

## ABSTRACT

DONGGUNN JAINUR RAHMAN (01081170011)

### **BUSINESS TO CONSUMER E-COMMERCE PLATFORM LOCALIZED FOR KOREANS RESIDING IN INDONESIA**

126 pages: 103 figures, 17 tables, 3 appendices

This thesis proposes a solution for business-to-consumer e-commerce platform aimed at Koreans residing in Indonesia, enhancing an existing community-based sales process. This study investigates the current pain points experienced by users by examining e-commerce digital behavior and sales processes of the existing system. Employing a qualitative approach, the research involves conducted interviews and surveys of both buyer and seller users. The data collected were analyzed through various studies and primary research methodologies to understand the current process and sales system as well as development of the proposed system by implementing a rapid application development method to enable faster development in a short time frame.

The findings reveal that users are more inclined to switch to a sales-oriented platform, despite the old platform's decade-long existence, due to improvements in security, information architecture, UI/UX and navigation accessibility, and analytics systems. Users showed a preference for the new system as it provides a more user-friendly display of information, digitalized order tracking, and efficient order management. This study contributes to the field of Information Systems by demonstrating that digitalization is highly valued when it enhances day-to-day operations by providing greater value and efficiency.

*Keywords:* e-commerce, business-to-consumer, digital behavior, sales process, information systems, digitalization, user experience.

References: 31 (2001 – 2020)

## ABSTRAK

DONGGUNN JAINUR RAHMAN (01081170011)

### **PLATFORM E-COMMERCE BISNIS-KE-KONSUMEN YANG DILOKALISASI KHUSUS ORANG KOREA YANG MENETAP DI INDONESIA**

126 halaman: 103 gambar, 17 tabel, 3 lampiran

Tesis ini mengusulkan solusi untuk *platform* e-commerce bisnis-ke-konsumen yang ditujukan untuk orang korea yang tinggal di Indonesia, dengan meningkatkan proses penjualan berbasis komunitas yang ada di saat ini. Tesis ini menganalisis *painpoint* yang dialami oleh pengguna dengan peninjauan perilaku *digital e-commerce* dan proses penjualan dari system yang ada. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan penelitian yang melibatkan wawancara dan survei dari pengguna pembeli dan penjual. yang dikumpulkan dianalisis melalui berbagai studi dan metodologi penelitian primer untuk memahami proses dan system penjualan saat ini. Sistem yang diusulkan dikembangkan dengan metode rapid application development agar dapat diselesaikan dalam waktu singkat.

Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa pengguna lebih cenderung beralih ke platform yang lebih berorientasi penjualan, meskipun platform lama telah ada selama satu decade, karena peningkatan dalam keamanan, arsitektur informasi, UI/UX dan aksesibilitas navigasi, dan system analitik. Pengguna menunjukkan preferensi untuk system baru karena menyediakan tampilan informasi yang lebih ramah pengguna, pelacakan pesanan yang didigitalisasi sangat diharagi Ketika meningkatkan operasi sehari-hari dengan menyediakan nilai dan efisiensi yang lebih besar.

*Kata kunci:* e-commerce, penjualan bisnis-ke-konsumen, proses penjualan, sistem informasi, digitalisasi, pengalaman pengguna

Referensi: 31 (2001 – 2020)