



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN – PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-SK/S/III/2022

ANALISIS EFEKTIVITAS PENERAPAN
WAREHOUSE MANAGEMENT SYSTEM (WMS)
DALAM MENOPANG OPERASI *E-COMMERCE* IND
ONDERDIL

Skripsi

Oleh

Ricco Ivan Lee

6081901110

Bandung

2023



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN – PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/III/2022

ANALISIS EFEKTIVITAS PENERAPAN
WAREHOUSE MANAGEMENT SYSTEM (WMS)
DALAM MENOPANG OPERASI *E-COMMERCE* IND
ONDERDIL

Skripsi

Oleh

Ricco Ivan Lee

6081901110

Pembimbing

Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D

Bandung

2023

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Ricco Ivan Lee
Nomor Pokok : 6081901110
Judul : Analisis Efektivitas Penerapan *Warehouse Management System (WMS)* Dalam Menopang Operasi *E-Commerce*
IND ONDERDIL

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 10 Januari 2023
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. James Rianto Situmorang, Drs., M.M. : 

Sekretaris

Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D : 

Anggota

Dian Sadeli, S.E., M.Ak : 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ricco Ivan Lee
Nomor Pokok : 6081901110
Jurusan/Program Studi : Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana
Judul : Analisis Efektivitas Penerapan *Warehouse Management System* (WMS) dalam Menopang Operasi *E-Commerce* IND ONDERDIL

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggungjawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 27 Desember 2022



Ricco Ivan Lee

ABSTRAK

Nama : Ricco Ivan Lee

NPM : 6081901110

Judul : Analisis Efektivitas Penerapan *Warehouse Management System* (WMS)

dalam Menopang Operasi *E-Commerce* IND ONDERDIL

Perkembangan digital bisnis yang semakin berkembang dan Pandemi Covid-19 mengakibatkan banyak perusahaan yang telah bertransformasi ke digital bisnis seperti Perusahaan IND ONDERDIL yang sudah bertransformasi ke digital bisnis dengan memanfaatkan platform *e-commerce* sebagai saluran penjualan. Dalam menjalankan bisnis melalui *e-commerce* IND ONDERDIL menggunakan aplikasi omnichannel Jubelio. Dalam aktivitas bisnis IND ONDERDIL saat ini terdapat pembatalan pesanan yang dilakukan oleh IND ONDERDIL dan membutuhkan kecepatan waktu dalam memproses setiap pesanan. Maka dari itu IND ONDERDIL menggunakan *Warehouse management system* yang terdapat pada aplikasi Jubelio diharapkan dapat meningkatkan ketepatan jumlah barang dan waktu dalam memproses setiap pesanan.

Penelitian ini memfokuskan pada efektivitas dari penggunaan *warehouse management system* terhadap waktu dalam memproses setiap pesanan dan ketepatan jumlah barang yang terdapat pada penyimpanan. Jenis penelitian ini adalah analisis deskriptif, metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Operasionalisasi variable efektivitas memiliki 2 kriteria yaitu efektivitas ketepatan waktu proses dan efektivitas ketepatan jumlah barang.

Dalam penelitian menyimpulkan bahwa penggunaan *warehouse management system* dalam efektivitas waktu proses setiap pesanan dan ketepatan jumlah barang di IND ONDERDIL sudah efektif dan ideal. Untuk meningkatkan ketepatan jumlah barang perlu melakukan stok opname secara rutin dan melakukan pelatihan SDM untuk meningkatkan waktu proses IND ONDERDIL sehingga meningkatkan performa perusahaan.

Kata Kunci: Efektivitas, *Warehouse Management system*, *E-Commerce*

ABSTRACT

Name : Ricco Ivan Lee

NPM : 6081901110

Title : *Analysis of the Effectiveness of Warehouse Management System (WMS) Implementation in Supporting IND ONDERDIL's E-Commerce Operations*

The development of digital business is growing and the Covid-19 Pandemic has resulted in many companies having transformed into digital business, such as the IND ONDERDIL Company which has transformed into a digital business by utilizing e-commerce as a sales channel. In running a business through e-commerce using the Jubelio omnichannel application. In the current IND ONDERDIL business activities there are order cancellations made by IND ONDERDIL and it requires speed in processing each order. Therefore IND ONDERDIL uses the Warehouse management system contained in the Jubelio application, which is expected to increase the accuracy of the number of items and the time in processing each order.

This research focuses on the effectiveness of using the warehouse management system on the time in processing each order and the accuracy of the number of items in storage. This type of research is descriptive analysis, the research method used is a quantitative method with a case study approach. Data collection techniques used are observation and interviews. The operationalization of the effectiveness variable has 2 criteria, namely the effectiveness of the timeliness of the process and the effectiveness of the accuracy of the number of items.

Research concludes that the use of the warehouse management system in the effectiveness of processing time for each order and the accuracy of the quantity of goods at IND ONDERDIL is effective and ideal. To improve the accuracy of the number of items, it is necessary to carry out routine stock taking and conduct HR training to increase IND ONDERDIL processing time so as to improve company performance.

Keywords: *Effectiveness, Warehouse Management System, E-Commerce*

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan yang maha esa atas karunia dan rahmatnya peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah ini yang berjudul “Analisis Efektivitas Penerapan *Warehouse management system* (WMS) Dalam Menopang Operasi *E-commerce* IND ONDERDIL” dengan baik dan tepat waktu.

Peneliti juga ingin berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung peneliti selama proses pengerjaan karya ilmiah ini sehingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya telah memberikan kesempatan dan segala kelancaran untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikiran sehingga dapat mengarahkan dalam memberikan saran dan petunjuk kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
3. Thomas Fredy dan Elan Elawati selaku kedua orang tua penulis karena telah memberi semangat, motivasi, mendoakan, merawat, penulis selama ini dengan tulus, dan selalu memberikan kebutuhan material penulis selama penyusunan skripsi.
4. Richter Linardi selaku kakak kandung dari penulis atas dukungan yang di berikan baik moril maupun materil selama proses perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi.

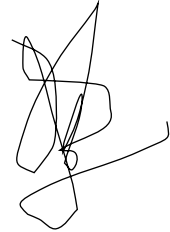
5. Kepada Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.
6. Kepada Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si., selaku Ketua Program Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang sudah meluangkan waktu untuk memberikan persetujuan atas skripsi ini.
7. Kepada Lidwina Erika yang selalu menemani penulis, memberikan semangat dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan proses perkuliahan dan penyelesaian skripsi.
8. Kepada Pak Valentino Tehupeiry sebagai general manager pada perusahaan penulis dalam melakukan kegiatan magang, atas dukungan dan saran yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada teman seperjuangan selama perkuliahan Rivaldi Ragiel, Sebastian Phratama, dan Tony Wongso yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
10. Kepada Sean Kristian Anderson, William Hartanto, Nicolas Don Bosco, Samuel Axel Christian Tanto, dan Ivan Alexander atas dukungan serta pertemanan yang diberikan sejak penulis baru datang di Bandung hingga sekarang saat penulis menyelesaikan pendidikan di perkuliahan.
11. Kepada Victor Aloysius dan Josevian Erris yang telah membantu penulis dalam memberikan saran dan masukan.

Peneliti menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Hal tersebut disadari karena adanya keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki

oleh peneliti. Besar harapan peneliti, penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mendapat banyak pelajaran, motivasi dan bantuan berupa bimbingan yang berharga dari berbagai pihak baik dalam pelaksanaan maupun hingga penyusunan laporan skripsi.

Bandung, 27 Desember 2022

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Ricco Ivan Lee

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Permasalahan	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Objek Penelitian	5
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI	10
2.1 Retail	11
2.2 <i>E-Commerce</i>	12
2.2.1 Jenis-jenis <i>E-Commerce</i>	13
2.2.2 Kelebihan <i>E-Commerce</i>	14
2.2.3 Sistem <i>E-Commerce</i>	15
2.2.4 Daftar <i>E-Commerce</i> di Indonesia	16
2.3 <i>Supply Chain Management</i>	20
2.3.1 Manfaat <i>Supply Chain Management</i>	20
2.3.2 Prinsip-prinsip <i>Supply Chain Management</i>	22
2.3.3 Komponen <i>Supply Chain Management</i>	23
2.4 Proses <i>Warehouse</i>	25
2.4.1 Pengertian <i>Warehouse</i>	25
2.4.2 Jenis-jenis <i>Warehouse</i>	25
2.4.3 Manfaat <i>Warehouse</i>	27
2.5 <i>Warehouse Management System (WMS)</i>	29
2.5.1 Tipe <i>Warehouse Management System</i>	30
2.5.2 Teknologi	31

2.5.3 Omnichannel	32
2.5.4 Aplikasi <i>Warehouse Management System</i> : Jubelio.....	33
2.6 Efektivitas	35
2.6.1 Ukuran Efektivitas	35
2.7 Penelitian Terdahulu	38
2.8 Metodologi Penelitian	39
2.8.1 Jenis Penelitian.....	39
2.8.2 Metode Penelitian.....	40
2.8.3 Model Penelitian	41
2.8.4 Operasionalisasi Variabel.....	43
2.8.5 Teknik Pengumpulan Data	44
2.8.6 Sumber Data.....	44
2.8.7 Teknik Analisis Data.....	45
BAB III HASIL DAN TEMUAN	46
3.1 Profil IND ONDERDIL	46
3.2 Proses Bisnis IND ONDERDIL	47
3.3 Jubelio	51
3.4 <i>Warehouse Management System</i>	53
3.4.1 Efektivitas Waktu Proses	53
3.4.2 Efektivitas Ketepatan Jumlah Barang	61
3.5 Efektivitas <i>Warehouse Management System</i>	70
3.5.1 Efektivitas Waktu Proses	71
3.5.2 Efektivitas Ketepatan Jumlah Barang	73
3.6 Temuan.....	83
BAB IV KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI DAN IMPLIKASI.....	86
4.1 Kesimpulan	86
4.2 Rekomendasi	87
4.3 Implikasi.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Kunjungan Situs E-Commerce Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19.....	2
Gambar 1. 2 Logo IND ONDERDIL.....	7
Gambar 1. 3 Toko Shopee IND ONDERDIL	7
Gambar 1. 4 Toko Bukalapak IND ONDERDIL.....	7
Gambar 1. 5 Toko Tokopedia IND ONDERDIL.....	8
Gambar 1. 6 Toko JD.ID IND ONDERDIL	8
Gambar 1. 7 Toko Blibli IND ONDERDIL.....	8
Gambar 1. 8 Toko Lazada IND ONDERDIL	9
Gambar 1. 9 Website Resmi IND ONDERDIL.....	9
Gambar 1. 10 E-Commerce yang digunakan IND ONDERDIL.....	9
Gambar 3. 1 Ketentuan Lazada.....	80
Gambar 3. 2 Ketentuan Lazada.....	82

DAFTAR TABEL

Table 2. 1 Operasionalisasi Variabel	43
Tabel 3. 1 Waktu Proses Setiap Pesanan di Tokopedia	54
Tabel 3. 2 Waktu Proses Setiap Pesanan Shopee.....	56
Tabel 3. 3 Waktu Proses Setiap Pesanan Shopee Mall	57
Tabel 3. 4 Waktu Proses Setiap Pesanan Lazada.....	59
Tabel 3. 5 Waktu Proses Setiap Pesanan Lazada Mall	60
Tabel 3. 6 Jumlah Transaksi di Tokopedia	62
Tabel 3. 7 Jumlah Transaksi Shopee.....	64
Tabel 3. 8 Jumlah Transaksi Shopee Mall	65
Tabel 3. 9 Jumlah Transaksi Lazada	67
Tabel 3. 10 Jumlah Transaksi Lazada Mall	68
Tabel 3. 11 Tingkat Pembatalan Pesanan di Tokopedia	73
Tabel 3. 12 Tingkat Pembatalan Pesanan di Shopee.....	75
Tabel 3. 13 Tingkat Pembatalan Pesanan di Shopee Mall	77
Tabel 3. 14 Tingkat Pembatalan Pesanan di Lazada.....	79
Tabel 3. 15 Tingkat Pembatalan Pesanan Lazada Mall	81

BAB I

PENDAHULUAN

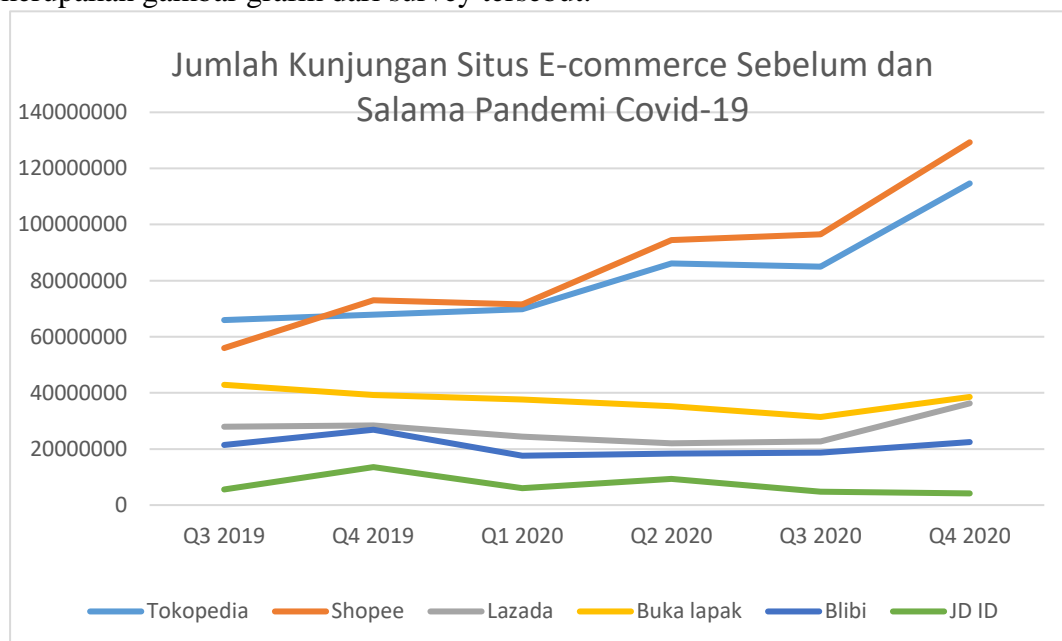
1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang tumbuh semakin cepat dan canggih membuat seluruh perusahaan memanfaatkan perkembangan teknologi, untuk dapat memudahkan perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnis seperti pemasaran dan operasional. Perkembangan teknologi saat ini dalam digital bisnis sudah di terapkan oleh perusahaan atau pelaku bisnis dalam mengembangkan usaha dan bertransformasi digital, salah satu contoh perusahaan yang sudah bertransformasi kearah digital adalah Perusahaan IND ONDERDIL yang bergerak dalam usaha retail yang menyediakan sukucadang kendaraan roda dua (sepeda motor) dengan menggunakan teknologi digital bisnis.

Peneliti menemukan tiga data yang mendukung argumentasi awal tersebut. Perusahaan IND ONDERDIL merupakan perusahaan retail yang menerapkan digital bisnis dengan memanfaatkan platform *e-commerce* seperti Tokopedia, Lazada, Shopee, Shopee mall, Buka Lapak, Blibli, Jd.id dan Lazada mall, sebelumnya perusahaan IND ONDERDIL masih menggunakan system konvensional yang memiliki sales dan toko secara offline dengan nama IND SPAREPART, lalu pada tahun 2018 perusahaan Ind Sparepart terjun ke dunia bisnis digital dengan menjual produk yang dimiliki perusahaan menggunakan *e-commerce* dengan nama lain IND ONDERDIL.

Pada tahun 2020 munculnya pandemi Covid-19 membuat Perusahaan Ind Onderdil memfokuskan penjualannya secara digital, karena pandemi covid-19

membuat masyarakat harus mengikuti kebijakan pemerintah PSBB (Pembatasan Sosial Berskala besar) untuk menghindari penularan virus covid-19, pembatasan yang di himbau pemerintah membuat masyarakat tidak bebas dalam melakukan kegiatan atau berpergian pada saat pandemi. Kondisi pandemi ini memicu munculnya kebiasaan baru yang dilakukan oleh masyarakat yang bertujuan untuk beradaptasi dengan kondisi saat ini. Dimasa pandemi masyarakat mulai melakukan pembelian produk sehari-hari secara online dengan menggunakan *e-commerce*. Berdasarkan hasil survei dari website Insight di ketahui jika jumlah pengunjung di situs *e-commerce* mengalami peningkatan secara signifikan, gambar dibawah ini merupakan gambar grafik dari survey tersebut:



Gambar 1. 1 Jumlah Kunjungan Situs E-Commerce Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19

Sumber: Data di olah dari (Insights, 2022)

Melalui data perhitungan kuartal di atas diketahui jika pengunjung *e-commerce* mengalami peningkatan konsumen dalam pembelian barang, saat ini *e-commerce* yang mengalami peningkatan pengunjung di saat pandemi yaitu

Tokopedia, Shopee, dan Lazada. Pada tahun 2019 hingga 2020 Tokopedia mengalami peningkatan pengunjung sebesar 59% atau setara dengan 114.6 juta pengunjung dan di tahun yang sama *e-commerce* Shopee mengalami peningkatan pengunjung sebesar 56% atau setara dengan 129,3 juta pengunjung dan pada *e-commerce* Lazada di tahun yang sama mengalami peningkatan pengunjung sebesar 78% atau setara dengan 36.260.600. Sedangkan *e-commerce* lain seperti Blibli, Jd.id, dan buka lapak jumlah pengujung cenderung stabil. Maka dari itu IND ONDERDIL menggunakan memfokuskan penjualan kepada tiga *e-commerce* tersebut sebagai saluran penjualan dalam menjual produknya karena memiliki jumlah pengunjung *e-commerce* terbesar di Indonesia.

Dalam menjalankan bisnis penjualan melalui *e-commerce* diperlukan aplikasi *omnichannel* dalam mengkoordinasi setiap alur masuk dan keluar produk kurang lebih sebanyak 3000 produk serta dalam satu bulan IND ONDERDIL mendapatkan lebih dari 60.000 transaksi penerimaan pesanan. Oleh karena itu IND ONDERDIL memilih aplikasi Jubelio karena terdapat fitur *warehouse management system* dalam mengatur alur masuk dan keluar produk untuk membantu aktivitas bisnis IND ONDERDIL yang terdiri dari penerimaan barang, penyortiran kondisi barang dari supplier, pemberian barcode dan pengemasan produk sesuai standar IND ONDERDIL, dan proses pengiriman produk kepada konsumen. Dengan kondisi IND ONDERDIL saat ini masih terdapat jumlah transaksi yang dibatalan pesanan oleh IND ONDERDIL dikarenakan stok kosong, oleh karena itu Perusahaan harus mengatur persediaan barang sehingga konsumen dapat menerima informasi jumlah barang secara *up-to date* di masing-masing

platform *e-commerce*, karena sering terjadi kesalahan update jumlah persediaan barang secara *real* sehingga berdampak pada pembatalan transaksi oleh IND ONDERDIL dikarenakan persediaan barang yang kosong. IND ONDERDIL juga memerlukan kecepatan waktu dalam memproses setiap pesanan yang dilakukan oleh konsumen karena setiap *e-commerce* memiliki target waktu maksimal dalam memproses pesanan, maka dari itu IND ONDERDIL memerlukan *warehouse system management* dalam menjalankan kegiatan operasional pada perusahaan agar lebih efektif dan memberikan pelayanan lebih maksimal terhadap konsumen.

Maka dari itu penelitian ini memfokuskan analisa penggunaan efektivitas dari aplikasi Jubelio terhadap waktu dalam memproses pesanan dan ketepatan jumlah barang yang tersedia pada *warehouse*.

1.2 Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan di atas,Perusahaan Ind Onderdil merupakan perusahaan yang menyediakan produk sukucadang kendaraan roda dua (sepeda motor) yang telah bergerak di bisnis digital melalui platform *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, Shopee mall, Lazada, Buka Lapak, Blibi, Jd.id dan Lazada Mall. Perusahaan Ind Onderdil menggunakan *Warehouse System Management* dari aplikasi Jubelio untuk mengoptimalkan kegiatan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui *e-commerce*, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang:

1. Bagaimana efektivitas *Warehouse Management System* terhadap digital bisnis melalui platform *E-Commerce*?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu terhadap identifikasi masalah di atas maka dapat dirumuskan bahwa tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui efektivitas *Warehouse Management System* terhadap digital bisnis melalui platform *E-Commerce*.

1.4 Objek Penelitian

Perusahaan IND ONDERDIL merupakan perusahaan yang bergerak di bisnis digital dengan menyediakan kebutuhan akan suku cadang kendaraan roda dua (sepeda motor) yang berdiri pada tanggal 1 Maret 2006 dengan nama IND SPAREPART. IND SPAREPART merupakan Perusahaan distributor suku cadang kendaraan beroda dua (sepeda motor). IND SPAREPART memiliki armada penjualan sendiri untuk melayani penjualan suku cadang sepeda motor baik ke grosir maupun toko retail sukucadang sepeda motor. Kehadiran Perusahaan Ind Sparepart tidak lepas dari peranan ALPA SPAREPART yang telah membangun usaha manufaktur dan distribusi sukucadang sepeda motor ini sejak tahun 1985.

Pada tahun 2018 dengan perkembangan teknologi maka Perusahaan IND SPAREPART terjun ke Bisnis digital melalui *e-commerce* dengan nama IND ONDERDIL. IND ONDERDIL melakukan penjualan melalui beberapa *e-commerce* yaitu Tokopedia, Shopee, Lazada, buka lapak, Blibli, Jd.id dan Laz Mall, Ind Onderdil juga melakukan penjualan melalui media sosial (Facebook dan Instagram) dan website Ind Onderdil www.indonderdil.com yang dapat di akses

oleh konsumen yang membutuhkan suku cadang kendaraan roda dua (sepeda motor), produk yang dimiliki perusahaan sejumlah 3000 item. Perusahaan IND ONDERDIL memiliki kantor offline yang beralamat Kopo Mas Regency Blok G8, Bandung.

a. Perusahaan Ind Onderdil memiliki visi dan misi:

VISI:

Menjadi Penyedia Suku Cadang Sepeda Motor yang Terbaik melalui perdagangan elektronik (*E-Commerce*) menggunakan internet.

MISI:

1. Menyediakan Suku cadang sepeda motor dengan harga dan kualitas yang sesuai ke konsumen akhir melalui *marketplace*, *website*, dan media sosial yang tersedia.
2. Memberikan pelayanan purna jual secara maksimal kepada konsumen akhir untuk menjamin kepuasan bertransaksi online.
3. Memberdayakan karyawan sesuai dengan kapasitas dan kemampuannya dengan mengutamakan nilai-nilai kejujuran, kerja keras, dan kerja tim.
4. Bekerja sama baik dengan usaha mikro, kecil, dan menengah maupun dengan pemasok lainnya untuk menyalurkan suku cadang sepeda motor buatan Indonesia ke jaringan pemasaran *online* yang tersedia. Bekerja sama dengan institusi pendidikan dan masyarakat sekitar dalam penyerapan tenaga kerja.

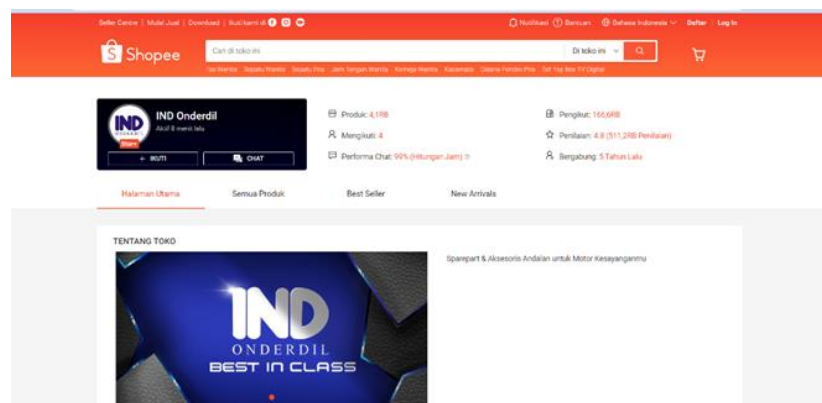
b. Logo Perusahaan



Gambar 1. 2 Logo IND ONDERDIL

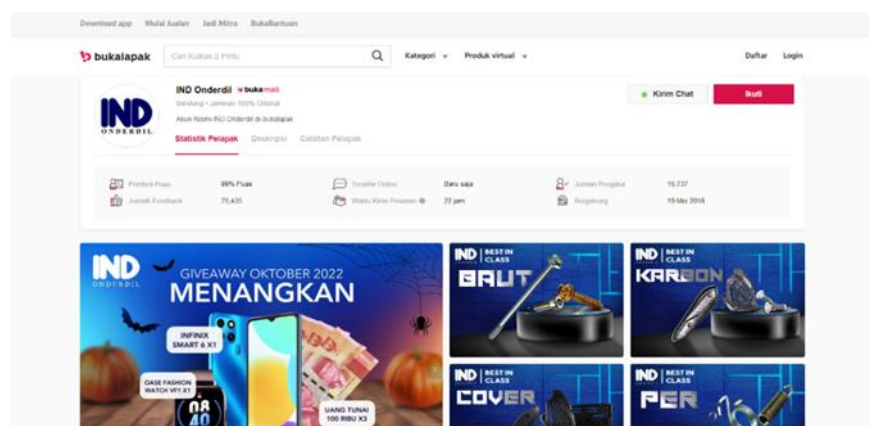
Sumber: (IND ONDERDIL, 2022)

c. Toko E-Commerce IND ONDERDIL



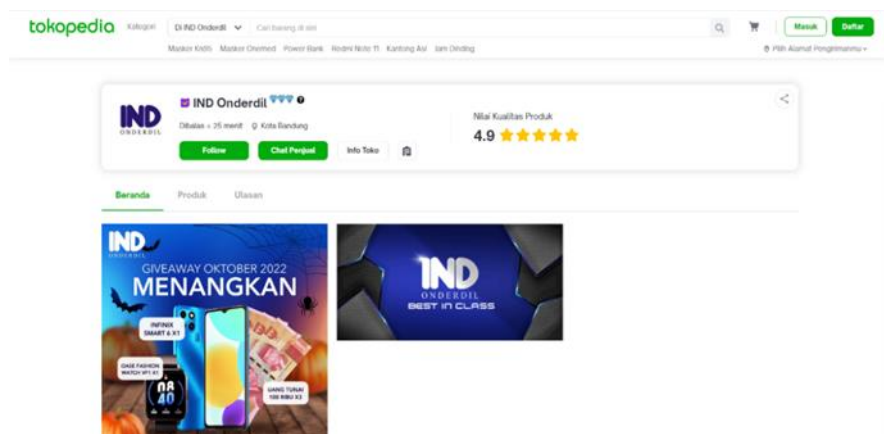
Gambar 1. 3 Toko Shopee IND ONDERDIL

Sumber: (IND ONDERDIL, 2022)



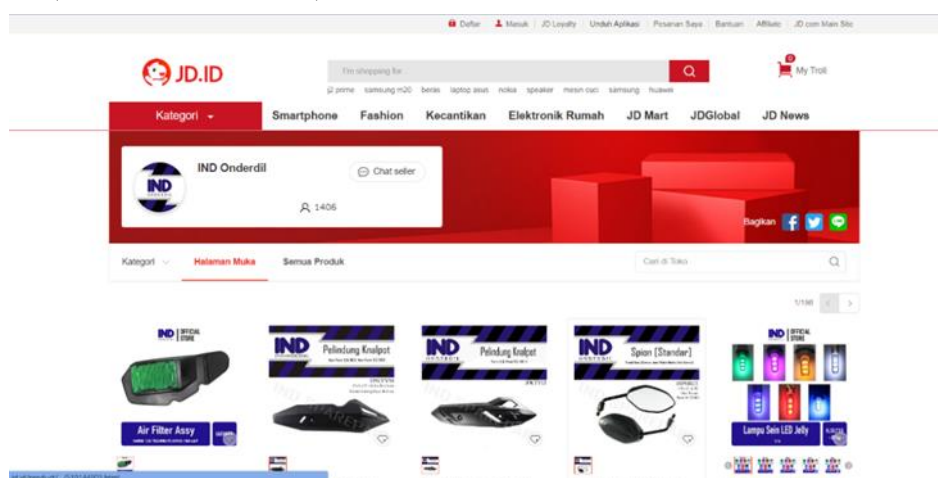
Gambar 1. 4 Toko Bukalapak IND ONDERDIL

Sumber: (IND ONDERDIL, 2022)



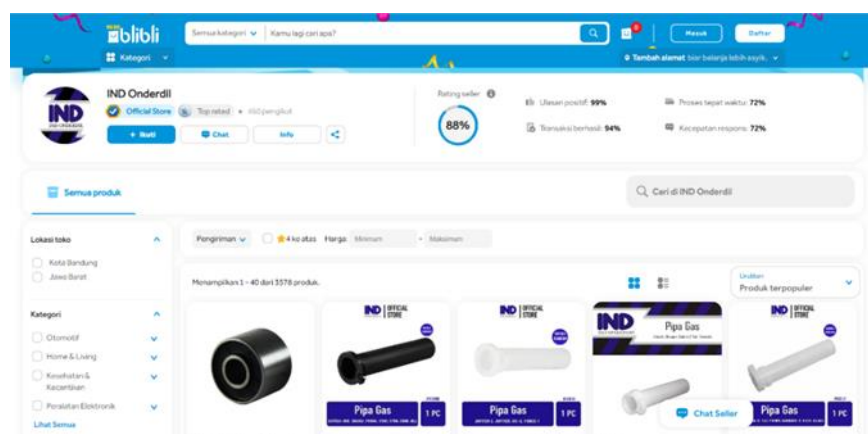
Gambar 1. 5 Toko Tokopedia IND ONDERDIL

Sumber: (IND ONDERDIL, 2022)



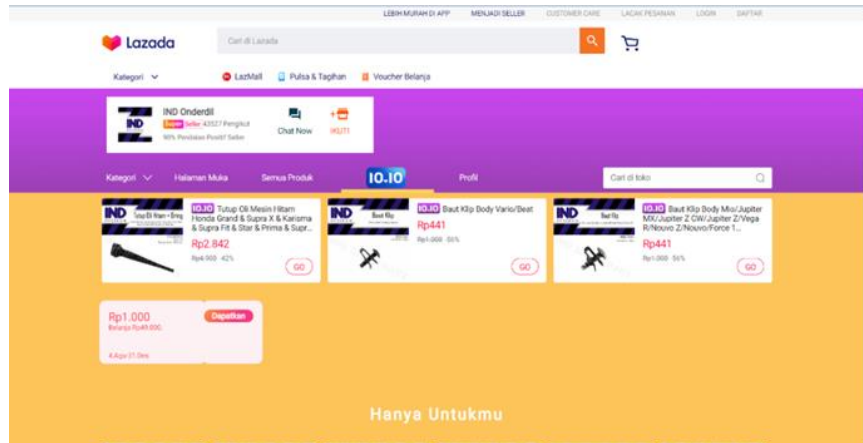
Gambar 1. 6 Toko JD.ID IND ONDERDIL

Sumber: (IND ONDERDIL, 2022)



Gambar 1. 7 Toko Blibli IND ONDERDIL

Sumber: (IND ONDERDIL, 2022)



Gambar 1. 8 Toko Lazada IND ONDERDIL

Sumber: (IND ONDERDIL, 2022)



Gambar 1. 9 Website Resmi IND ONDERDIL

Sumber: (IND ONDERDIL, 2022)



Gambar 1. 10 E-Commerce yang digunakan IND ONDERDIL

Sumber: (IND ONDERDIL, 2022)