

# Dasar-Dasar E-Commerce dan IOT

Pertemuan ke 2



# Mengenal E-Commerce



- Perdagangan sebenarnya merupakan kegiatan yang dilakukan manusia sejak awal peradabannya.
- Sejalan dengan perkembangan manusia, cara dan sarana yang digunakan untuk berdagang senantiasa berubah. Bentuk perdagangan terbaru yang kian memudahkan penggunaannya kini ialah *e-commerce* atau *electronic commerce*.



# Mengenal E-Commerce

- Ecommerce, atau Electronic Commerce merupakan salah satu teknologi yang berkembang pesat dalam dunia per-internet-an. Penggunaann sistem E-Com, begitu biasanya Ecommerce disingkat, sebenarnya dapat menguntungkan banyak pihak, baik pihak konsumen, maupun pihak produsen dan penjual (retailer).
- Makhluk apa sesungguhnya *e-commerce* itu, bagaimana ia dapat mempermudah penggunaanya? Dan apa saja peran pentingnya?

# Definisi E-Commerce

- Electronic Commerce (Perniagaan Elektronik), sebagai bagian dari Electronic Business (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan electronic transmission).
- Secara umum e-commerce dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa (trade of goods and service) dengan menggunakan media elektronik.

# Kesimpulannya, “e-commerce is a part of e-business

E-commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (consumers), manufaktur (manufactures), service providers dan pedagang perantara (intermediaries) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (komputer networks) yaitu internet

# **Kemudahan-kemudahan yang dimiliki oleh jaringan internet, yaitu:**

- Internet sebagai jaringan public yang sangat besar (huge/widespread network), layaknya dimiliki suatu jaringan public elektronik yaitu murah, cepat dan kemudahan akses
- Menggunakan electronic data sebagai media penyimpanan pesan/data sehingga dapat dilakukan pengiriman dan penerimaan informasi secara mudah dan ringkas baik dalam bentuk data elektronik analog maupun digital

# **Pengertian E-commerce menurut beberapa pendapat para pakar:**

- Julian Ding dalam bukunya E-commerce: Law & Practice, mengemukakan bahwa e-commerce sebagai suatu konsep yang tidak dapat didefinisikan. E-commerce memiliki arti yang berbeda bagi orang yang berbeda



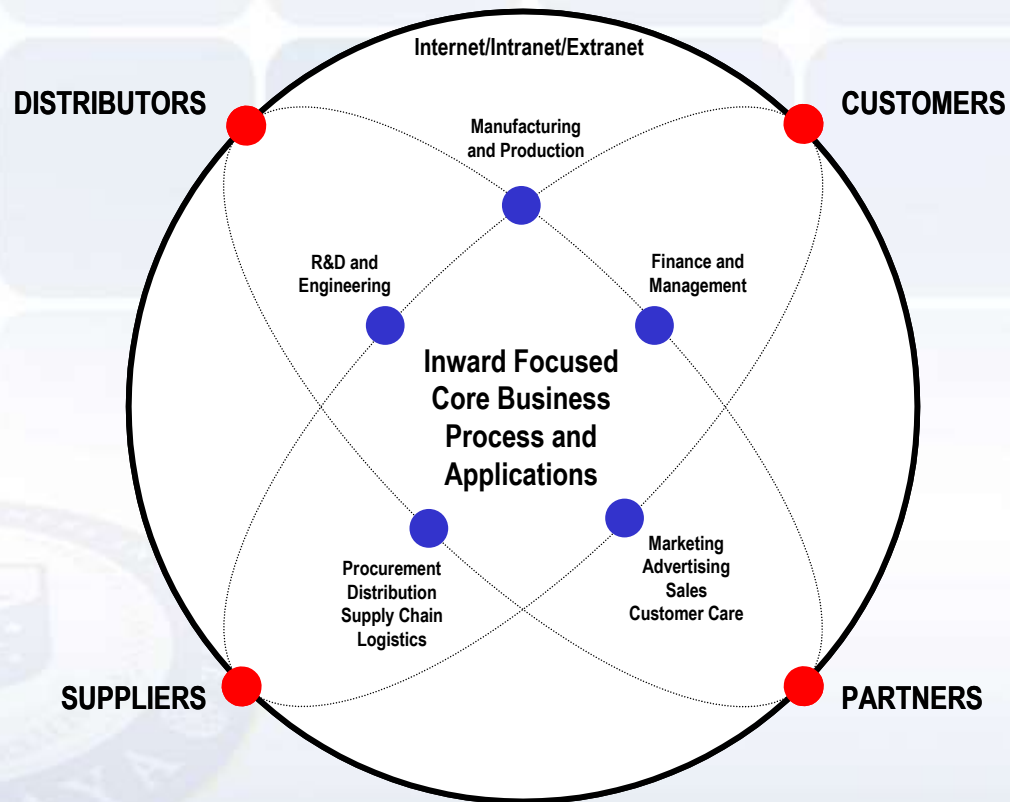
# Ruang Lingkup E-commerce

- Technology
- Marketing and “New Consumer Processes”
- Economic
- Information Value Adding
- Market Making
- Service Infrastructure
- Legal, privacy, and public policy

Jika dilihat secara seksama, pada dasarnya ada 4 (empat) jenis relasi dalam dunia bisnis yang biasa dijalin oleh sebuah perusahaan (Fingar, 2000):

- Relasi dengan pemasok (supplier);
- Relasi dengan distributor;
- Relasi dengan rekanan (partner); dan
- Relasi dengan konsumen (customer).

# core processes



# Keuntungan E-Commerce

□ **Bagi Perusahaan**, memperpendek jarak, perluasan pasar, perluasan jaringan mitra bisnis dan efisiensi, dengan kata lain mempercepat pelayanan ke pelanggan, dan pelayanan lebih responsif, serta mengurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan kertas, seperti biaya pos surat, pencetakan, report, dan sebagainya sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

# Keuntungan E-Commerce

□ **Bagi Consumen**, efektif, aman secara fisik dan flexible. Bagi pihak konsumen, menggunakan E-Com dapat membuat waktu berbelanja menjadi singkat. Tidak ada lagi berlama-lama mengelilingi pusat pertokoan untuk mencari barang yang diinginkan. Selain itu, harga barang-barang yang dijual melalui E-Com biasanya lebih murah dibandingkan dengan harga di toko, karena jalur distribusi dari produsen barang ke pihak penjual lebih singkat dibandingkan dengan toko konvensional.

# Keuntungan E-Commerce

- ❑ **Bagi Masyarakat Umum**, mengurangi polusi dan pencemaran lingkungan, membuka peluang kerja baru, menguntungkan dunia akademis, meningkatkan kualitas SDM
- ❑ Online shopping menyediakan banyak kemudahan dan kelebihan jika dibandingkan dengan cara belanja yang konvensional. Selain bisa menjadi lebih cepat, di internet telah tersedia hampir semua macam barang yang biasanya dijual secara lengkap. Selain itu, biasanya informasi tentang barang jualan tersedia secara lengkap, sehingga walaupun kita tidak membeli secara on-line, kita bisa mendapatkan banyak informasi penting yang diperlukan untuk memilih suatu produk yang akan dibeli

# Kerugian E-Commerce

- ❑ Meningkatkan INDIVIDUALISME, pada perdagangan elektronik seseorang dapat bertransaksi dan mendapatkan barang/jasa yang diperlukan tanpa bertemu dengan siapapun.
- ❑ Terkadang Menimbulkan Kekecewaan, apa yang dilihat dilayar monitor komputer kadang berbeda dengan apa yang dilihat secara kasat mata

# E-Commerce di Indonesia

- Di Indonesia, sistem Ecom ini kurang populer, karena banyak pengguna internet yang masih menyangsikan keamanan sistem ini, dan kurangnya pengetahuan mereka mengenai apa itu E-Com yang sebenarnya.

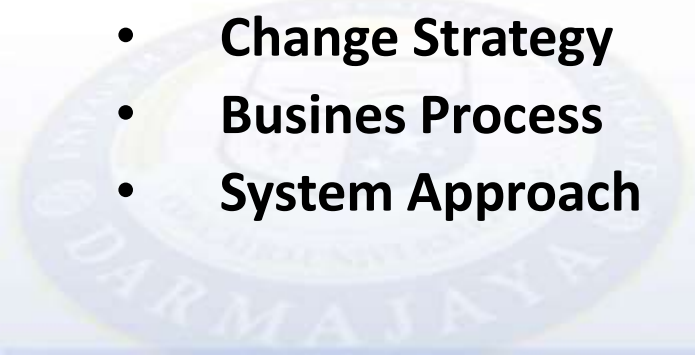


# Peluang e-commerce di Indonesia

Siklus Penjualan	Pasar Konvensional (Manggunakan berbagai Media)	E-Commerce (Menggunakan Internet)
Mencari informasi barang/jasa yang diperlukan	Majalah, katalog, surat kabar	Situs WEB
Memeriksa harga	Katalog tercetak	Katalog ON-LINE
Memeriksa ketersediaan barang & harganya	Telepon, faksimili	Situs WEB
Melakukan pemesanan	Surat, faksimili	e-mail
Mengirimkan pesanan	Surat, faksimili	e-mail, halaman WEB
Mengurutkan pesanan	Manual	Basisdata
Memeriksa barang di gudang	Bentuk tercetak, telepon, faksimili	Basisdata, halaman WEB
Menjadwalkan pengiriman	Bentuk tercetak	e-mail, basisdata
Membuat INVOICE mengirimkan pesanan	Bentuk tercetak pengirim	Basisdata pengirim
Konfirmasi pesanan	Surat, telepon, faksimili	e-mail
Mengirim dan menerima INVOICE	Surat	e-mail, EDI (Electronic Data Interchange)
Jadwal Pembayaran	Bentuk tercetak	Basisdata, EDI
Mengirim dan menerima bukti pembayaran	Surat	e-mail, EDI

# Sepuluh prospek E-business di Indonesia

- **E-Business Type**
- **Community**
- **Content**
- **Technology Devices**
- **Access Channels**
- **Regulation**
- **Organization**
- **Change Strategy**
- **Business Process**
- **System Approach**



- **TERIMA KASIH**

