

SISTEM ELECTRONIC COMMERCE

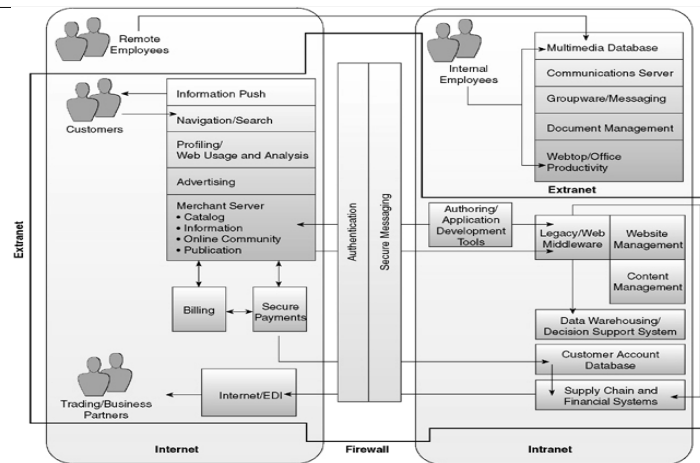


1

E-COMMERCE LEBIH DARI SEKEDAR MEMBELI DAN MENJUAL PRODUK SECARA ONLINE. E-COMMERCE MELIPUTI SELURUH PROSES DARI PENGEMBANGAN, PEMASARAN, PENJUALAN, PENGIRIMAN, PELAYANAN, DAN PEMBAYARAN UNTUK BERBAGAI PRODUK DAN JASA YG DIPERJUALBELIKAN DALAM PASAR GLOBAL BERJARINGAN PARA PELANGGAN, DENGAN DUKUNGAN DARI JARINGAN PARA MITRA BISNIS DI SELURUH DUNIA.

2

Electronic Commerce Technologies



4

Jenis transaksi E-Commerce

1. Bisnis ke Bisnis (B2B) (Penjual atau pembeli adalah organisasi)
2. Bisnis ke Konsumen (B2C) (Penjual adalah perusahaan, dan pembeli konsumen)
3. Konsumen ke konsumen (C2C) (pelanggan ke pelanggan)
4. Konsumen ke Bisnis (C2B) (Konsumen memberitahu kebutuhan dan pemasok bersaing untuk menyediakan produk.

5. Perdagangan Intrabisnis

Perusahaan menggunakan EC secara internal untuk memperbaiki operasinya.

6. Pemerintah ke Warga dan Pihak lain

Pemerintah menyediakan layanan ke para warganya melalui teknologi EC.

7. Perdagangan Mobile

Ketika e-commerce dilakukan dalam lingkungan nirkabel, seperti dengan telpon disebut m-commerce

5

Ruang lingkup EC:

1. Orang, yaitu para penjual, pembeli, perantara, ahli sistem informasi
2. Kebijakan politik, terdapat berbagai isu hukum dan kebijakan serta peraturan lainnya.
3. Pemasaran dan periklanan, EC untuk mendukung pemasaran dan periklanan seperti bisnis lainnya.
4. Layanan pendukung, layanan dari pembayaran hingga pengiriman pesanan serta pembuatan isi formulir.

6

Manfaat E-Commerce :

Akses ke sejumlah besar produk dan jasa, 24 jam Sehari.

Keterbatasan E-Commerce:

- Kurangnya standar keamanan yang diterima secara Universal.
- Bandwith telekomunikasi yang tidak cukup.
- Mahalnya harga akses.

7

Katalog Elektronik

1. Dinamika presentasi informasi

Katalog dapat dalam teks atau gambar.

2. Tingkat penyesuaian

Katalog dapat dalam bentuk standar atau disesuaikan.

8

Aplikasi Bisnis ke Pelanggan

Ruang Pamer Elektronik. Ratusan ribu ruang pameran elektronik dapat ditemukan di internet, masing-masing dengan alamat internetnya sendiri.

Mal Elektronik. Kumpulan berbagai toko terpisah di bawah satu alamat internet. Ide dasar mal elektronik sama dengan mal belanja biasa.

9

Cyberbanking. Perbankan elektronik, yang meliputi berbagai aktivitas perbankan yang dilakukan dari rumah, perusahaan, atau di jalan sebagai ganti di lokasi fisik bank.

Praktik ini menghemat waktu dan nyaman bagi para nasabah.

10

Periklanan Online

Periklanan adalah usaha untuk menyebarluaskan informasi agar dapat mendorong transaksi pembeli dan penjual.

Iklan internet dapat mencapai banyak sekali calon pelanggan potensial diseluruh dunia, dan kadang lebih murah jika dibandingkan dengan iklan cetak (koran dan majalah).

Iklan internet memiliki kelemahan, yang kebanyakan berkaitan dengan kesulitan untuk mengukur efektivitas dan penentuan biaya iklan tersebut.

11

Iklan E-Mail. Orang bagian pemasaran mengembangkan atau membeli daftar alamat e-mail, memasukkannya dalam basis data pelanggan, dan kemudian mengirimkan iklan melalui *e-mail*.

Iklan yang Tidak Diinginkan. Spamming adalah distribusi sembarang (tidak pandang bulu) iklan elektronik tanpa izin dari penerimanya.

Pemasaran Berizin. Meminta para pelanggan untuk memberikan izinnya agar secara sukarela menerima iklan dan e-mail online. Biasanya pelanggan diminta untuk melengkapi formulir

12

Aplikasi B2B

Dalam aplikasi business to business (B2B), para pembeli, penjual, dan berbagai transaksi melibatkan perusahaan saja.

Beberapa model bisnis untuk aplikasi B2B. Beberapa yang terkenal adalah pasar penjualan, pasar pembelian dan perdagangan elektronik.

13

Pasar Penjualan. Perusahaan mencoba untuk menjual berbagai produk atau jasanya ke perusahaan lain secara elektronik dari pasar elektroniknya dan /atau dari situs pihak ketiga.

Pasar Pembelian. Model dimana perusahaan mencoba untuk membeli produk atau jasa yang dibutuhkan dari perusahaan lain secara elektronik. Metodenya dengan lelang. Perusahaan yang ingin membeli barang memasukkan kebutuhannya yang diinginkan ke situs Web.

14

Perdagangan Elektronik. Terdapat 4 jenis dasar perdagangan:

1. Distribusi vertikal untuk bahan baku langsung. Biasanya dalam jumlah besar dan dalam jangka panjang.
2. Perdagangan vertikal untuk bahan baku tidak langsung. Bahan baku dibeli berdasarkan Kebutuhan. Pembeli dan penjual mungkin saja tidak saling kenal.

15

3. Distributor horizontal. Pasar elektronik "banyak ke banyak" untuk bahan tidak langsung, seperti peralatan kantor, yang digunakan oleh industri apa saja.

4. Perdagangan fungsional. Dapat menemukan tenaga kerja sementara untuk perusahaan.

16

EC Intrabisnis dan Bisnis Ke Karyawan (B2E)

E-Commerce dapat dilakukan tidak hanya antarmitra bisnis tetapi juga dalam perusahaan. Aktivitas semacam ini disebut sebagai EC intrabisnis.

Perdagangan B2E

Perusahaan menemukan berbagai cara untuk melakukan bisnis secara elektronik dengan para karyawannya. Contoh: perusahaan menyebarkan informasi ke para karyawan melalui intranet perusahaan.

17

E-commerce antara dan antarunit dalam Perusahaan

Perusahaan sering kali terdiri atas berbagai unit bisnis strategis yang menjual dan membeli bahan baku, produk dan jasa. Contoh: dealer milik perusahaan, yang membeli berbagai barang dari perusahaan induknya.

18

Layanan Pendukung E-Commerce

Implementasi EC membutuhkan pelayanan pendukung:

1. Pembayaran Elektronik
2. Pemenuhan Pesanan

19

1. Pembayaran Elektronik

Pembayaran adalah bagian integral dari menjalankan bisnis, baik secara tradisional maupun secara online. Uang tunai tidak dapat digunakan karena tidak ada kontak langsung. Untuk alasan ini, dibutuhkan sistem pembayaran elektronik. Beberapa pembayaran yang populer:

1. Cek Elektronik, pelanggan akan mengirimkan email berisi cek elektronik yang dienkripsi ke penjual.
2. Kartu kredit elektronik, memungkinkan untuk membebaskan pembayaran secara online ke rekening kartu kredit seseorang

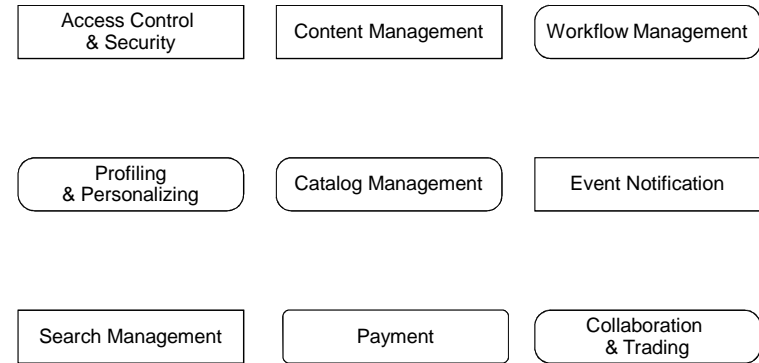
20

2. Pemenuhan Pesanan

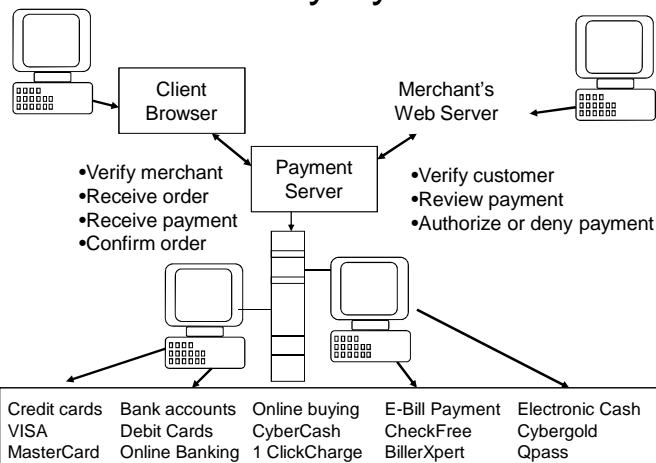
Perusahaan harus melakukan berbagai aktivitas pemenuhan pesanan: menemukan berbagai produk untuk dikirim, mengembungkannya, mengatur paket tersebut untuk dikirim ke lokasi pelanggan. Terkadang pelanggan juga menerima instruksi untuk melakukan perakitan terhadap barang yang dikirim.

21

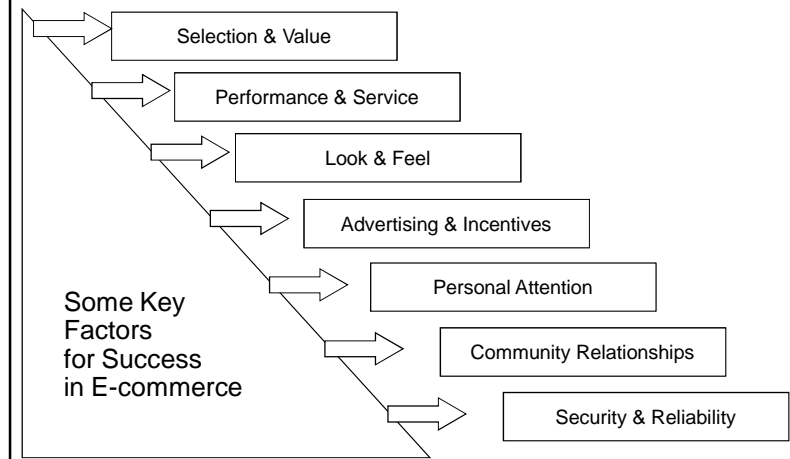
Process Categories of e-Commerce



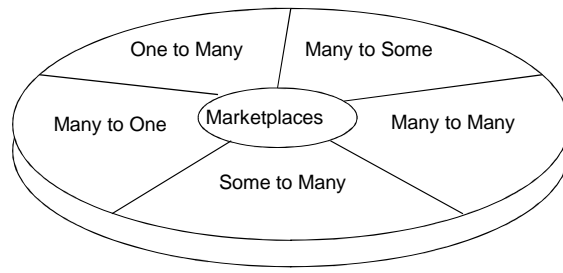
Electronic Payment and Security Systems



e-Commerce Success Factors



e-Commerce Success Marketplaces



Chapter Summary

- **Electronic commerce encompasses the entire online process of developing, marketing, selling, delivering, servicing, and paying for products and services.**
- **Basic categories of business and technology platforms for e-commerce marketplaces include: B2C, B2B, C2C.**
- **Many e-business enterprises are moving toward offering full-service B2C and B2B e-commerce portals supported by integrated customer-focused processes and internetworked supply chains.**

Chapter Summary (cont)

- **B2C e-Commerce: Businesses typically sell products and services to consumers at e-commerce websites that provide attractive Web pages, multimedia catalogs, interactive order processing, secure electronic payment systems, and online customer support.**
- **B2B e-Commerce: Business-to-business applications of e-commerce involve electronic catalog, exchange, and auction marketplaces that use Internet, intranet, and extranet websites and portals to unite buyers and sellers.**

ADA
PERTANYAAN ?