

Hasil Diskusi Kelompok

Anggota : 1. Sella Kurnia Wati

2. Fajar Agustiara

Topik:

Eksplorasi Proses Bisnis dan Model Bisnis E-Commerce Berbasis Website dan Mobile App di Indonesia Tahun 2025

1. Proses Bisnis E-Commerce (End-to-End)

a) Discovery & Akses

Pengguna mengakses platform melalui website atau mobile app. Di tahun 2025, 97 % akses e-commerce Indonesia dilakukan lewat smartphone (We Are Social 2025). Mobile app unggul karena push notification, deep link TikTok/IG, dan PWA (Progressive Web App).

b) Pencarian & Pemilihan Produk

Didukung AI recommendation, voice search, visual search, dan live streaming. Shopee & TikTok Shop menggunakan big data + algoritma real-time sehingga conversion rate 3–5× lebih tinggi daripada website biasa.

c) Keranjang Belanja & Checkout

Mobile app memiliki fitur “*persistent cart*” (keranjang tidak hilang meski app ditutup) dan one-tap checkout (ShopeePay, GoPay, OVO). Abandonment rate mobile app hanya 35–45 %, sedangkan website 70–80 %.

d) Pembayaran

Dominasi e-wallet (70 % transaksi), QRIS, paylater (SPayLater, GoPay Later, Akulaku), dan BNPL. Biometrik (sidik jari/face ID) membuat proses < 5 detik.

e) Logistik & Pengiriman

Integrasi logistik internal (Shopee Express, Tokopedia Express, J&T, JNE, SiCepat). Fitur real-time tracking + map hanya optimal di mobile app. Quick commerce (GoShop, GrabMart) menawarkan pengiriman 15–30 menit.

f) Layanan Purna Jual & Retensi

Chat seller langsung, retur gratis 15–30 hari, rating 1-tap, auto-voucher, gamification (Shopee Coin, TikTok Reward). In-app community & loyalty program meningkatkan repeat order hingga 60 %.

2. Model Bisnis E-Commerce Terkini (2025)

a) Business to Consumer (B2C)

Contoh: Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, Zalora, Sociolla (official store).

b) Consumer to Consumer (C2C)

Contoh: Tokohub (Tokopedia pre-loved), Carousell, OLX (masih aktif untuk barang bekas besar).

c) Business to Business (B2B)

Contoh: Alibaba.com, Ralali.com, Indotrading (khusus alat industri & bahan baku).

d) Consumer to Business (C2B)

Contoh: Sribulancer, Projects.co.id, Fastwork, serta fitur “Request Produk” di TikTok Shop.

e) Social Commerce (Dominan 2025)

TikTok Shop, Instagram Shop, WhatsApp Catalog, Facebook Shop. Revenue dari affiliate (10–30 %), live streaming sales, dan Fulfillment by Platform.

f) Quick Commerce / On-Demand

GoShop, GrabMart, ShopeeFood Supermarket , fokus kebutuhan harian dengan pengiriman < 1 jam.

g) Crowdfunding / Crowdsourcing

Kitabisa.com, BenihBaik.com, Wujudkan.com (masih aktif untuk proyek sosial & kreatif).

Kesimpulan & Insight 2025

Website tetap penting untuk branding dan SEO, tetapi mobile app + social commerce telah menjadi ujung tombak e-commerce Indonesia. Di tahun 2025, 90 % GMV (Gross Merchandise Value) berasal dari mobile app dan social platform. Proses bisnis yang paling sukses adalah yang “mobile-first, social-driven, logistik-terintegrasi, dan one-tap payment”.

Bagi generasi muda:

- Sebagai konsumen → belanja cerdas, manfaatkan promo & paylater secara bijak.
- Sebagai calon pelaku usaha → mulai berjualan sekarang juga dengan kombinasi TikTok Shop + Shopee/Tokopedia + Instagram + WhatsApp Business (biaya masuk hampir nol).

E-commerce bukan lagi tren, melainkan gaya hidup dan peluang ekonomi digital Indonesia. Dengan pemahaman proses bisnis dan model bisnis yang tepat, kita semua bisa menjadi bagian dari pertumbuhan ekonomi digital nasional yang diproyeksikan mencapai Rp 2.500 trili un pada tahun 2030.