

Proses Bisnis dan Model Bisnis E-Commerce Berbasis Website dan Mobile App

Disusun Oleh : 1. Sherly Abelia Ananda 2213031026
2. Karima Aini Hanifa 2213031030

1. Proses Bisnis *E-Commerce*

Proses bisnis *e-commerce* menggambarkan alur transaksi mulai dari konsumen mengakses platform hingga produk atau jasa diterima. Perbedaan utama antara berbasis website dan mobile app terletak pada pengalaman pengguna (*user experience*), teknologi, dan interaksi konsumen.

Tabel Perbandingan Proses Bisnis

Tahapan	Website	Mobile App
Akses & Interaksi	Diakses via browser, cocok untuk tampilan detail.	Akses cepat, notifikasi mendorong interaksi.
Pencarian Produk	Filter dan kategori detail.	Rekomendasi personal berbasis AI.
Checkout	Cocok untuk transaksi besar.	Checkout instan, terintegrasi dompet digital.
Pembayaran	Transfer bank, kartu kredit, COD.	Lebih mudah terhubung dengan e-wallet.
Pemrosesan Pesanan	Terhubung ke sistem gudang & logistik.	Terhubung ke sistem gudang & logistik dan ditambah notifikasi instan.
Pengiriman	Terhubung dengan mitra logistik.	Dilengkapi real-time tracking interaktif.
Layanan Purna Jual	Komplain via form/email.	Chat langsung & customer service 24/7.

2. Model Bisnis *E-Commerce*

Model bisnis *e-commerce* dapat dibedakan berdasarkan arah transaksi, sumber pendapatan, dan platform yang digunakan.

Tabel Perbandingan Model Bisnis

Kategori		Website	Mobile App
B2C (Business Consumer)	to	Tampilan katalog lebih detail, cocok untuk pembelian sekali-sekali.	Fokus retensi pelanggan, flash sale, cashback.
B2B (Business Business)	to	Platform untuk supplier dan distributor, cocok transaksi besar.	Kurang populer, namun mendukung aplikasi bisnis khusus.
C2C (Consumer Consumer)	to	Marketplace seperti OLX, mudah diakses via browser.	Lebih personal melalui chat dan notifikasi.
Subscription Model		Website resmi brand (Shopify, Netflix).	Lebih praktis untuk langganan berulang (Spotify, Canva).
Marketplace Model		Pendapatan dari komisi, iklan.	Sama, ditambah program loyalitas & notifikasi promosi.
Direct-to-Consumer (D2C)		Website resmi brand untuk branding & SEO.	Aplikasi resmi brand untuk loyalitas dan retensi.

Selanjutnya, menurut Michael Rappa dalam Sumarni (2024) terdapat beberapa model bisnis di dalam suatu *E-Commerce* yang menggunakan web antara lain;

1. Brokerage Model

Broker adalah pencipta pasar, mereka membawa para pembeli dan penjual bersama-sama dan memfasilitasi transaksi. Broker sering memainkan peranan dalam pasar-pasar bisnis ke bisnis (B2B), bisnis ke konsumen (B2C), atau konsumen ke konsumen (C2C). Biasanya broker mengenakan biaya atau komisi bagi setiap transaksi yang diperantarainya. Contohnya, Tokopedia, Shopee dan Bukalapak.

2. Advertising Model

Model periklanan web merupakan perpanjangan dari model siaran media tradisional. Penyiar, dalam kasus ini, situs web, menyediakan konten. (biasanya, tetapi tidak harus, secara gratis) dan jasa (seperti email, IM, blog) dicampur dengan pesan-pesan iklan dalam bentuk iklan banner. Iklan banner dapat menjadi sumber utama atau satu-satunya pendapatan bagi broadcaster. Penyiar (broadcaster) mungkin pencipta konten atau distributor konten yang dibuat dimana saja. Model iklan terbaik terjadi ketika volume lalu lintas pengunjung besar atau sangat khusus. Contoh lain, iklan cetak seperti baliho dan brosur, iklan digital seperti iklan media sosial dan pay-per-click (PPC), iklan luar ruangan (outdoor) pada bus dan kendaraan, iklan televisi dan radio, penempatan produk dalam film atau acara, serta model berbasis hadiah pada aplikasi game.

3. Model Bisnis Infomediary

Data mengenai pembeli dan kebiasaan membeli mereka sangat penting, data tersebut kemudian digunakan sebagai bahan analisis. Hasil analisis tersebut dijual ke pihak ketiga yang memerlukan. Contohnya, kompas.id

4. Model Bisnis Merchant

Model bisnis ini merupakan model bisnis elektronik dari penjualan barang secara grosir maupun eceran (retail). Penjualan bisa melalui harga yang ada maupun lelang.

5. Model Bisnis Manufacturer

Pada model bisnis ini perusahaan brick and mortal, yang sudah mempunyai basis industri sendiri, mereka membuat web untuk beberapa tujuan yaitu untuk memperpendek rantai distribusi produk dengan mengakses langsung ke pemakai, meningkatkan pelayanan untuk pelanggan serta mengetahui kebutuhan pelanggan secara langsung. Bentuknya hanya satu: Brand integrated content, contoh: Apple.

6. Model Bisnis Affiliate

Model bisnis ini memungkinkan afiliasi antar website e-commerce untuk melakukan penjualan di internet. promosi/ Beberapa variasi dari model bisnis seperti: banner exchange, pay per click dan revenue sharing programs. Contoh dari model bisnis ini adalah Amazon.com.

7. Model Bisnis Community

Berbasiskan pada kepuasan pengunjung situs, pada beberapa kasus pengunjung merupakan penyumbang isi dan pendapatan dari situs web tersebut. Contohnya, Harley Davidson dengan komunitas pemilik motornya.

8. Model Bisnis Subscription

Pengunjung membayar mengakses situs tersebut. Isi dari situs tersebut merupakan informasi yang bernilai tinggi. Contohnya: Netflix (layanan streaming film), Spotify (layanan musik), Adobe Creative Cloud (perangkat lunak), Dollar Shave Club (kotak produk), dan Ruangguru (bimbingan belajar).

Sumber referensi :

Sumarni, T., Septiana, R., Syera, S., & Al Hafizh, E. A. 2025. Menyesuaikan Konsep Web E-Commerce dengan Tujuan dan Model Bisnis yang di Inginkan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, 3(1), 369-383.