E-COMMERCE

Agus Wiranto, S.T., M.Kom.

E-COMMERCE

eureka media aksara
Anggota IKAPI
No. 225/JTE/2021

0858 5343 1992
eurekamediaaksara@gmail.com
Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-120-361-8
9 786231 203618

E-COMMERCE

Agus Wiranto, S.T., M.Kom.

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

E-COMMERCE

Penulis : Agus Wiranto, S.T., M.Kom.

Desain Sampul : Ardyan Arya Hayuwaskita

Tata Letak : Amini Nur Ihwati

ISBN : 978-623-120-361-8

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, FEBRUARI 2024**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:
Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992
Surel : eurekamediaaksara@gmail.com
Cetakan Pertama : 2024

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Selamat datang dalam dunia yang semakin terhubung secara digital! Buku ini hadir sebagai panduan komprehensif dalam memahami dan menguasai konsep-konsep yang mendasari tentang ECommerce.

Buku yang berjudul "E-Commerce" ini dirancang untuk pembaca dari berbagai latar belakang dimana dalam era digital yang terus berkembang, fenomena perdagangan elektronik atau e-commerce telah menjadi salah satu kekuatan pendorong utama dalam transformasi dunia bisnis. Saya, sebagai penulis, merasa tertarik untuk menyelami dan menggali lebih dalam tentang dunia yang penuh potensi ini.

E-commerce tidak lagi sekadar menjadi tren sementara, melainkan telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari kita. Dengan kemudahan akses internet, perkembangan teknologi, dan perubahan perilaku konsumen, e-commerce telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental. Kini, konsumen dapat dengan mudah menemukan dan membeli berbagai produk dan layanan hanya dengan beberapa klik, tanpa harus meninggalkan kenyamanan rumah mereka.

Melalui buku ini akan dijelaskan bagaimana e-commerce tidak hanya memberikan peluang besar bagi pelaku bisnis untuk mencapai pasar global, tetapi juga memberikan keuntungan bagi konsumen dalam hal kemudahan berbelanja, pilihan produk yang lebih beragam, serta harga yang lebih kompetitif.

Namun, di balik gemerlapnya kesuksesan e-commerce, terdapat juga tantangan dan risiko yang perlu diatasi. Dari keamanan transaksi online hingga logistik pengiriman barang, setiap aspek dalam e-commerce memiliki kompleksitas tersendiri yang perlu dipahami dan dielaborasi secara komprehensif.

Penulis berupaya untuk menjelajahi berbagai aspek e-commerce, mulai dari strategi pemasaran hingga manajemen rantai pasok, dengan harapan dapat memberikan wawasan yang mendalam bagi pembaca tentang potensi dan tantangan dalam dunia perdagangan elektronik ini.

Semoga karya ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pemahaman kita tentang e-commerce, serta menginspirasi pembaca untuk memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh dunia digital ini dengan bijak dan bertanggung jawab.

Selamat membaca dan selamat menjelajahi dunia yang tak terbatas dari ECommerce! Terima kasih atas ketertarikan Anda dalam memahami dan mengoptimalkan pengetahuan, karena pengetahuan yang dikelola dengan baik adalah kekuatan yang dapat merubah takdir suatu organisasi.

Selamat membaca!

Tangerang Selatan, 9 Februari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **v**
BAB 1 PENDAHULUAN E-COMMERCE DAN MODEL BISNIS E-COMMERCE **1**
A. Tujuan Pembelajaran 1
B. Uraian Materi 1
C. Kesimpulan 11
BAB 2 PLATFORM ECOMMERCE **12**
A. Tujuan Pembelajaran 12
B. Uraian Materi 12
C. Kesimpulan 31
BAB 3 METODE PEMBAYARAN ONLINE **33**
A. Tujuan Pembelajaran 33
B. Uraian Materi 33
C. Kesimpulan 43
BAB 4 LOGISTIK DAN PENGIRIMAN DALAM E-COMMERCE **45**
A. Tujuan Pembelajaran 45
B. Uraian Materi 45
C. Kesimpulan 52
BAB 5 PEMASARAN DAN PROMOSI E-COMMERCE **54**
A. Tujuan Pembelajaran 54
B. Uraian Materi 54
C. Kesimpulan 58
BAB 6 ANALISIS DATA DAN BIG DATA DALAM E-COMMERCE **60**
A. Tujuan Pembelajaran 60
B. Uraian Materi 60
C. Kesimpulan 71
BAB 7 TANTANGAN DAN RESIKO E-COMMERCE **72**
A. Tujuan Pembelajaran 72
B. Uraian Materi 72
C. Kesimpulan 78

BAB 8 PERKEMBANGAN MASA DEPAN E-COMMERCE.....80
A. Tujuan Pembelajaran.....80
B. Uraian Materi.....80
C. Kesimpulan.....82
BAB 9 ISU HUKUM DAN ETIKA E-COMMERCE.....84
A. Tujuan Pembelajaran.....84
B. Uraian Materi.....84
DAFTAR PUSTAKA.....111
TENTANG PENULIS.....113

BAB 1

PENDAHULUAN E-COMMERCE DAN MODEL BISNIS E-COMMERCE

A. Tujuan Pembelajaran

Pada pertemuan ini akan dijelaskan tentang Internet. Anda harus mampu:

Mengetahui konsep dari internet berupa "Pendahuluan E-Commerce dan Model Bisnis E-Commerce"

B. Uraian Materi

Tujuan Pembelajaran 1
Dasar Teori E-Commerce dan Model Bisnis E-Commerce

1. Pengetian 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 semakin memudahkan penggunanya kini ialah e-commerce.

E-commerce adalah sebuah transaksi penjualan yang dilakukan secara online yang hanya dilakukan oleh sebuah toko itu sendiri. Berikut adalah pengertian e-commerce menurut para ahli:

BAB 2 | PLATFORM E-COMMERCE

A. Tujuan Pembelajaran

Pada pertemuan ini akan dijelaskan tentang platform Ecommerce. Anda harus mampu:

Mengetahui konsep dari platform Ecommerce

B. Uraian Materi

Tujuan Pembelajaran 1
Dasar Teori platform Ecommerce

1. Platform E-Commerce

E-commerce merupakan sebuah infrastruktur digital yang memungkinkan individu dan perusahaan untuk menjual dan membeli produk atau jasa secara online. Ini mencakup berbagai komponen, seperti situs web, aplikasi seluler, sistem pembayaran, manajemen inventaris, dan fitur lainnya yang memungkinkan transaksi perdagangan elektronik terjadi. Platform e-commerce juga dapat mencakup berbagai layanan pendukung, seperti analisis data, pengiriman, dan dukungan pelanggan, untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan membantu penjual dalam menjalankan bisnis online mereka dengan lebih efisien.

BAB 3

METODE PEMBAYARAN ONLINE

A. Tujuan Pembelajaran

Pada pertemuan ini akan dijelaskan tentang Metode Pembayaran Online. Anda harus mampu:
Mengetahui konsep dari Model Pembayaran Online

B. Uraian Materi

Tujuan Pembelajaran 1
Dasar Teori Metode Pembayaran Online

Metode Pembayaran online dapat ditelusuri dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang semakin pesat. Perkembangan TIK telah mendorong munculnya berbagai inovasi baru, termasuk di bidang pembayaran. Salah satu inovasi tersebut adalah metode pembayaran online. Metode pembayaran online pertama kali muncul pada tahun 1994, ketika perusahaan e-commerce pertama, Amazon.com, mulai beroperasi. Pada awalnya, metode pembayaran online hanya terbatas pada kartu kredit dan debit. Namun, seiring dengan perkembangan TIK, metode pembayaran online pun semakin beragam, mulai dari transfer bank, uang elektronik, hingga dompet digital.

BAB 4

LOGISTIK DAN PENGIRIMAN DALAM E-COMMERCE

A. Tujuan Pembelajaran

Pada pertemuan ini akan dijelaskan tentang Logistik dan Pengiriman dalam E-Commerce Anda harus mampu:
Mengetahui konsep dari Logistik dan Pengiriman dalam E-Commerce

B. Uraian Materi

Tujuan Pembelajaran 1
Dasar Teori Logistik dan Pengiriman dalam E-Commerce

Pasar online dan e-commerce merupakan sektor yang terus berkembang pesat dalam ekonomi digital. Dalam konteks ini, manajemen logistik dan pengiriman memegang peranan krusial untuk memastikan kepuasan pelanggan, loyalitas, dan profitabilitas perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi dampak kualitas layanan logistik dan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan di pasar online dan e-commerce di Indonesia. Dengan melibatkan 300 konsumen yang bertransaksi melalui platform e-commerce, penelitian ini menggunakan model SERVQUAL dan Kano untuk mengukur kualitas layanan logistik dan kepuasan pelanggan. Hasilnya menunjukkan bahwa semua aspek kualitas layanan logistik dan pengiriman, termasuk keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Implikasi praktis penelitian ini

BAB 5 | PEMASARAN DAN PROMOSI E-COMMERCE

A. Tujuan Pembelajaran

Pada pertemuan ini akan dijelaskan tentang Pemasaran dan Promosi E-Commerce Anda harus mampu:

Mengetahui konsep dari Pemasaran dan Promosi E-Commerce

B. Uraian Materi

Tujuan Pembelajaran 1
Dasar Teori Pemasaran dan Promosi E-Commerce

1. Pemasaran dan Promosi E-Commerce

Pemasaran eCommerce adalah sekumpulan ide dan strategi pemasaran yang, ketika diterapkan secara kolektif, dapat menarik lebih banyak lalu lintas bertarget ke toko eCommerce Anda, meningkatkan tingkat konversi, dan juga meningkatkan pembelian berulang. Keberhasilan penerapan eCommerce Marketing adalah kunci untuk menjalankan toko online yang menguntungkan.

Panduan ini akan mencakup ide dan strategi pemasaran inti yang harus diterapkan oleh setiap pemilik situs web eCommerce untuk meningkatkan lalu lintas, meningkatkan tingkat konversi, dan pembelian berulang, sehingga membuka jalan untuk menjalankan bisnis online yang sukses. Dengan memahami mereka poin rasa sakit, Anda dapat menyesuaikan upaya pemasaran Anda untuk memberikan solusi yang efektif. Panduan ini akan memberi

BAB 6

ANALISIS DATA DAN BIG DATA DALAM E-COMMERCE

A. Tujuan Pembelajaran

Pada pertemuan ini akan dijelaskan tentang "Analisis data dan Big data dalam ECommerce". Anda harus mampu: Mengetahui konsep dari Analisis data dan Big data dalam ECommerce

B. Uraian Materi

Tujuan Pembelajaran 1
Dasar Teori Analisis data dan Big data dalam ECommerce

Dalam era digital yang terus berkembang, industri e-commerce telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang paling dinamis dan berpengaruh. Transformasi digital ini tidak hanya menciptakan peluang bisnis baru, tetapi juga menuntut perusahaan untuk menghadapi tantangan yang semakin kompleks dalam pengelolaan dan analisis data. Pada era ini, data tidak hanya dilihat sebagai suatu aset, tetapi lebih sebagai mata uang yang bernilai tinggi yang mampu memberikan wawasan mendalam dan strategis kepada perusahaan.

Seiring dengan pertumbuhan pesat e-commerce, kuantitas data yang dihasilkan oleh platform perdagangan elektronik juga meledak secara eksponensial. Fenomena ini menciptakan kebutuhan akan metode analisis data yang lebih canggih dan scalable. Di sinilah konsep "Big Data" menjadi krusial, karena memberikan solusi untuk menangani volume

BAB 7

TANTANGAN DAN RESIKO E-COMMERCE

A. Tujuan Pembelajaran

Pada pertemuan ini akan dijelaskan pengetahuan tentang Tantangan dan Resiko E-Commerce. Anda harus mampu:
Ingin mengetahui konsep dari Tantangan dan Resiko E-Commerce.

B. Uraian Materi

Tujuan Pembelajaran 1
Teori Dasar dasar Tantangan dan Resiko E-Commerce.

1. Dasar Teori Tantangan dan Resiko E-Commerce

E-commerce, singkatan dari perdagangan elektronik, mengacu pada segala bentuk transaksi komersial yang dilakukan secara elektronik melalui Internet.E-commerce telah menjadi fenomena dominan dalam dunia bisnis, mengubah cara bisnis beroperasi dan cara konsumen berbelanja. Definisi ini konsisten dengan penelitian dari majalah teknologi dan bisnis besar.

Menurut studi yang dilakukan oleh Li dkk (2018) Jurnal "Dampak E-commerce terhadap Kinerja Bisnis": E-commerce mencakup berbagai aktivitas, mulai dari menjual produk dan layanan hingga pembelian online dan bertukar informasi bisnis. Dalam konteks ini, e-commerce mencakup interaksi elektronik antara produsen, penjual, dan konsumen

BAB 8 | PERKEMBANGAN MASA DEPAN E-COMMERCE

A. Tujuan Pembelajaran

Pada pertemuan ini akan dijelaskan tentang Perkembangan masa depan e-commerce. Anda harus mampu :

Ingin mengetahui konsep dari Perkembangan masa depan e-commerce

B. Uraian Materi

Tujuan Pembelajaran 1
Teori Dasar Perkembangan masa depan e-commerce

Perkembangan masa depan e-commerce menjanjikan transformasi mendalam dalam cara kita berbelanja, berjualan, dan berinteraksi dengan produk dan layanan. Beberapa tren dan perubahan yang dapat diantisipasi termasuk pengaruh teknologi terbaru, pengalaman belanja yang semakin personal, dan adaptasi terhadap perubahan gaya hidup konsumen. Berikut adalah gambaran tentang perkembangan masa depan e-commerce:

1. E-commerce Mobile dan Penggunaan AR/VR

   Perkembangan teknologi mobile akan menjadi pendorong utama dalam e-commerce. Semakin banyak orang yang mengakses internet melalui perangkat seluler, dan ini mendorong perusahaan e-commerce untuk mengoptimalkan pengalaman belanja mobile. Selain itu, Augmented Reality (AR) dan Virtual Reality (VR) akan menjadi lebih terintegrasi,

BAB 9

ISU HUKUM DAN ETIKA E-COMMERCE

A. Tujuan Pembelajaran

Pada pertemuan ini akan dijelaskan Tentang Isu Hukum Dan Etika E-Commerce. Anda harus mampu :

Ingin mengetahui konsep dari Isu Hukum Dan Etika E-Commerce

B. Uraian Materi

Tujuan Pembelajaran 1
Teori Dasar Tentang Isu Hukum Dan Etika E-Commerce

Dalam era digital yang semakin berkembang, e-commerce telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. E-commerce memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan transaksi secara online, namun, di balik kemudahan tersebut terdapat berbagai isu hukum dan etika yang perlu diperhatikan. Makalah ini akan membahas beberapa isu penting dalam konteks hukum dan etika e-commerce.

DAFTAR PUSTAKA

Alba, Joseph. (2018). "E-commerce Essentials: How to Start a Successful Online Business". New York: Wiley.

Chaffey, Dave. (2019). "E-business and E-commerce Management". Harlow: Pearson Education Limited.

Evans, Peter B. (2021). "E-commerce Management: Text and Cases". Boston: Cengage Learning.

Hadiprayitno, Agus. (2020). "E-commerce di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan". Jakarta: Penerbit Kompas.

Iswanto, Budi. (2017). "Manajemen E-commerce: Teori dan Praktik". Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kalakota, Ravi, & Whinston, Andrew B. (2018). "Frontiers of Electronic Commerce". Boston: Pearson.

Laudon, Kenneth C., & Traver, Carol Guercio. (2022). "E-commerce: Business, Technology, Society". Boston: Pearson.

Lee, In. (2020). "The Global E-commerce Market: A Strategic Analysis". London: Routledge.

Nugroho, Agus. (2019). "E-commerce dan Transformasi Bisnis di Indonesia: Peluang dan Tantangan". Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.

O'Brien, James A. (2022). "Introduction to Information Systems: Essentials for the Internetworked E-business Enterprise". New York: McGraw-Hill Education.

Sari, Dewi Ratna. (2018). "Pemasaran E-commerce: Strategi dan Implementasi". Yogyakarta: Penerbit Deepublish.

Soegoto, Wira. (2021). "Tren E-commerce Global: Peluang dan Tantangan bagi Bisnis Indonesia". Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.

Subekti, Adi. (2018). "E-commerce untuk Pemula: Panduan Lengkap Memulai Bisnis Online". Jakarta: Penerbit Gramedia.

Sugiono, Bambang. (2021). "Strategi Pengembangan E-commerce di Era Digital: Studi Kasus Indonesia". Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Turban, Efraim, et al. (2020). "Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective". Cham: Springer.

Wiguna, I Made. (2017). "E-commerce: Sejarah, Konsep, dan Implementasi". Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Yusuf, Muhammad. (2019). "Strategi E-commerce untuk UMKM: Panduan Praktis". Bandung: Penerbit Informatika.

TENTANG PENULIS

Agus Wiranto., ST. M.Kom. Lahir 31 Agustus 1973 di Sragen Jawa Tengah Lulus S1 di Universitas Pamulang Program Studi Teknik Elektro tahun 2014. Lulus S2 Magister Komputer di Sekolah Tinggi Ilmu Koputer Eresha Jakarta tahun 2018. Sejak tahun 1996 hingga Saat ini aktif sebagai Praktisi dan bekerja di perusahaan Multinasional Indonesia sebagai Supervesor Engineering Mayora Group dan dosen di kampus Universitas Pamulang. Mengampu mata kuliah Testing QA dan Perangkat Lunak, Sistem Informasi Manajemen Keamanan Sistem Informasi, Jaringan Komputer dan lain-lain. Aktif sebagai Pengawas Koperasi di perusahaan, Aktif menulis artikel di berbagai jurnal ilmiah Nasional dan Internasional. Pernah tampil pada seminar prosiding, nasional dan Internasional.