Nama : Teguh Agung Prabowo

NIM : 512121230007

Jurusan : Sistem Informasi

Mata Kuliah : E-Commerce (Perdagangan Elektronik)

Tugas : Sebutkan dan jelaskan komponen marketspace !

Jawab :

Marketplace adalah suatu lokasi diInternet, di mana suatu perusahaan dapat memperoleh atau memberikan informasi,mulai transaksi pekerjaan, atau bekerja sama dalam pekerjaan apapun.

Sederhananya E-marketplace adalah situs di internet (tentunya di internet) yang mempertemukan antara pembeli dan pnjual. Namun wikipedia memberikan perngertian bawa Ecommerce adalah Pasar perdagangan elektronik di mana perusahaan mendaftarkan diri sebagai penjual atau pembeli untuk berkomunikasi dan melakukan bisnis melalui Internet.

**Komponen E-marketplace**

1. Customer

10 juta orang di dunia ini yang membuka internet merupakan pembeli potensial atas barang dan jasa yang ditawarkan atau diiklankan di internet. Pembeli mencari perbandingan harga, barang sesuai pesanan, barang kolektor, entertainment, dan lain-lain. Mereka adalah pengemudi. Mereka bisa mencari informasi yang detail, membandingkan, menawar, dan terkadang bernegosiasi. Organisasi tersebut adalah customer terbesar, lebih dari 85% dari aktivitas EC.

2. penjual

berjuta orang terdaftar di website mempromosikan dan menawarkan berbagai variasi barang. Setiap hari terdapat penawaran baru produk dan jasa. Penjuat bisa menjuat langsung dari website mereka atau dari e-marketplace.

3. produk dan jasa

Satu perbedaan utama dari marketplace dan marketspace yaitu kemungkinan banyaknya produk dan jasa di marketspace. Meskipun kedua tipe pasar bisa menjual produk fisik, marketspace juga bisa menjual produk digital, dimana barang bisa ditransformasi ke format digital dan diberikan melalui internet. Penyampaian bisa dalam bentuk software, music dan terdapat kemungkinan untuk mengirim produk dan jasa lainnya, yang terdapat pada online exhibit 2.1. produk digital memiliki perbedaan biaya daripada produk biasa. Pada hal ini, biasanya biaya adalah tetap dan biaya variabel sangatlah rendah. Meskipun demikian, keuntungan bisa meningkat begitu cepat.

4. infrastruktur

infrastruktur marketspace meliputi jaringan elektronik, hardware, software, dan lain-lain.

5. front end

customer berinteraksi dengan marketspace melalui front end. Komponen dari front end bisa meliputi pintu gerbang penjual, katalog elektronik, shopping cart, search engine, dan pintu pembayaran.

6. back end

semua aktivitas berhubungan dengan agregasi pesanan dan pemenuhan, manajemen persediaan, pembelian dari supplier, accounting, keuangan,proses pembayaran, packaging, pendistribusian yang dinamakan back end dari sebuah bisnis.

7. perantara

dalam marketing, perantara merupakan orang ketiga yang mengoperasikan hubungan antara penjual dan pembeli. Perantara menawarkan jasa mereka dalam web. Peranan dari perantara disini berbeda dengan peranan perantara pada umumnya. Perantara online menciptakan dan mengatur pasar online. Mereka membantu mencocokkan pembeli dan penjual, menyediakan jasa infrastruktur, dan membantu customer dan atau penjual dalam menyelesaikan transaksi. Mereka juga membantu sangat banyak transaksi yang ada pada jasa penyediaan, seperti didemonstrasikan pada WebMD. Perantara online biasanya beroperasi dengan sistem komputer.

8. partner bisnis lainnya

selain perantara, terdapat beberapa tipe partner bisnis, seperti pengiriman yang berkolaborasi melalui internet, dan partner lain yang biasanya berkaitan dengan supply chain.

9. jasa pendukung

banyak jasa pendukung yang tersedia, mulai dari pengesahan sertifikat, jaminan orang ketiga, sampai penyedia layanan.