



# E-COMMERCE: PASAR DIGITAL, BARANG DIGITAL

# MODEL PENDAPATAN E-COMMERCE

- **Model pendapatan iklan**
- **Model pendapatan penjualan**
- **Model pendapatan pelanggan**
- **Model pendapatan free/freemium**
- **Model pendapatan biaya transaksi**
- **Model pendapatan afiliasi**



# LAYANAN ONLINE E-COMMERCE

- Jejaring sosial
- Situs belanja sosial (social shopping)
- The Wisdom of Crowds (crowdsourcing, prediction markets)



# PEMASARAN E-COMMERCE

- Long-tail marketing
- Penargetan perilaku (behavioral targeting)
  - Pada tingkat situs web individu
  - Pada jaringan iklan yang membawa pengguna dari ribuan situs web

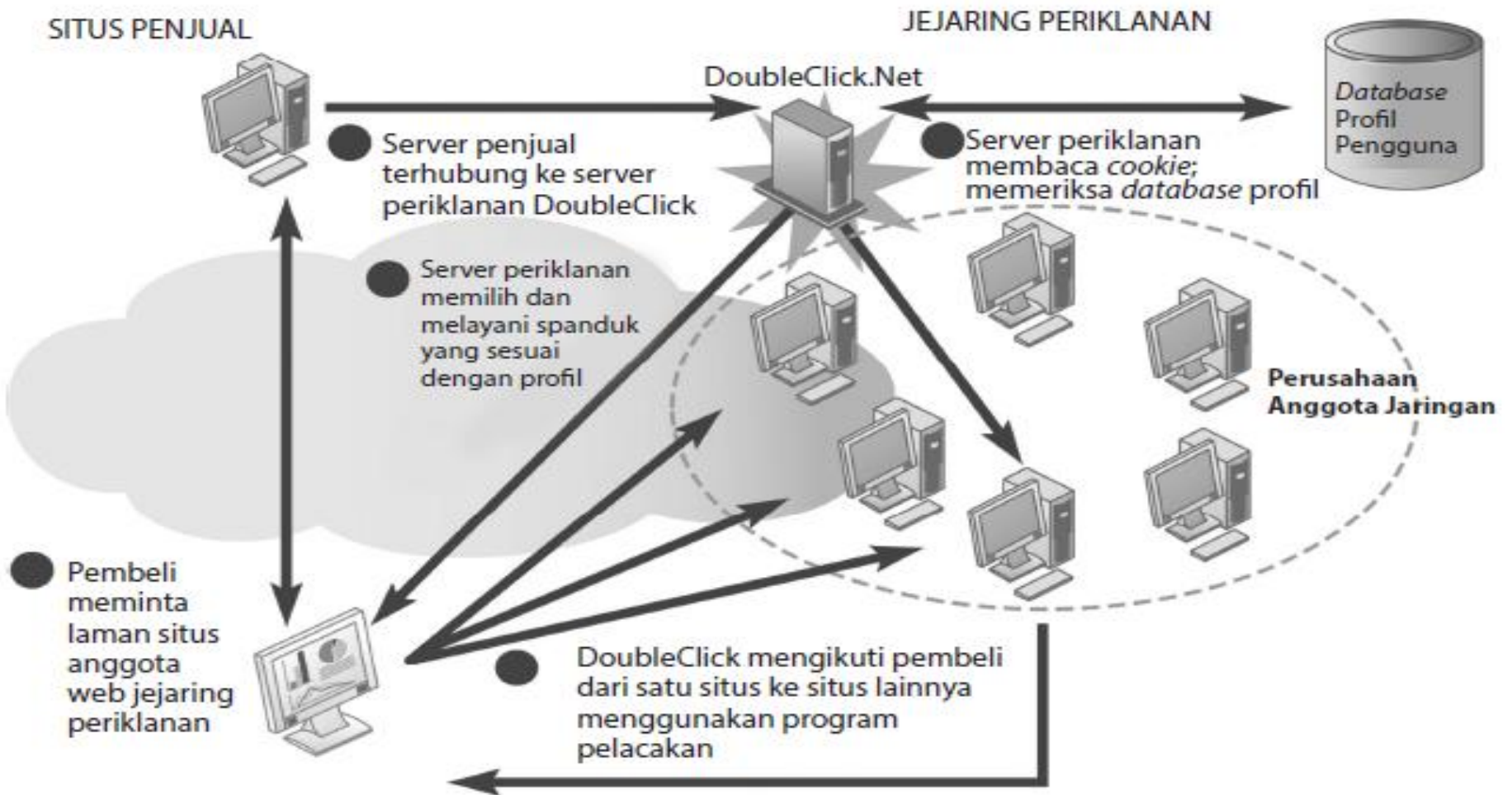


# PERSONALISASI SITUS WEB



Perusahaan bisa menciptakan laman web personal yang unik yang memasang konten atau iklan untuk produk atau layanan dari sesuatu yang diminati pengguna, meningkatkan kunjungan konsumen, dan menciptakan nilai tambah.

# BAGAIMANA JEJARING PERIKLANAN SEPERTI DOUBLECLICK BEKERJA



Jejaring periklanan dan penggunaan program pelacakannya telah menjadi kontroversi di antara para pendukung kebebasan pribadi dikarenakan kemampuan mereka untuk melacak pembeli individu melalui internet.

# **FITUR SOCIAL COMMERCE**

- **Sign-on social**
- **Perbelanjaan kolaboratif**
- **Notifikasi jaringan**
- **Pencarian sosial (rekomendasi)**



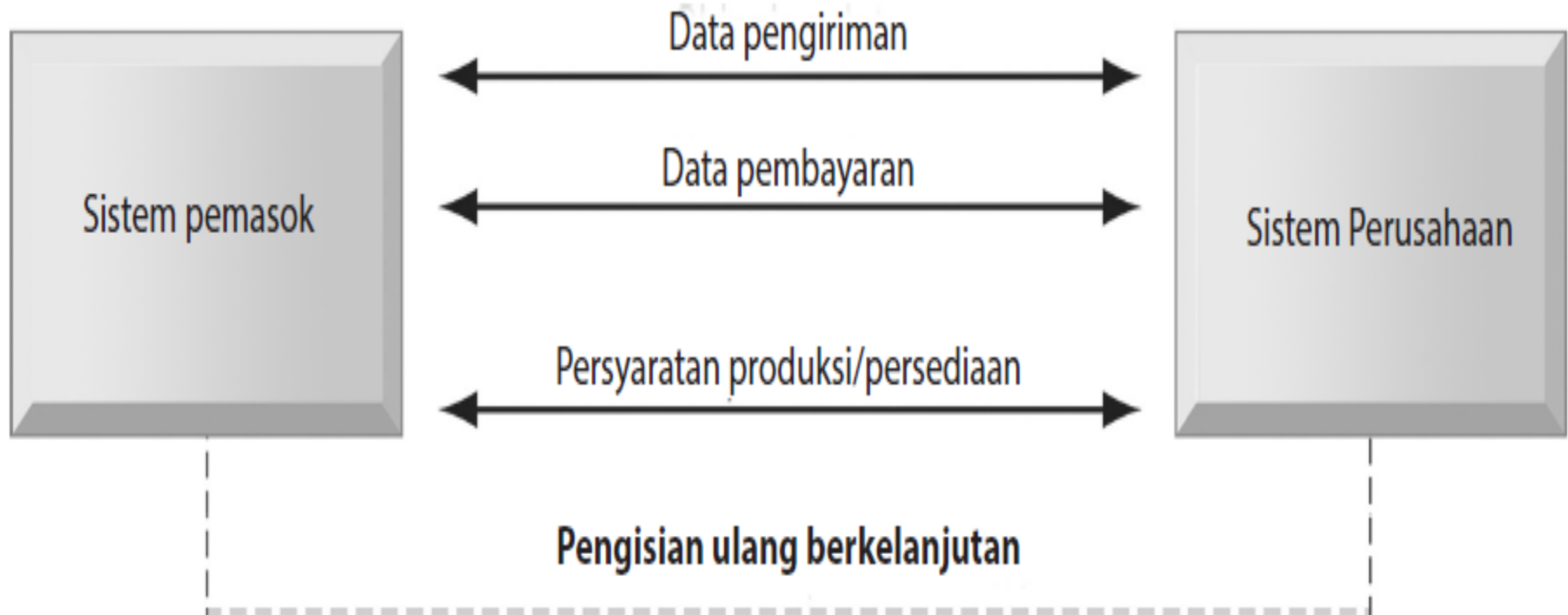
# E-COMMERCE SOSIAL DAN PEMASARAN JEJARING SOSIAL

- ***E-commerce* sosial merupakan perdagangan yang mengacu pada konsep grafik sosial (*social graph*) digital. Grafik sosial digital memetakan semua hubungan-hubungan sosial yang signifikan secara *online***
- **Pemasaran melalui media sosial (twitter, facebook, dll) masih berada pada tahapan awal, dan perusahaan masih bereksperimen untuk menemukan formula kemenangan**

# E-COMMERCE B2B: EFISIENSI DAN HUBUNGAN BARU

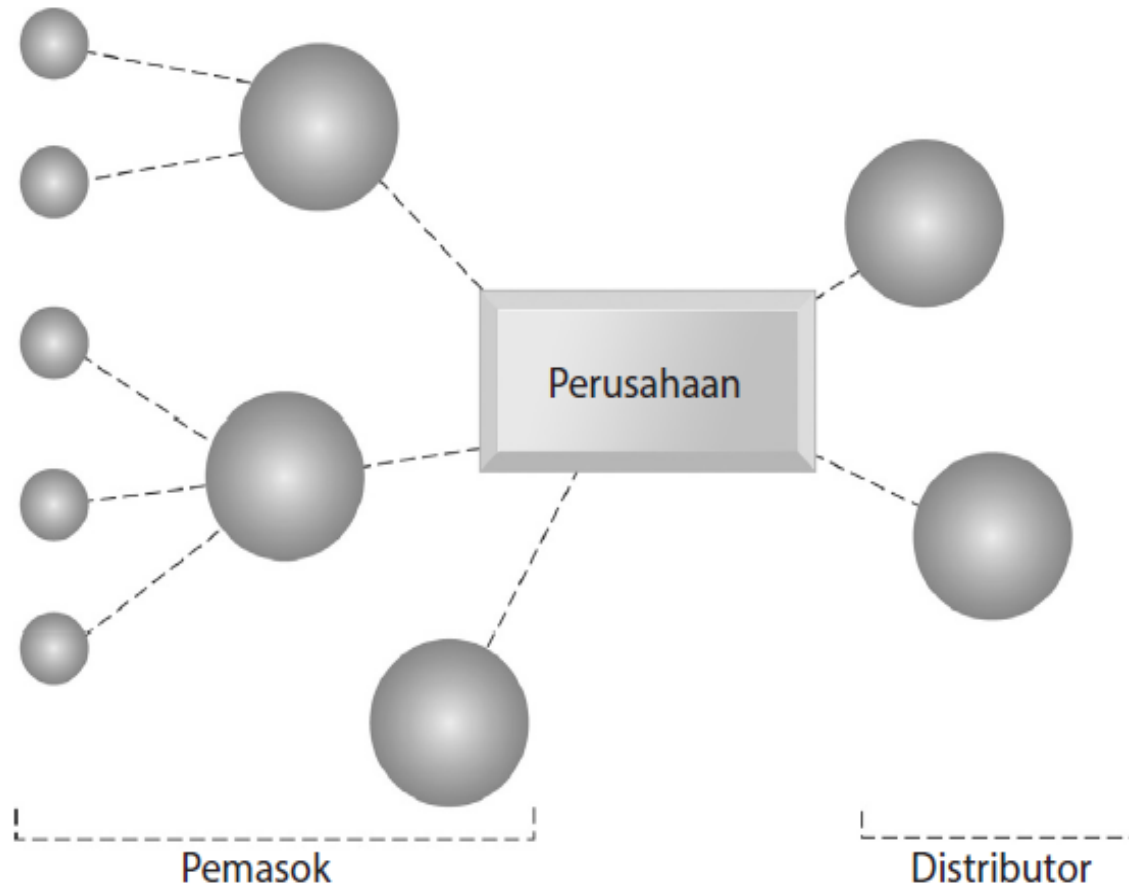
- Definisi *business-to-business commerce* atau B2B
- Sekitar 80 persen dari *e-commerce* B2B secara *online* menggunakan pertukaran data elektronik (*electronic data interchange—EDI*)
- Bisnis saat ini dapat menggunakan internet dan teknologi web untuk menciptakan ekstranet atau pasar elektronik (jaringan industri swasta/privat dan net marketplace)

# PERTUKARAN DATA ELEKTRONIK (EDI)



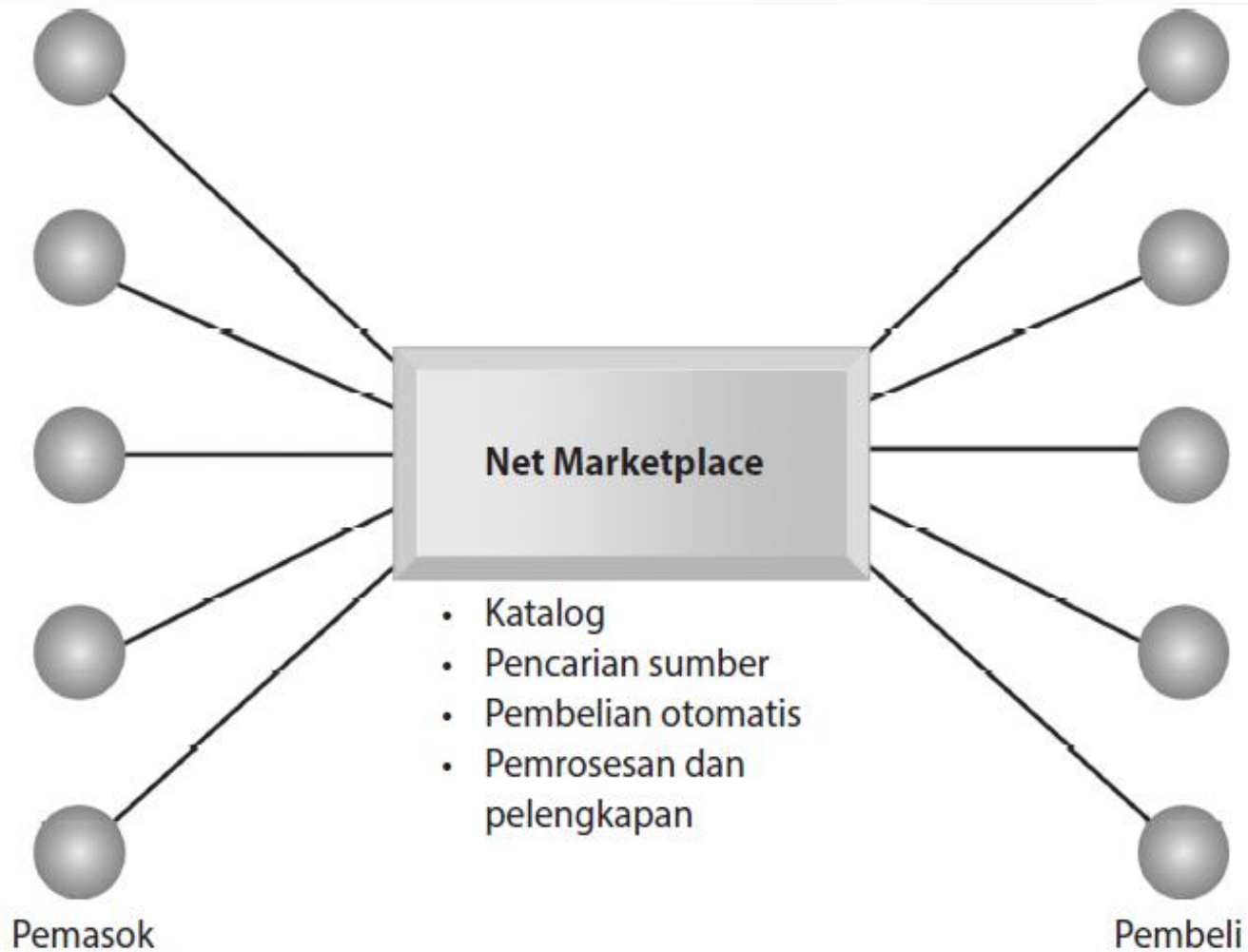
Perusahaan menggunakan EDI untuk mengotomatisasi transaksi *e-commerce* B2B dan melakukan pengisian ulang persediaan secara terus-menerus. Pemasok dapat mengirimkan data pengiriman kepada perusahaan yang melakukan pembelian secara otomatis. Perusahaan pembelian dapat menggunakan EDI untuk menyediakan kebutuhan produksi dan persediaan serta data pembayaran kepada pemasok.

# JARINGAN INDUSTRI PRIVAT



Jaringan industri privat, atau yang biasa dikenal dengan pertukaran privat (*private exchange*), menghubungkan perusahaan ke pemasok, distributor, dan partner kunci bisnis lainnya untuk manajemen rantai pasokan yang lebih efisien dan aktivitas perdagangan yang kolaboratif lainnya.

# NET MARKETPLACE



*Net marketplace* adalah pasar *online* di mana banyak pembeli dapat melakukan pembelian dari berbagai pemasok.

# PLATFORM DIGITAL MOBILE DAN E-COMMERCE MOBILE

- **Aplikasi dan layanan berbasis lokasi**
  - ✓ **layanan geososial** (*geosocial service*)
  - ✓ **Layanan geoperiklanan** (*geoadvertising service*)
  - ✓ **layanan geoinformasi** (*geoinformation service*)
- **Layanan perdagangan mobile lainnya**
- **Permainan dan hiburan**



# MEMBANGUN KEHADIRAN E-COMMERCE

- **Potongan teka teki dari situs yang dibangun**
  - ✓ **Area utama di mana Anda perlu membuat keputusan-keputusan**
  - ✓ **Sumberdaya manusia**
  - ✓ **Perangkat keras, perangkat lunak dan infrastruktur telekomunikasi**
  - ✓ **Desain situs**
- **Sasaran bisnis, kemampuan sistem dan pentingnya informasi**

# BAGAIMANA MEMBANGUN SITUS WEB

- Keputusan pembangunan situs web (mandiri vs alih daya)
- Keputusan pengelolaan
- Anggaran situs web



**end**

