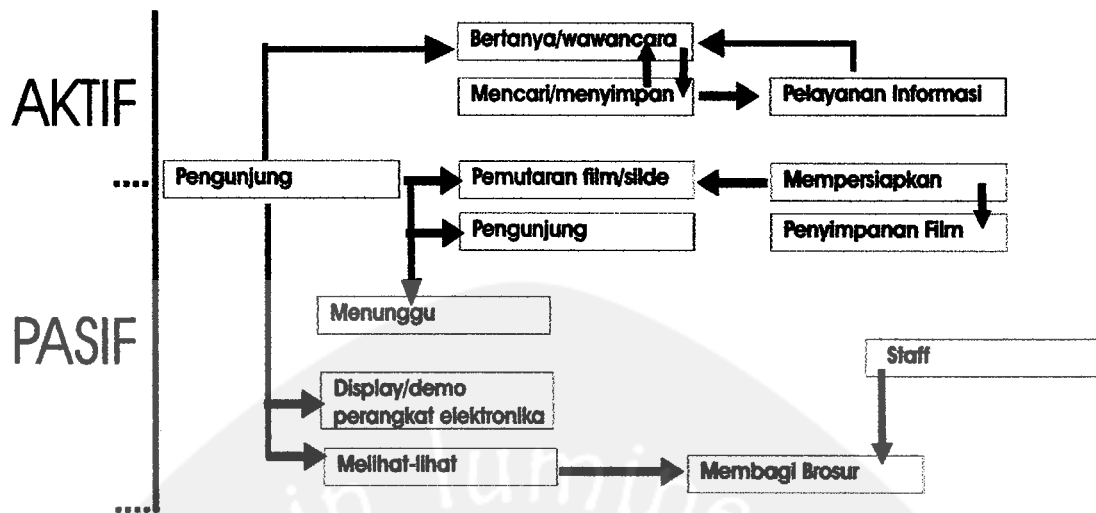


Diagram 2. Pola Kegiatan pada Fasilitas Informasi

c. Kegiatan Transaksi dan Penjualan

Kegiatan transaksi merupakan tujuan akhir dari kegiatan promosi, yaitu kegiatan yang menyangkut kepentingan dua belah pihak antara produsen dengan konsumen dalam tawar menawar (negoisasi) dan kesepakatan harga (deal).

d. Kegiatan Pengelolaan

Berkaitan dengan penanganan operasionalnya Pusat Perdagangan Elektronik yang sangat menentukan kelancaran dari kegiatan didalamnya, yang mencakup kegiatan manajemen dan system pelayanannya.

Karakteristik kegiatan ini adalah:

- mampu mengendalikan operasional Pusat Perdagangan Elektronik dengan system kegiatan yang jelas, praktis dan efektif.
- Mengingat kegiatan pengelola ini merupakan pemandu dari kegiatan-kegiatan yang ada didalam Pusat Perdagangan Elektronik , maka kegiatan tersebut harus mudah dicapai dan dihubungi dari kegiatan utama.

2. Kegiatan Pendukung

Kegiatan pendukung merupakan kegiatan pelengkap pada Pusat Perdagangan Elektronika dalam menunjang kegiatan perdagangan dan pelayanan agar lebih baik dan efektif. Kegiatan penunjang ini dapat dimanfaatkan oleh pengunjung yang datang, pengusaha/pedagang elektronika, anggota organisasi elektronika dan relasi yang terkait.

Kegiatan pendukung ini pada prinsipnya dapat dibagi menjadi dua macam yaitu:

- a. Kegiatan Pendukung Utama
- b. Kegiatan Pendukung Sekunder

a. Kegiatan Pendukung Utama

Kegiatan pendukung utama ini erat kaitannya dengan kegiatan utama dari Pusat Perdagangan Elektronika yaitu:

1. Organisasi dan Pengembangan

- Terdiri dari para anggota organisasi yang aktif dalam wadah asosiasi Pedagang dan Pengusaha bisnis elektronika serta lembaga terkait lainnya.

Dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan yaitu:

- Mengikuti rapat
- Memberikan konsultasi
- Mengamati perkembangan produk dan peluang pasar
- Para konsultan pengembangan produk dan peluang pasar yang akan memonitor perkembangan teknologi perangkat elektronika pada umumnya, maupun kemungkinan-kemungkinan pasarnya.

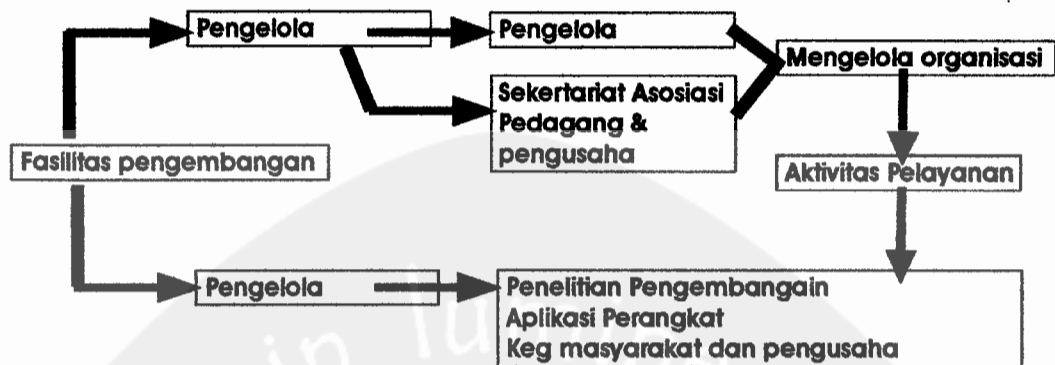


Diagram 3. Pola Kegiatan Pengembangan

b. Kegiatan Pendukung Sekunder

Kegiatan ini merupakan kegiatan tambahan yang melengkapi kegiatan dari Pusat Perdagangan Elektronik, fungsinya untuk menarik minat pengunjung. kegiatan pendukung sekunder ini tidak harus terkait ataupun berhubungan dengan kegiatan utama yaitu perdagangan.

Kegiatan pendukung sekunder ini berupa:

1. Kegiatan hiburan dan permainan

Merupakan kegiatan pelengkap yang dapat dinikmati oleh setiap pengunjung yang datang, diantaranya adalah:

- Computer Game Center
- Game Centre
- Internet Lounge
- Kafetaria
- Pujasera atau Fast Food Restaurant

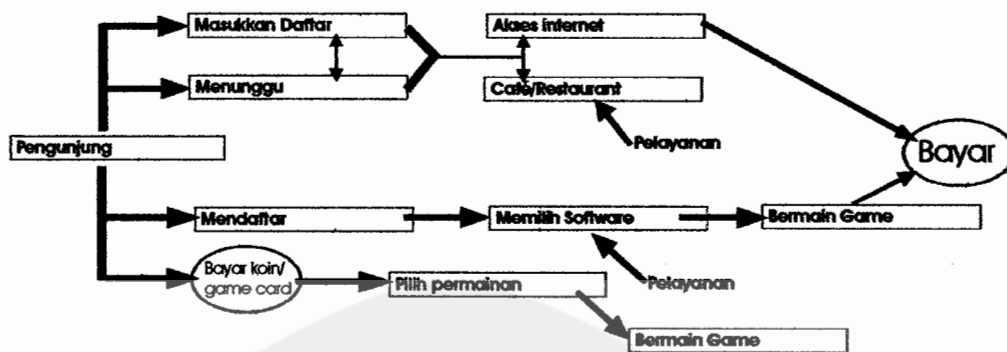


Diagram 4. Pola Kegiatan Hiburan / Rekreatif

2. Kegiatan Service

Kegiatan service adalah kegiatan yang akan memberikan pelayanan kepada pemakai gedung secara umum yang meliputi:

- kegiatan perawatan gedung
- kegiatan system utilitas
- kegiatan keamanan baik didalam maupun diluar gedung
- parkir

II.7. PROGRAM RUANG

Berdasarkan kegiatan yang akan diwadahi dapat diketahui ruang-ruang yang dibutuhkan pada Pusat Perdagangan Elektronik yaitu:

- Promosi

Berfungsi sebagai wadah untuk mempromosikan teknologi produk elektronika dengan menyediakan contoh produk yang pada akhirnya bertujuan pada proses transaksi. Kegiatan promosi ini memiliki karakter terbuka, komunikatif, jelas dan menarik sebagaimana sifat promosi yang berusaha menarik perhatian calon konsumen

untuk datang dan membeli produk yang ditawarkan. Untuk kegiatan promosi ini dibutuhkan suatu ruang / area pameran.

- **Penjualan/ Retail**

Merupakan kegiatan yang menyangkut kepentingan kedua belah pihak yaitu produsen dan konsumen dimana ketenangan dan privacy sangat dibutuhkan. Kegiatan penjualan merupakan tujuan akhir dari kegiatan promosi.

Untuk kegiatan penjualan dibutuhkan :

- **Ruang negosiasi**

Merupakan ruang tempat produsen dan konsumen mengadakan perundingan dalam menyelesaikan kesepakatan transaksi penjualan.

- **Ruang Administrasi**

Merupakan suatu ruang sebagai tempat pembuatan surat perjanjian dan administrasi yang diperlukan pada proses transaksi.

- **Pengelola**

Merupakan kegiatan yang relatif terpisah dari kegiatan promosi dan penjualan (publik), lebih bersifat khusus dan perletakkannya di daerah privat (pada lantai atas / bagian belakang bangunan). Untuk kegiatan pengelolaan dibutuhkan ruang-ruang kantor yang sifatnya administrative dan manajerial. Terdiri dari raung direksi, manajer, administrasi, dan keuangan.

- **Pendukung**

Kegiatan pendukung ini dapat berhubungan dengan secara langsung atau tidak langsung dengan kegiatan lainnya secara umum, dapat juga dipisahkan secara khusus. Untuk kegiatan pendukung ini dibutuhkan, ruang hiburan/permainan, penjualan

software, warung internet, kafetaria/pujasera, fasilitas moneter (counter Bank/ATM), fasilitas service (ruang mekanikal dan elektrikal, plumbing, komunikasi, ruang jaga/keamanan, ruang teknisi, ruang cleaning service, gudang, dan area parkir).

IL.8. KARAKTERISTK PELAKU KEGIATAN

A. Pengunjung

Konsumen atau pengunjung adalah masyarakat yang membutuhkan barang sesuai dengan keinginannya. Pada fasilitas ini pengunjung menginginkan adanya pilihan jenis barang yang banyak, pelayanan yang maksimal dan memuaskan dalam transaksi, serta suasana yang menyenangkan dari penampilan dan tata letak ruang maupun bangunan. Adanya keinginan tersebut menimbulkan tuntutan sebagai berikut:

- Pola sirkulasi ruang yang tidak mengikat agar pengunjung bebas dalam berbelanja dan melihat-lihat.
- Pencapaian yang mudah ke segala arah serta pola sirkulasi yang jelas dan sederhana agar pengunjung tidak mudah kehilangan arah/orientasi.

B. Pedagang / Pengusaha

Pelaku pada fasilitas perdagangan ini umumnya terdiri dari pedagang/pengusaha yang bermodal cukup dengan sasaran konsumen pada ekonomi masyarakat bawah sampai atas. Berdasarkan pengamatan pada perdagangan khususnya elektronika , pelaku perdagangan terdiri dari:

1. Penjaga retail

Kegiatan yang dilakukan oleh penjaga retail ini merupakan faktor yang sangat dominan mereka datang dan pergi pada waktu tertentu yaitu pada saat pagi hari, pada saat pergantian jaga dan pada waktu pulang kerja. Jam kerja biasanya antara pukul 09.00-21.00.

2. pemilik/penyewa retail

pemilik atau penyewa retail pada umumnya menghendaki :

- Pemanfaatan ruang/interior retail yang efisien, dalam arti terdapat ruang yang cukup untuk aktivitas pelayanan sehingga mampu menampung pelayanan semaksimal mungkin.
- Kemudahan dan kelancaran pada bagian service (pelayanan, persiapan dan penyimpanan).
- Segi visual / memamerkan barang pada etalase toko/retail yang dapat meningkatkan daya tarik dan daya saing, sehingga pengunjung tidak hanya lewat tetapi tertarik untuk masuk kedalamnya, yang pada akhirnya diharapkan terjadi transaksi jual beli. Maka perwadahan untuk pelaku harus memperhitungkan aliran pengunjung dan aliran barang (Pergudangan/penyimpanan dan distribusi) agar tidak overlapping kegiatan yang saling mengganggu. Pengaturan interior retail yang efektif dan penyajian barang yang bersifat promotif dan attraktif akan mempengaruhi kesuksesan suatu retail /toko.

C. Pengelola Gedung

Pelaku kegiatan ini tidak banyak mempengaruhi tata ruang yang ada karena jumlah pelaku yang terlibat relatif sedikit dan tidak berkaitan langsung dengan kegiatan perdagangan. Pengelola gedung menginginkan keuntungan yang maksimal dengan cara mengusahakan area yang dijual atau disewakan seluas-luasnya.

II.9. PERSYARATAN, KARAKTERISTIK DAN DAYA TARIK PUSAT PERDAGANGAN ELEKTRONIKA

a. Persyaratan Pusat Perdagangan Elektronik.

Secara umum persyaratan pada Pusat Perdagangan Elektronik adalah:

- pelayanannya terbuka bagi semua konsumen atau pelanggan
- Mempunyai transaksi dalam jumlah barang yang relatif kecil, akan tetapi dengan frekuensi yang tinggi karena transaksi seringkali terjadi
- Menyerap banyak tenaga kerja untuk pelayanan kepada konsumen
- Transaksi pembelian tidak hanya kepada kuantitas barangnya saja melainkan pada kualitasnya juga.

b. Karakteristik pada Pusat Perdagangan Elektronik⁴

- Penanganan suatu bangunan yang tergabung secara arsitektural yang menyediakan tempat untuk penyewa-penyewa terseleksi dan diatur dalam suatu kesatuan manajemen untuk keuntungan penyewa itu sendiri
- Lokasi mudah dicapai dengan entrance dan jalan keluar kendaraan yang jelas dan menyediakan jalur pejalan kaki (pedestrian).

⁴ ULI. Shopping Centre Development Hand Book. (New York : Longman Group Limited 1985.hal 1

- Penyediaan tempat parkir yang cukup sesuai yang dibutuhkan dan diatur sedemikian rupa untuk mendistribusikan pembeli. Jarak tempat parkir tidak terlalu jauh dengan entrance bangunan
- Fasilitas service untuk pengiriman barang.
- Perlengkapan site seperti pertamanan, lampu atau papan reklame dirancang untuk menciptakan suatu keadaan yang menarik sesuai dengan yang diinginkan oleh pemakai gedung tersebut.
- Lingkungan sekitar diharapkan mampu menunjang kenyamanan dalam jual beli
- Suatu hal yang penting dari pusat perdagangan adalah menciptakan suatu kesatuan dari penyewa-penyewa itu sendiri karena mereka berada di bawah satu pengelolaan, selain itu juga pengelola dan penyewa dapat bekerja sama untuk mengembangkan pusat perdagangan tersebut.
- Pusat perdagangan yang berhasil, tidak hanya dilihat dari keuntungannya saja tetapi juga harus merupakan dan menjadi milik masyarakat setempat.

c. Daya Tarik

Daya tarik sebuah pusat perdagangan selain barang-barang yang dijual adalah:

- Penentuan harga yang pantas sesuai dengan kualitas barang
- Kelengkapan barang, kenyamanan dan keamanan yang terjamin
- Kemudahan pencapaian dari suatu retail ke retail lainnya
- Adanya sarana rekreasi atau hiburan yang memadai