



IMPLEMENTASI PEMBELAJARAN DARING KOLABORATIF 2023

ANTARA



DENGAN



UNIVERSITAS
TEKNOLOGI
SUMBAWA

SEKOLAH TINGGI
ILMU EKONOMI BIMA



**PROGRAM HIBAH IMPLEMENTASI
PEMBELAJARAN DARING KOLABORATIF 2023
DARI DIREKTORAT PEMBELAJARAN DAN KEMAHASISWAAN
DIREKTORAT JENDERAL DIKTI, RISET DAN TEKNOLOGI
TAHUN 2023**



SEKOLAH TINGGI
ILMU EKONOMI BIMA

E-COMMERCE

Sukses

dalam Bisnis Online





DOSEN PENGAMPU



NURUL HUDANINGSIH, M.T
UNIVERSITAS TEKNOLOGI SUMBAWA



ARIS MUNANDAR, MM
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BIMA



SRI ERNAWATI, MM
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BIMA





INTRODUCTION

E-commerce



e-commerce sudah dimulai sejak tahun 1970-an, yang saat itu bersamaan dengan hadirnya *electronic fund transfer*, suatu layanan pengiriman uang melalui saluran elektronik.



INTRODUCTION



- *E-Commerce* sama dengan *E-Bisnis*, namun memiliki konsep yang berbeda.
 - *e-commerce*, informasi dan teknologi komunikasi (ICT) digunakan di dalam transaksi “Business-to-Customer” (Transaksi di antara perusahaan / organisasi dan individual)
 - *e-bisnis*, dikatakan sebagai perubahan dari sebuah proses organisasi untuk menyampaikan nilai tambah pelanggan melalui sebuah teknologi aplikasi, filosofi dan paradigma computer dari sebuah kegiatan ekonomi.





Apa itu e-Commerce?

e-commerce adalah semua kegiatan perdagangan yang memanfaatkan teknologi dan internet yang dilakukan melalui media elektronik.





JENIS-JENIS E-COMMERCE





1. *Business to Consumer (B2C)*

B2C atau *Business to Consumer* adalah jenis *e-commerce* dimana **satu Perusahaan** yang menjual produk baik berupa barang atau jasa kepada pelanggan. Contohnya pada saat kita membeli produk kosmetik dari salah satu brand tertentu.

2. *Business to Business (B2B)*

Business to Business atau B2B adalah ketika perusahaan menawarkan produk kepada perusahaan lainnya. Contohnya perusahaan menjual layanan software kepada perusahaan lain.





3. Consumer to Consumer (C2C)

Consumer to Consumer adalah saat dimana seorang konsumen saling melakukan transaksi jual beli dengan satu transaksi jual beli dengan konsumen lainnya. Contoh dari model bisnis ini adalah marketplace atau e-commerce seperti Bukalapak, Tokopedia, BliBli, Shopee, dan marketplace lainnya

4. Consumer to Business (C2B)

Consumer to Business atau C2B adalah saat seorang konsumen menjual produknya (barang atau jasa) kepada perusahaan. Contoh dari model bisnis ini adalah influencer.



ALUR BISNIS E-COMMERCE





UNIVERSITAS
TEKNOLOGI
SUMBAWA



SEKOLAH TINGGI
ILMU EKONOMI BIMA



Start your business

(5 hal yang perlu dilakukan saat
memulai bisnis online)



01

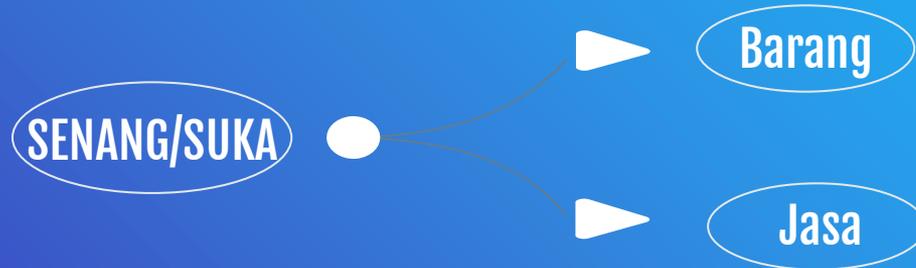
PASSION

Find Out Your
Passion



Beban → Hobi

“Kalau kita mengerjakan sesuatu yang kita suka maka kita tidak akan merasa itu sebagai beban “



Jika memiliki passion, maka kita akan terus bekerja tanpa merasa sedang bekerja

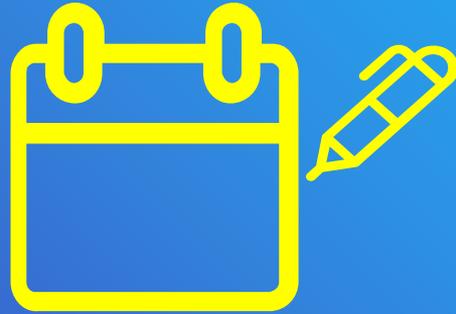


SEKOLAH TINGGI
ILMU EKONOMI BIMA

02

ROLE MODEL

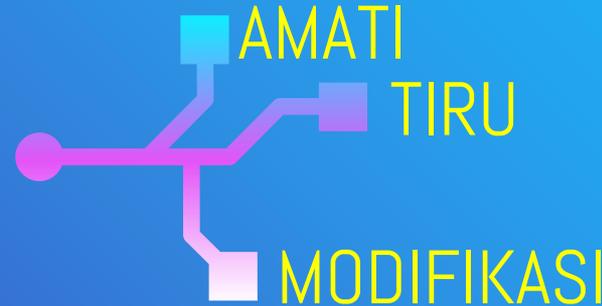
Find Out Your
Success Role Model



Gambaran Bisnis?????

ROLE MODEL = INSPIRATION

ATM



Jika tidak memiliki role model, maka kita tidak akan menjalankan usaha dengan baik (belum berpengalaman)



Why Costumer ????

03

COSTUMER

Choose Your Costumer

Tidak semua hal yang kita suka,
orang lain juga harus suka



Usia
Daya Beli
Pendidikan
Tempat Tinggal
Pendapatan

Customer
Personal





Pilih kategori/jenis usaha

04

CATEGORY

Choose Your
CATEGORY



Suatu usaha dapat melakukan expand pada kategori yang serupa



Sembako



Kuliner



Pakaian

Pengembangan produk baru hanya apabila kita telah yakin dengan ketersediaan pasar dari produk tersebut.

Market dalam Selling Channel memiliki karakter user yang berbeda-beda

05

SELLING
CHANNEL

Choose Your
Selling Channel



BELANJA ONLINE

BELANJA ONLINE

MANFAAT E-COMMERCE

SHOPPING
E-COMMERCE
INFOGRAPHIC





1

Hemat Biaya Marketing / Promosi

Menggunakan media digital untuk mempromosikan produk kita, seperti Facebook, Twitter, TikTok, dan Instagram. Membuatun di berbagai *platform* jauh lebih mudah dan praktis, serta tak membutuhkan banyak biaya. Malah Sebagian besar media social bisa digunakan dengan gratis

Tidak perlu menghabiskan dana untuk membuat brosur, spanduk, baliho, atau iklan di media cetak maupun televisi.





2

**Jangkauan
Pasar yang
Lebih Luas
dan Tepat
Sasaran**

Membuat konten promosi yang menarik dan disesuaikan dengan kebutuhan calon pelanggan yang kita bidik. Sebab, setiap *customer* itu unik

Dengan menggunakan digital marketing, kita dapat menjangkau target pasar yang lebih luas karena tak terbatas letak geografis





3

Dapat Meningkatkan Penjualan

Dengan jangkauan pasar yang luas serta dapat diakses oleh banyak orang, tentunya bisa berdampak pada peningkatan penjualan secara signifikan. Apalagi jika penerapan digital marketing yang kita buat mampu memberikan masukan, memotivasi, informatif dan bisa menjadi solusi bagi target pasar yang ingin kita jangkau.

Cara untuk dapat meningkatkan penjualan, kita bisa berkolaborasi dengan para pelaku *internal marketing strategy* lainnya, membaca berbagai artikel yang berkaitan dengan *social media* dan digital marketing.





4

Menjaga Komunikasi Antara Penjual & Pelanggan

Dengan menggunakan digital marketing, kita dapat menyediakan layanan pelanggan *online* selama 24 jam penuh dan 7 hari dalam seminggu. Artinya, kita membuka kesempatan bagi para pelanggan untuk bisa mengenal, berkomunikasi, berinteraksi, bahkan membangun hubungan yang solid demi terciptanya pelanggan yang loyal.

Membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan merupakan faktor penting dalam dunia bisnis.





5

Analisis Digital Secara Cepat & Tepat

Menganalisis kebutuhan para pelanggan, kebiasaan mereka dalam berbelanja, produk-produk yang mereka sukai, dan sebagainya. Dari data yang kita dapatkan tersebut, kita bisa melakukan analisis yang lebih cepat dan tepat untuk melakukan perbaikan atau untuk mengembangkan bisnis menjadi lebih besar lagi

Penerapan digital marketing secara tepat akan sangat membantu mendapatkan data akurat terkait pelanggan dan segala sesuatu yang berhubungan dengan mereka.





Strategi PEMASARAN BISNIS **ONLINE**



e-Commerce



Strategi e-Commerce



Content Marketing

Content marketing disajikan dalam bentuk, video, artikel, gambar dan yang lainnya



Mobile Marketing

Membuat tampilan dan desain website yang menarik bagi para pengguna smartphone



Continuous Marketing

Membangun komunikasi yang baik dan berkelanjutan dengan para pelanggan serta calon pelanggan



Integrated Digital Marketing

Memanfaatkan semua system pemasaran online sekaligus dengan sebaik mungkin.



Visual Marketing

bisnis dipasarkan melalui gambar-gambar yang menarik.



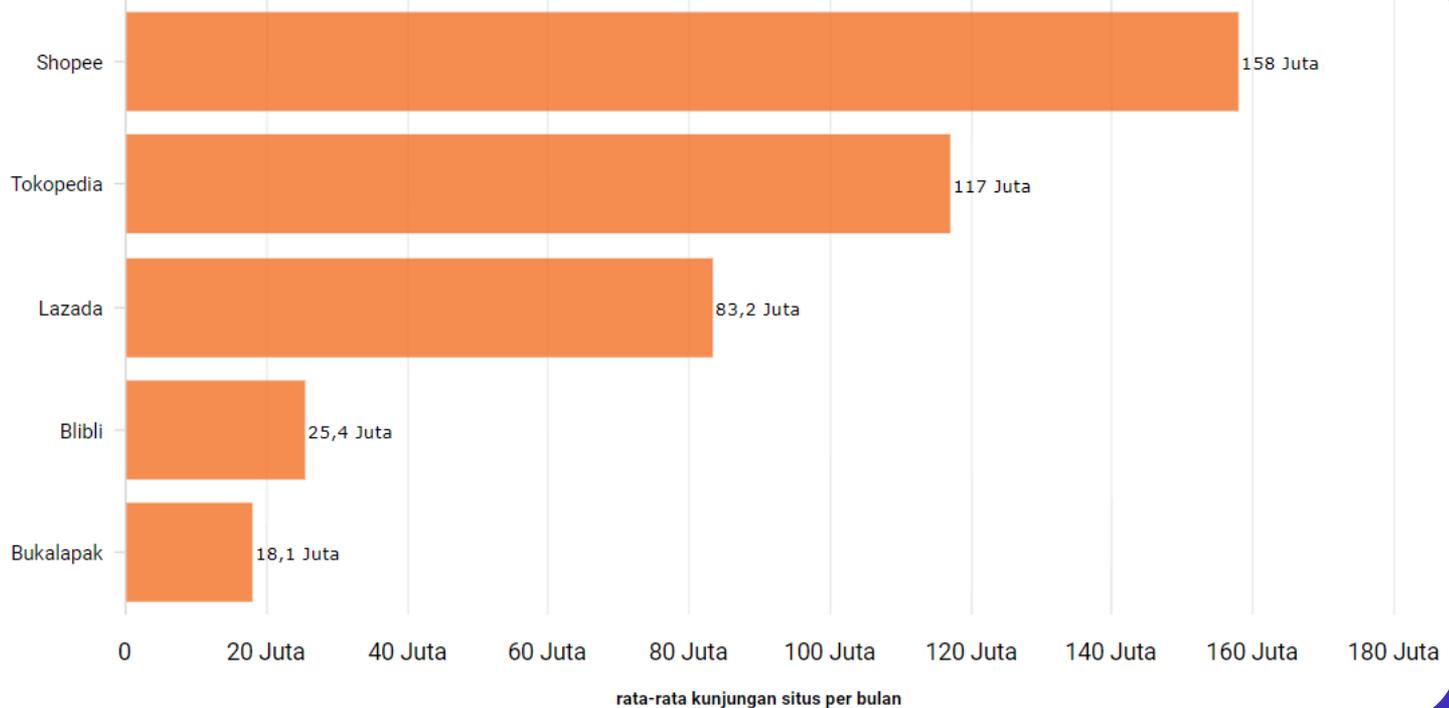
Personalized Marketing

membedakan konsumen melalui beberapa kriteria, misalnya: usia, domisili, hobi, aktifitas, dan yang lainnya.





5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Kuartal I 2023)

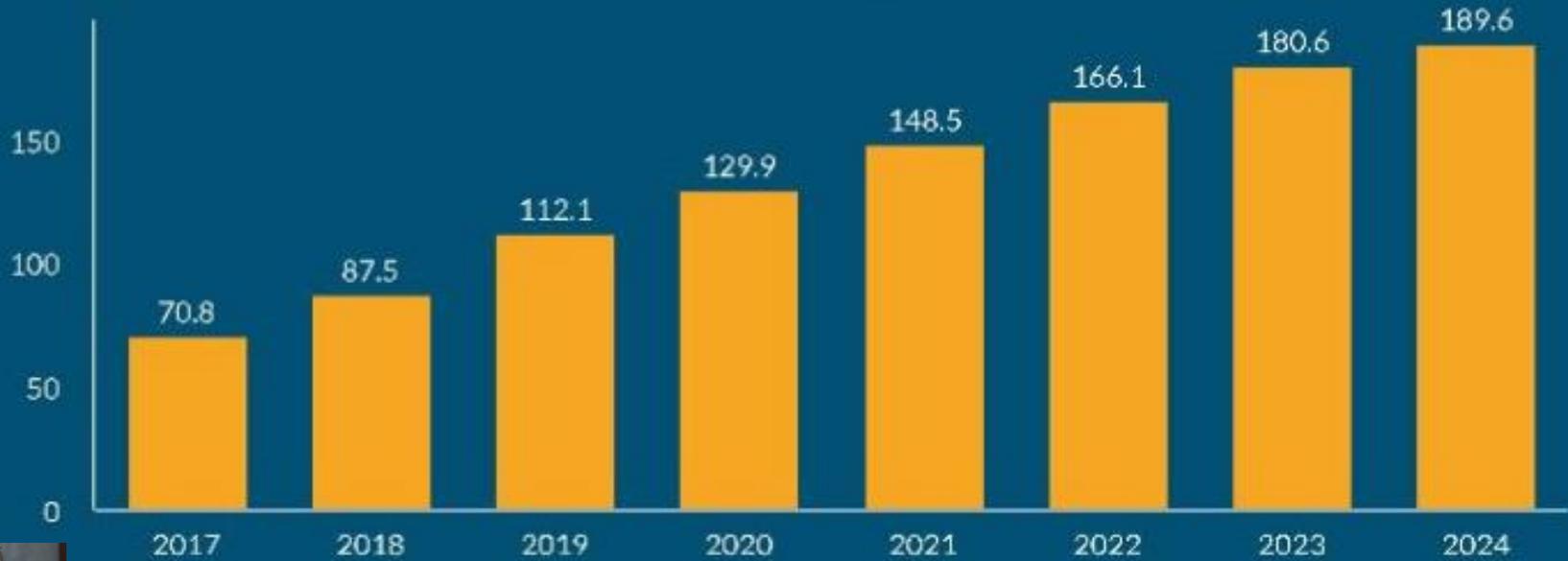


Sumber : www.databoks.katadata.co.id/





Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia 2024



Prediksi Pengguna E-Commerce (per Juta)

Sumber: Data e-Commerce Indonesia 2022, 2023, dan 2024

<http://rumahmedia.com/ist>

Prediksi Pengguna E-Commerce (per Juta)



Contoh Tipe E-Commerce

C2C / Marketplace



B2C



B2B



Daily Deals



E-commerce manakah yang paling diminati?



Sumber : data survey Populix



Terima Kasih !

