

Laporan Tugas Pemrograman Mobile Tentang Image Processing
Dosen:Suryati,M.kom



Nama:Ida Bagus Kresnayana Eka A
Nim:2001020002
Klas:Ti-A

Program Studi Teknologi Informasi
Fakultas Yeknik dan Sesain
Universitas Bumigora

System perdagangan elektronik (electronic commerce atau e-commerce)

perdagangan elektronik (electronic commerce atau e-commerce) adalah penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran barang dan jasa yang mengandalkan sistem elektronik, seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya.

Apa perbedaan e-commerce dan e-business?

Perbedaannya, e-commerce melibatkan transaksi uang sedangkan e-business tidak melibatkan transaksi uang. Untuk e-business, semua transaksi dalam bisnis online, yang meliputi penjualan langsung ke konsumen (e-commerce), transaksi dengan produsen dan supplier, dan juga transaksi dengan mitra bisnis.

E-Business mencakup seluruh kegiatan / usaha yang dilakukan dengan bantuan media digital / elektronik. E-Commerce menggunakan internet, web, atau media elektronik lainnya untuk transaksi bisnis. E-Commerce memungkinkan terjadinya transaksi komersial antara organisasi ataupun individu.

E-commerce hanya bagian dari e-business. E-commerce hanyalah satu bagian dari e-business, karena e-business merupakan sebuah sistem yang lengkap dan terdiri dari banyak bagian yang menunjang jalannya sebuah bisnis terutama yang dijalankan melalui jaringan internet.

E-Commerce atau perniagaan elektronik merupakan semua bentuk transaksi perdagangan barang ataupun jasa yang menggunakan media perantara internet. Dalam sebuah sistem e-commerce setidaknya terdapat 4 komponen yang diperlukan dalam transaksi online :

1. Store/Marketplace
2. Penjual dan Pembeli
3. Payment Gateway
4. Jasa Pengiriman

Hubungan Store/Marketplace, Penjual dan Pembeli, Payment Gateway, Jasa Pengiriman



Pertama adalah adanya store/marketplace yang dimana disini dijualnya barang – barang yang dibutuhkan oleh consumer. Akan tetapi terdapat perbedaan antara marketplace dengan store online, yaitu marketplace adalah suatu tempat di internet dimana banyak pihak berkumpul untuk melakukan proses transaksi jual beli, ada yang ingin mencari suatu barang dan ada pihak lain yang sedang ingin menjual barang. Sedangkan online store adalah dimana pembeli bisa langsung memesan kepada penjual, dan bisa diartikan bahwa ini hanya satu toko yang menjual. Contoh marketplace di Indonesia saat ini adalah BukaLapak, TokoPedia, Elevenia, Qoo10 Indonesia, dan lain sebagainya. Sedangkan contoh online store yang ada di Indonesia adalah MatahariMall, Lazada, Zalora, BerryBenka, Groupon Indonesia, dan lain sebagainya.

Kedua adalah penjual dan pembeli. Penjual adalah yang menjual barang / jasanya kepada konsumen, sedangkan pembeli adalah orang yang membeli barang yang dijual. Pada analisa ini, kita akan mencari tau apa saja faktor yang membuat pembeli memilih belanja online dan yang tidak memilih belanja online.

Berikut adalah faktor mengapa konsumen memilih belanja online :

Kemampuan Finansial.

Lebih banyak promo yang ditawarkan ketika belanja online.

Ketika melihat keluarga/teman yang memiliki barang baru, terkadang konsumen jadi ingin ikut membelinya walaupun tidak selalu butuh.

Iklan atau promosi di media massa

Faktor- faktor peminat memilih untuk tidak belanja online :

Transaksi dan Perlindungan Konsumen. Pada bagian ini terlihat banyak orang yang takut akan penipuan yang terjadi ketika belanja online. Kartu kredit yang dapat diakses oleh tangan nakal, barang yang sampai tidak sesuai dengan keinginan atau toko yang susah dihubungi ketika konsumen telah membayar. Hal ini menjadikan hal terbesar yang membuat orang memilih tidak belanja online.

Barang tidak dapat dilihat secara jelas. Ketika kita belanja online, kita hanya bisa menerka saja bagaimana barang itu. Tapi kita tidak mengetahui apakah nanti barang yang dikirim akan sama dengan barang yang ada di gambar.

Terkadang harga yang ditawarkan lebih mahal dari membeli dengan datang ke tokonya langsung.

Barang yang dijual kebanyakan sudah tidak bergaransi atau garansinya tidak bisa dibuktikan.

Tidak mengerti cara untuk belanja online dan menurutnya tidak praktis.

Proses transaksi atau pengiriman, terkadang lama.

Dilihat dari faktor – faktor diatas, terlihat jelas mengapa masih banyak juga konsumen yang takut untuk belanja online. Dikarenakan Indonesia masih minim dengan masalah keamanannya. Faktor yang tertinggi saat ini adalah takut terjadinya penipuan. Seperti penipuan pembayaran, penipuan dengan

menggunakan akun nakal, serta pengambilalihan akun. Sebuah Riset dari Comscore, perusahaan analisis media, menyimpulkan:

2 dari 3 pembeli memperhitungkan ongkos kirim yang paling ekonomis.

1 dari 3 orang bahkan memilih untuk membayar lebih, selama mereka bisa menerima barang lebih cepat.

46% pembeli menyatakan akan merekomendasikan suatu toko online jika barang yang mereka pesan tiba tepat waktu.

Kemudian terdapat pula faktor yang mempengaruhi pengalaman belanja konsumen, berikut gambarnya



