**7 CATAGORIES E COMMERC DAN**

**PENGERTIANYA SECARAH ILMIAH**

Dosen Pengampuh :

Wartariyus, S.Kom.,M.T.I

****

|  |  |
| --- | --- |
| Ashabul Irvan | 2113046042 |
| Binggi Wilatama | 2113046062 |
| Helmalia Putri | 2113046088 |
| Siti Rahma Nurbaherah | 2113046076 |
| Yurike Anjany Ermawan | 2113046066 |

Nama Kelompok :

**PENDIDIKAN BAHASA LAMPUNG**

**JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI**

 **FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

**UNIVERSITAS LAMPUNG**

 **2023**

# **KATA PENGANTAR**

 Alhamdulillah, puji syukur ke hadirat Allah SWT karena atas taufik dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan makalah ini untuk memenuhi tugas mata kuliah Bisnis Digital. Salawat serta salam senantiasa penulis sanjungkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, serta semua umatnya hingga kini. Dan semoga kita termasuk dari golongan yang kelak mendapatkan syafaatnya.

 Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkenan membantu pada tahap penyusunan hingga selesainya makalah ini. Harapan penulis semoga makalah yang telah tersusun ini dapat bermanfaat sebagai salah satu rujukan maupun pedoman bagi para pembaca, menambah wawasan serta pengalaman, sehingga nantinya penulis dapat memperbaiki bentuk ataupun isi karya tulis ilmiah ini menjadi lebih baik lagi.

 Penulis sadar bahwa makalah ini tentunya tidak lepas dari banyaknya kekurangan, baik dari aspek kualitas maupun kuantitas dari bahan penelitian yang dipaparkan. Semua ini murni didasari oleh keterbatasan yang dimiliki penulis. Oleh sebab itu, penulis membutuhkan kritik dan saran kepada segenap pembaca yang bersifat membangun untuk lebih meningkatkan kualitas dikemudian hari.

Bandar Lampung, 15 September 2023

# **DAFTAR ISI**

[**KATA PENGANTAR** 2](#_Toc145703290)

[**DAFTAR ISI** 3](#_Toc145703291)

[**BAB I** 4](#_Toc145703292)

[**PENDAHULUAN** 4](#_Toc145703293)

[**1.1 LATAR BELAKANG** 4](#_Toc145703294)

[**1.2 Rumusan Masalah** 5](#_Toc145703295)

[**1.3 Tujuan Masalah** 5](#_Toc145703296)

[**BAB II** 6](#_Toc145703297)

[**PEMBAHASAN** 6](#_Toc145703298)

[**2.2 Business to Business (B2B)** 7](#_Toc145703299)

[**2.3 Business to Consumer (B2C)** 8](#_Toc145703300)

[**2.4 Consumer to Consumer (C2C)** 8](#_Toc145703301)

[**2.5 Consumer to Business (C2B)** 8](#_Toc145703302)

[**2.6 Business to Administration (B2A)** 9](#_Toc145703303)

[**2.7 Consumer to Administration (C2A)** 9](#_Toc145703304)

[**2.8 Online to Offline (O2O)** 9](#_Toc145703305)

[**BAB III** 10](#_Toc145703306)

[**PENUTUP** 10](#_Toc145703307)

[**3.1 KESIMPULAN** 10](#_Toc145703308)

[**DAFTAR PUSTAKA** 11](#_Toc145703309)

[**LAMPIRAN** 12](#_Toc145703310)

# **BAB I**

# **PENDAHULUAN**

## **1.1 LATAR BELAKANG**

e-Commerce adalah salah satu bentuk kemajuan teknologi yang bisa kita rasakan sekarang. Grameds pasti sudah tidak asing lagi dengan keberadaan e commerce, terutama orang- orang yang suka berbelanja online di internet.

Apakah Grameds jadi salah satu golongan orang yang suka belanja online? Tepat sekali, kebanyak orang mungkin memang suka berbelanja, baik wanita maupun pria, bahkan tidak terpaut usia bisa memiliki sifat konsumtif.

Namun apakah Grameds sudah memahami betul apa itu e commerce? Nah, perlu Grameds ketahui bahwa berkat Internet, perkembangan teknologi telah membuka peluang bisnis baru. Kemunculan e- commerce adalah salah satunya. Tapi tahukah Grameds apa itu e commerce, apakah bisnis ini membantu Grameds untuk memenuhi kepuasan pada perilaku yang sifatnya konsumtif? Bagaimana perkembangan Indonesia?

Nah, e-commerce adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan transaksi online yang berlangsung melalui internet atau jaringan elektronik lainnya. Namun, secara umum, Grameds mengenal e-commerce adalah sebuah aktivitas belanja online yang melibatkan jual beli produk fisik atau digital melalui Internet. Bahkan, e-commerce juga mencakup kegiatan seperti jual beli, perbankan, dan penyediaan jasa.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apa itu e commerc ?
2. Apa itu catagories e commerc B2B, B2C, C2C, C2B, B2A/B2G, C2A/C2G, O2O ?

## **1.3 Tujuan Masalah**

makalah ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kami khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Semoga makalah ini dapat digunakan sebagai referensi bagi pihak yang ingin mempelajari apa itu E-Commerce dan catagorinya.

# **BAB II**

# **PEMBAHASAN**

**2.1 PENGERTIAN E COMMERC**

Apa itu e-commerce? e-commerce adalah semua kegiatan perdagangan yang dilakukan melalui media elektronik. Untuk televisi dan telepon tersedia, tetapi lebih banyak e-commerce terjadi melalui Internet. Perkembangan teknologi, khususnya Internet, mempengaruhi banyak bidang kehidupan, termasuk ritel. Perdagangan telah berubah dalam hal proses jual beli dan pemasaran produk. Proses perdagangan ini umumnya dikenal sebagai electronic commerce atau singkatnya e-commerce.

Pengertian e-commerce menurut Laudon & Laudon adalah proses penjualan dan pembelian barang secara elektronik oleh konsumen, yang merupakan transaksi business-to-business dengan perantara computer, yakni menggunakan jaringan komputer.

David Baum (1999) kemudian juga mendefinisikan e-commerce sebagai seperangkat teknologi dinamis dengan bentuk aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan bisnis, konsumen, dan masyarakat melalui e-commerce dalam pertukaran barang, jasa, dan informasi secara elektronik.

Pemahaman tentang e-commerce ini dapat menyebabkan kesalahpahaman tentang bagaimana sistem e-commerce dan pasar. Istilah e-commerce digunakan untuk menggambarkan semua transaksi yang menggunakan media elektronik.

E-commerce ini menawarkan banyak perubahan terkait proses perdagangan. Jika proses jual beli tradisional membutuhkan pertemuan tatap muka antara pembeli dan penjual, e-commerce tidak lagi membutuhkannya. Pembeli dapat berdagang di berbagai kota tanpa pertemuan dan berkomunikasi melalui internet. E-Commerce menguntungkan pembeli dan juga penjual. Pembeli lebih hemat biaya dan waktu karena tidak perlu jauh-jauh mencari barang yang dibutuhkan.

## **2.2 Business to Business (B2B)**

B2B adalah jenis perdagangan berupa semua transaksi elektronik barang atau jasa yang dilakukan antar perusahaan. Produsendan pedagang tradisional biasanya memakai*e-commerce* dengan jenis ini.

Kategori e-commerce “business to business” atau B2B ini dilakukan antara pihak yang saling berkepentingan dalam suatu bisnis. Kedua belah pihak biasanya sudah saling mengenal dan mengetahui proses bisnis yang mereka lakukan masing-masing.

Selain itu, kategori e-commerce B2B dilakukan secara berkelanjutan karena masing-masing pihak saling mendapatkan keuntungan dan biasanya pemesanan dilakukan dengan jumlah banyak. Contoh bisnis e-commerce B2B adalah ketika pengolah kayu menjual produk mereka (menjadi supplier) ke perusahaan pembuat furnitur, kemudian pembayarannya dilakukan secara digital.

## **2.3 Business to Consumer (B2C)**

B2C adalah jenis perdagangan yang dilakukan pelaku bisnis dengan konsumen, hal ini sama dengan perusahaan yang menjual produknya ke konsumen. Dimana pihak produsen mejual dan memasarkan produknya ke konsumen tanpa adanya sebuah feedback dari konsumen untuk melakukan sebuah bisnis kembali. Artinya, perusahaan hanya menjual produk atau jasa dan konsumen hanya sebagai pemakai atau pembeli.

Contoh bisnis B2C adalah transaksi yang seringkali terjadi di marketplace, seperti pembelian pakaian, produk rumah tangga, makanan untuk peliharaan, dan sebagainya. Intinya, di kategori bisnis B2C tidak ada unsur kerjasama lanjutan seperti pada kategori B2B.

## **2.4 Consumer to Consumer (C2C)**

C2C adalah jenis e-commerce yang meliputi semua transaksi elektronik barang atau jasa yang dilakukan antar konsumen. Biasanya transaksi ini dilakukan melalui pihak ketiga yang menyediakan sebuah platform online atau market place untuk melakukan transaksi tersebut.

Kategori e-commerce “consumer to consumer” (C2C) menjalankan transaksi jual beli yang memberlakukan sistem barter. Konsumen-konsumen yang terlibat tersebut dapat saling menjual produk yang mereka masing-masing miliki. Misalnya, pedagang produk kecantikan yang dijual dalam bentuk ecer atau penjual pakaian bekas.

## **2.5 Consumer to Business (C2B)**

C2B adalah sebuah jenis perdagangan dengan model bisnis dimana perorangan dapat menawarkan berbagai produk atau jasa kepada perusahaan tertentu dimana perusahaan ini nantinya akan membeli barang atau jasa tersebut. Konsep ini merupakan kebalikan dari business to consumer.

## **2.6 Business to Administration (B2A)**

B2A adalah jenis e-commerce yang mencakup semua transaksi yang dilakukan secara daring antara perusahaan dengan administrasi publik. Jenis ini telah digunakan dan mengalami peningkatan beberapa tahun terakhir karena dengan investasi yang dibuat melalui e-goverment atau pihak pemerintah.

## **2.7 Consumer to Administration (C2A)**

C2A adalah jenis e-commerce yang mana semua transaksi dilakukan antara individu dengan administrasi publik atau sebuah layanan yang diberikan untuk masyarakat oleh pemerintah dengan sebuah dukungan teknologi informasi dan komunikasi. Contoh dari penggunaan C2A adalah penggunaan dari e-samsat dan e-filling.

## **2.8 Online to Offline (O2O)**

O2O adalah jenis e-commerce yang digunakan untuk menarik pelanggan dari saluran online untuk sebuah toko fisik. Inti dari proses O2O adalah mengkombinasikan antara e-commerce dengan belanja ritel fisik atau toko fisik.

# **BAB III**

# **PENUTUP**

## **3.1 KESIMPULAN**

Penerapan bisnis elektronik global dapat membantu kemajuan dari penggunanya tergantung sebaik apa pemanfaatannya. E-commerce sendiri juga memiliki kelebihan serta kekurangan dalam pernananya, akan tetapi semua itu dapat teratasi jika perusahaan dapat memaksimalkan penggunaannya.

E-commerce merupakan bagian dari e-bisnis yang berhubungan dengan pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui Internet. Hal ini juga mencakup kegiatan yang mendukung tentang transaksi di pasar, seperti periklanan, pemasaran, dukungan konsumen, keamanan, pengiriman,

dan pembayaran.

Penerapan E-commerce di dunia bisnis terlebih dizaman digital merupakan suatu kebutuhan. Maka dari itu, sebagai pengguna kita harus memanfaatkan media yang ada sebaik mungkin. Tidak menutup kemungkinan e-commerce memiliki beberapa kendala serta hambatan, tetapi jika semua itu sudah di siapkan dengan matang, apapun itu kendalanya maka semuanya dapat teratasi.

# **DAFTAR PUSTAKA**

Putry heri tania. 2021. E-Commerce: *Pasar Digital dan Barang digital Pada PT. Setia Utama*. 3-16 halaman.

Peter paula & Oloson C. Jerry. 2018. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran.* 278-279 halaman.

# **LAMPIRAN**





