

#### 4. Hal yang Orang Indonesia Lakukan di Internet



#### 5. Penggunaan Media Sosial Pengguna Internet Indonesia

Penggunaan Media Sosial Pengguna Internet Indonesia



Ternyata, 150 juta pengguna aktif internet juga merupakan pengguna aktif media sosial. Akan tetapi 130 juta pengguna saja yang aktif mengakses media sosial melalui ponselnya

#### 6. Hal Lain yang Dilakukan Pengguna Internet di Ponsel



Tidak hanya mengakses media sosial, pengguna internet di ponsel juga melakukan hal lain berupa berbalas pesan di aplikasi pesan *mobile*, menonton video, bermain games, mengakses *mobile banking*, dan melihat aplikasi penunjuk jalan (*maps*).

#### Yang bisa dilakukan di Internet

- ✓ Email
- ✓ Chatting
- ✓ Browsing
- ✓ Transaksi Bisnis

#### Pemanfaatan Internet Dalam Dunia Bisnis

- Sarana Promosi dan Informasi
- Sarana Membangun Komunitas
- Memudahkan Hubungan Dengan Suplier
- Melakukan Pengawasan Terhadap Pengiriman Barang
- Internet Banking
- Informasi Online
- e-Commerce

### Aplikasi Internet untuk Bisnis

#### Sistem Komunikasi dan Kolaborasi

para anggota tim kerja dapat melakukan koordinasi, komunikasi, dan kolaborasi dengan menggunakan teknologi seperti surat elektronis, sistem chat, dan bahkan videokonferensi.

#### Sistem Bisnis Internal

melayani proses dan bisnis secara internal. Dengan menggunakan sistem seperti ini, seorang manajer yang sedang bepergian dapat mengakses basis data perusahaan yang terdapat pada server dengan mudah.

#### Perdagangan Elektronik

segala bentuk kegiatan pembelian dan penjualan, pemasaran produk, jasa, dan informasi yang dilakukan secara elektronik

### Domain e-commerce



**B2B,  
B2C,  
C2B, dan  
C2C.**



### Intranet dan Ekstranet

#### Intranet



jaringan komputer dalam sebuah perusahaan yang menggunakan teknologi Internet, sehingga terbentuk lingkungan yang seperti Internet tetapi bersifat privat bagi perusahaan bersangkutan

#### Extranet



jaringan privat yang menggunakan teknologi Internet dan sistem telekomunikasi publik untuk membentuk hubungan yang aman antara pemasok, vendor, mitra kerja, pelanggan, dan pihak bisnis lainnya dalam rangka mendukung operasi bisnis atau pengaksesan informasi bisnis.

### Nilai Bisnis Internet



- Menghasilkan pendapatan baru melalui penjualan online.
- Memperkecil biaya melalui penjualan dan dukungan pelanggan secara online.
- Menarik pelanggan baru melalui pemasaran dan iklan Web dan penjualan secara online.
- Membuat produk-produk baru agar segera bisa diakses melalui Web.

## Organisasi Virtual

Virtual Reality



suatu jaringan organisasi yang independen yang dihubungkan melalui teknologi informasi dengan tujuan untuk mengeksploitasi peluang pasar dengan berbagi ketrampilan, biaya, dan akses pasar.

## E - Intermediary



para anggota saluran distribusi Internet yang melakukan salah satu atau dua fungsi berikut :

- Mereka mengumpulkan informasi tentang para . penjual dan menyajikannya dalam bentuk yang praktis kepada para konsumen
- Mereka membantu menyalurkan produk-produk Internet ke konsumen.

## Penjual Bersindikat



sebuah situs Web yang menawarkan hubungan kepada konsumen ke situs-situs Web lain dan atas jasa ini Web yang menghubungkan ke Web lain akan mendapatkan komisi.

## Agan Pembelanjaan



merupakan suatu situs Web yang membantu para konsumen dengan memberikan kemudahan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan konsumen dalam rangka membuat keputusan pembelian.

## Makelar Bisnis ke Bisnis



makelar bisnis-ke-bisnis tidak memiliki produk. Perantara ini menyediakan sarana komunikasi antar pebisnis

## M-commerce dan Teknologi WAP



M-commerce adalah bentuk penjualan dan pembelian produk yang dilakukan melalui peranti seperti telepon seluler atau PDA.

Teknologi yang mendasari M-commerce adalah WAP (Wireless Application Protocol).

## Definisi dan Konsep



- E-commerce secara umum dapat diartikan sebagai proses transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet.
- Menurut Mariza Arfina dan Robert Marpaung → e-commerce diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara online atau direct selling yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat website yang dapat menyediakan layanan "get and deliver" [1]

## Definisi dan Konsep



Bryan A. Garner juga menyatakan bahwa "E-Commerce the practice of buying and selling goods and services through online consumer services on the internet. The e, shortened from electronic, has become a popular prefix for other terms associated with electronic transaction". Dapat dikatakan bahwa pengertian e-commerce yang dimaksud adalah pembelian dan penjualan barang dan jasa dengan menggunakan jasa komputer online di internet (dlm Abdul Halim Barakatullah dkk, 2005 : 12).

## Definisi dan Konsep



Roger Clarke dalam *"Electronic Commerce Definitions"* menyatakan bahwa e-commerce adalah *"The conduct of commerce in goods and services, with the assistance of telecommunications and telecommunications-based tools"* (e-commerce adalah tata cara perdagangan barang dan jasa yang menggunakan media telekomunikasi dan telekomunikasi sebagai alat bantu)

## Definisi dan Konsep



E-commerce dapat didefinisikan dari beberapa perspektif:

- **Komunikasi:** pengiriman barang, jasa, informasi, atau pembayaran melalui jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya
- **Perdagangan:** penyediaan sarana untuk membeli dan menjual produk, jasa, dan informasi melalui Internet atau fasilitas online lainnya

## Definisi dan Konsep (lanjut)



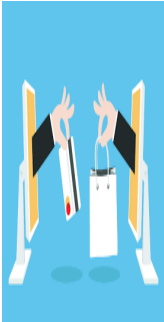
- **Proses Bisnis:** menjalankan proses bisnis secara elektronik melalui jaringan elektronik, menggantikan proses bisnis fisik dengan informasi
- **Layanan:** cara bagi pemerintah, perusahaan, konsumen, dan manajemen untuk memangkas biaya pelayanan/operasi sekaligus meningkatkan mutu dan kecepatan layanan bagi konsumen

## Definisi dan Konsep (lanjut)



- **Pembelajaran:** sarana pendidikan dan pelatihan online untuk sekolah, universitas, dan organisasi lain termasuk perusahaan
- **Kolaborasi:** metoda kolaborasi antar dan intra organisasi
- **Komunitas:** tempat berkumpul (*mangkal*) bagi anggota suatu masyarakat untuk belajar, mencari informasi, melakukan transaksi, dan berkolaborasi

## Faktor Pendukung e-commerce



1. Cakupan yang luas
2. Proses transaksi yang cepat
3. E-commerce dapat mendorong kreatifitas dari pihak penjual secara cepat dan tepat dan pendistribusian informasi yang disampaikan berlangsung secara periodik
4. E-commerce dapat menciptakan efisiensi yang tinggi, murah serta informatif
5. E-commerce dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan pelayanan yang cepat, mudah, aman dan akurat.

## Infrastruktur Non-teknis E-Commerce

Selain infrastruktur, aplikasi EC juga ditunjang oleh lima bidang pendukung:

- SDM
- Peraturan/perundangan publik
- Pemasaran dan periklanan
- Layanan-layanan pendukung
- Kemitraan usaha



## Konsumen E-commerce didasarkan pada Perilaku Konsumsinya

1. **Impulsive Buyers.** Konsumen yang ingin cepat-cepat membeli, cenderung gegabah dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan.
2. **Patient Buyers.** Konsumen yang teliti melakukan komparasi harga dan menganalisa produk yang ditawarkan.
3. **Window Shoppers.** Konsumen yang sekedar browsing atau surfing (mejelajah internet) saja.

## Masalah-masalah Hukum E-commerce

- Keaslian Data.
- Keabsahan (*validity*).
- Kerahasiaan (*confidentiality/privacy*).
- Keberadaan barang (*availability*).
- Pembuktian kecakapan para pihak.
- Yurisdiksi.



## EC adalah Bidang Multidisiplin

Disiplin ilmu utama

- Ilmu komputer
- Pemasaran
- Perilaku konsumen
- Keuangan
- Ekonomi
- MIS

## Model Bisnis E-Commerce

### • *Business Model:*

metoda melakukan usaha yang dapat menghasilkan revenue bagi perusahaan untuk menjamin kelangsungan hidupnya

## Rancangan dan Kelayakan Bisnis E-Commerce

• *Business case:* dokumen bagi manajer atau pemilik usaha untuk memperoleh pendanaan untuk proyek atau aplikasi spesifik; dengan penekanan utama pada justifikasi investasi yang dimaksud

► *Business plan:* dokumen yang merinci tujuan-tujuan bisnis dan garis besar rencana pencapaiannya

## Model Bisnis Umum EC

1. Penjualan **online** (langsung tanpa melalui perantara)
2. Sistem tender (**reverse auction**) elektronik: suatu model dimana seorang pembeli meminta kandidat penjual untuk mengajukan penawaran harga; pemenangnya yang mengajukan harga terendah
3. Lelang dengan harga beli "**name your own price**": suatu model dimana pembeli menentukan harga yang ia mampu bayar dan mengundang para penjual yang dapat menjual dengan harga tersebut
4. **Affiliate marketing**: suatu perjanjian dimana rekanan pemasaran (perusahaan, organisasi, atau bahkan perorangan) mengacu konsumen ke situs Web penjual
5. **Viral marketing**: pemasaran dari "mulut ke mulut" dimana konsumen menganjurkan suatu produk atau jasa perusahaan kepada teman-temannya atau orang lain



## Model Bisnis Umum EC (lanjut)

6. **Group purchasing**: pembelian dalam skala besar yang memungkinkan sekelompok pembeli mendapatkan potongan harga
7. **Lelang online**
8. Personalisasi (kustomisasi) produk atau jasa; menciptakan produk atau jasa sesuai dengan spesifikasi yang diminta pembeli
9. Pasar elektronik (**e-market**) dan **exchange**
10. Integrator rantai pertambahan nilai (*value chain*)
11. Penyedia layanan rantai pertambahan nilai
13. Broker informasi
14. Pertukaran barang (*barter*)
15. Keanggotaan
16. Fasilitator rantai pasokan (*supply chain*)

## Manfaat E-commerce

### 1. Bagi Perusahaan

- Jangkauan global
- Pengurangan biaya operasi
- Perbaikan rantai pasokan
- Penambahan jam buka: 24/7/365
- Kustomisasi
- Model bisnis baru
- Spesialisasi vendor
- Kecepatan *time-to-market*
- Biaya komunikasi/koordinasi lebih rendah
- Efisiensi pengadaan
- Meningkatkan hubungan dengan konsumen
- Informasi yang *up-to-date*
- Tidak harus membayar pajak/biaya usaha fisik
- Dsb.

### 2. Bagi Konsumen

- "Dimana saja - kapan saja"
- Lebih banyak pilihan produk dan jasa
- Harga lebih murah
- Pengiriman/penyampaian segera
- Ketersediaan informasi
- Kesempatan berpartisipasi
- Wahana komunitas elektronik
- Personalisasi, sesuai selera
- Tidak dikenai pajak penjualan