

Nama : Ella Ernawati

NPM : 2103046023

Matakul : Bisnis Digital

E-commerce atau perdagangan elektronik adalah kegiatan jual beli barang (jasa atau transmisi data / data) melalui jaringan elektronik (internet). E-commerce memiliki tujuh kategori yaitu :

1. B2B (business to business)
2. B2C (business to consumer)
3. C2C (consumer to consumer)
4. C2B (consumer to business)
5. B2A / B2G (business to administration / business to government)
6. C2A / C2G (~~business~~ to consumer to administration / consumer to government)
7. O2O (online to offline)

1. B2B → produk yang dijual dari satu perusahaan ke perusahaan lain. Contoh : indotrading, Kawan Lama, indonetwork. Mereka merupakan e-commerce yg khusus bekerja dalam lingkungan tertutup.

2. B2C → produk yg dijual dari perusahaan ke pembeli (konsumen). Contoh : toko ritel (Berrybenka, ~~tokopedia~~, Bhineka)

3. C2C → semua transaksi elektronik barang / jasa antar konsumen. E-commerce ini melalui pihak ketiga seperti tokopedia

buka lapak, shopee).

4. C2B → jual beli produk / jasa dilakukan dari konsumen kepada perusahaan. Contoh: konten kreator yang menawarkan jasa pada perusahaan seperti freelancer, upwork, istock

5. B2A / B2G → e-commerce yang mencakup transaksi yang dilakukan secara langsung kepada lembaga pemerintah.

Contoh: situs pajak.go.id, Allianz, BPJS Kesehatan

6. C2A / C2G → semua transaksi elektronik yang dilakukan antara individu dan publik. Contoh: pendidikan (Gutwari Handayani), jamsostek, DJP, Kesehatan (baliti hugada)

7. O2O → jenis e-commerce yang menarik pelanggan dari online (daring) ke offline (luring). Pihak produsen akan melakukan promosi untuk menarik konsumen terhadap produk melalui jaringan online, yang kemudian dilakukan pembelian di toko offline.

E-commerce ini juga berhubungan dengan aktivitas pemesanan secara online dan melakukan pengembalian barang di toko offline dengan menggunakan aplikasi gojek, grab, airbnb, airy

Kelebihan e-commerce

1. Produk dan layanan bervariasi
2. Mempersingkat rantai distribusi
3. Pembayaran lebih mudah
4. Brand lebih dekat dengan konsumen
5. Peningkatan kualitas layanan
6. Belanja kapan saja
7. Efisiensi biaya

Kekurangan e-commerce

1. Ketergantungan pada teknologi informasi
2. Kurangnya UU yang mengatur komersial
3. Budaya pasar yang memalakan perdagangan elektronik
4. Kurangnya privasi
5. Rawannya transaksi pada online
6. Kualitas produk belum tentu sama di online dengan produk asli