



INTISARI

Semakin pesatnya penggunaan internet mendorong bermunculannya perusahaan *e-commerce* di tanah air. Iklim industri yang bergerak cepat dan tingginya kompetisi membuat perusahaan yang berada di sektor tersebut harus terus berinovasi dalam mengembangkan situs maupun aplikasi agar menarik pengguna agar terus menggunakan jasa perusahaan. KLVT sebagai salah satu perusahaan *e-commerce* yang telah berkembang pesat sejak 2012 hingga saat ini terus berusaha mengembangkan produk dan layanan situs serta aplikasi perusahaan agar terus menarik pengguna. Salah satu cara dalam meningkatkan pengguna adalah dengan meluncurkan produk baru di situs maupun aplikasi perusahaan.

Dalam melakukan peluncuran produk baru perlu dilakukan analisis keekonomian untuk mengetahui kelayakan peluncuran produk tersebut ke pasar. Pertumbuhan jumlah pengunjung situs, jumlah penjualan, diskon penjualan, serta *cost of capital* menjadi dasar analisis keekonomian produk baru berupa tiket masuk lokasi wisata ini. Data perkiraan pengunjung dan estimasi pertumbuhan pengunjung, baik yang melakukan pembelian ataupun tidak, penulis dapatkan dari departemen terkait berdasarkan observasi pengunjung aktual yang mengunjungi situs maupun aplikasi perusahaan selama beberapa tahun terakhir.

Setelah dilakukan analisis diperoleh kesimpulan bahwa pada tingkat pertumbuhan pengunjung optimis dan pemberian diskon penjualan yang tepat akan memberikan hasil keekonomian yang terbaik, dengan asumsi diskon penjualan akan meningkatkan pengunjung yang melakukan pembelian melalui website maupun aplikasi perusahaan. Variabel internal yang dapat dikendalikan oleh perusahaan adalah tingkat diskon dan jumlah biaya operasional perusahaan. Sedangkan variabel eksternal yang juga penting bagi hasil keekonomian namun tidak dikendalikan oleh perusahaan adalah jumlah pengunjung yang melakukan pembelian melalui situs ataupun aplikasi yang dimiliki perusahaan.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa perusahaan akan memperoleh hasil keekonomian maksimal dengan memberikan diskon penjualan 15%, dengan asumsi diskon penjualan tersebut akan meningkatkan jumlah pengguna yang menggunakan situs web atau aplikasi perusahaan.

Kata kunci: analisis keekonomian, produk baru, e-commerce



ABSTRACT

The rapid use of internet encourages the rapid growth of e-commerce companies within the countries. The fast-moving industry and the highly competitive make companies within the sector should continue to innovate in developing the company's sites and applications to attract users to continue to use the services from the company. KLVT as one of the fastest growing e-commerce companies since 2012 to date is continuously trying to develop the products and services of the company's site and applications to continue to attract users. One way to improve users is to launch new products on the company's site or app.

In launching a new product, it is necessary to conduct an economic analysis to determine the feasibility of launching the product to the market. The growth of the number of site visitors, amount of sales, and sales discounts became the basis of economic analysis of the new products in the form of ticket location's admissions. The data of visitor estimates and the estimated growth of visitors are obtained from related departments within the company based on actual visitor observations who visited the site or company application over the past few years.

After analysis, it can be concluded that the best economic result is obtained at the optimistic visitor's growth rate, and sales discount could give the company a better economic result assuming the sales discount would attract more user for the company's site or app. Internal variables that can be controlled by the company is the level of discount and the amount of daily operational costs of the company. While the external variables that are crucial for the economic outcomes but uncontrollable by the company are the number of visitors who make purchases through the site or company application.

This research reveals that the company will earn a maximum economic outcome by giving a 15% sales discount, assuming the sales discount would increase numbers of user using the company's website or application.

Keywords: economic analysis, new product, e-commerce