

E-COMMERCE

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

E-COMMERCE

**Yulia Nurendah
Mumuh Mulyana
Denta Purnama**



E-COMMERCE

**Yulia Nurendah
Mumuh Mulyana
Denta Purnama**

Desain Cover:
Yayan Sopian

Sumber:
Alinea.ID

Proofreader:
Mashadi

Ukuran:
x, 132 hlm, Uk: 15,5x23 cm

ISBN:

Cetakan Pertama:
Februari 2025

Copyright ©2025 Yulia Nurendah, Mumuh Mulyana, Denta Purnama



PENERBIT KESATUAN PRESS

Anggota IKAPI (366/Anggota Luar Biasa/JBA/2020)

Kampus IBI Kesatuan

Jalan Ranggagading No. 1 Bogor 16123

EMail: kesatuanpress@ibik.ac.id

Kata Pengantar Penerbit

Puji syukur kepada Allah SWT, Alhamdulillah atas limpahan anugrah dan segala karunia-NYA.

E-Commerce menjadi salah satu pilar utama dalam ekosistem digital yang terus berkembang, memberikan peluang besar bagi para pelaku bisnis untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Dalam konteks pendidikan, pemahaman yang mendalam mengenai E-Commerce menjadi suatu keharusan, khususnya bagi mahasiswa program Sarjana Terapan Bisnis Digital yang dipersiapkan untuk menjadi profesional di bidang ini.

Buku yang dirancang untuk memberikan pemahaman konseptual dan praktis mengenai E-Commerce ini disusun oleh para akademisi dan praktisi di bidang bisnis digital.

Kami berharap buku ini dapat menjadi referensi utama bagi mahasiswa, dosen, serta para praktisi bisnis yang ingin mendalami dunia E-Commerce. Dengan adanya buku ini, diharapkan para pembaca dapat memahami berbagai konsep dan strategi yang relevan dalam membangun serta mengembangkan bisnis digital yang kompetitif.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses penerbitan buku ini. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi dunia pendidikan dan industri digital di Indonesia.

Hormat Kami,
Penerbit Kesatuan Press

Prakata

Alhamdulillah, puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat-Nya Buku E-Commerce Business untuk mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan telah selesai disusun. Buku E-Commerce Business ini diperlukan sebagai sarana pendukung, agar mahasiswa memiliki panduan selama pembelajaran.

Buku ini disesuaikan dengan perkembangan kurikulum dan literatur yang digunakan, sehingga memudahkan mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan dalam memahami pembelajaran. Untuk materi dalam buku ini berdasarkan Rencana Pembelajaran Semester mata kuliah E-Commerce Business pada Program Studi Sarjana Terapan Bisnis Digital. Tujuan dari pembelajaran ini adalah agar mahasiswa mampu mengimplementasikan materi yang telah dipelajari dalam dunia kerja.

Semoga buku ini bermanfaat dan dapat memenuhi target yang telah ditentukan. Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan buku ini.

Jakarta Januari 2025

Penulis

Daftar Isi

Kata Pengantar Penerbit.....	v
Prakata	vi
Daftar Isi	vii
BAB I Definisi, Manfaat dan Perkembangan Ecommerce....	1
1.1 Pengertian E-Commerce.....	1
1.2. Manfaat E-Commerce.....	6
1.3. Perkembangan E-Commerce di Dunia	8
1.4. Perkembangan E-Commerce di Indonesia	11
1.5. Perbedaan E-Commerce dan E-bisnis	13
BAB II Contoh Kasus Perusahaan E-Commerce Lokal dan Internasional.....	17
2.1 Studi Kasus Perusahaan ECommerce di Indo- nesia.....	17
2.2. Studi Kasus Perusahaan E-Commerce Interna- sional	22
BAB III Struktur dan Klasifikasi Model E-Commerce	23
3.1 Model dan Klasifikasi Bisnis E-Commerce.....	23
3.2. Model Bisnis Business-to-Consumer (B2C).....	26
3.3 Model Bisnis Business-to-Business (B2B)	30
3.4. Model Bisnis Consumer-to-Consumer (C2C) ...	33
3.5. Mengidentifikasi Model Bisnis yang Bermun- dulan di Lingkup E-Commerce.....	36
BAB IV Membangun Bisnis E-Commerce	39
BAB V Bisnis Portal Internet	43
5.1. Memahami Bisnis Portal Internet	43

5.2. Memahami Starup Bisnis Internet.....	45
BAB VI Revenue dan Model Bisnis Umum E-Commerce..	49
6.1 Notasi Kunci Indeks.....	49
6.2 Kamus Data	51
6.3 Struktur Data.....	54
BAB VII Supply Chain Management dan Distribusi Pro-	
duk	59
7.1 Klasifikasi Produk E-Commerce	59
7.2 Manajemen Rantai Pasokan	62
7.3 Distribusi Produk dan Layanan E-Commerce ...	65
BAB VIII Konsep Pemasaran di Dalam E-Commerce.....	69
8.1 Identifikasi Ciri-Ciri Pengguna Internet.....	69
8.2 Konsep Dasar Prilaku Konsumen.....	72
8.3 Pengambilan Keputusan dalam Pembelian	75
8.4 Teknologi Utama Pendukung Pemasaran Online	78
BAB IX Konsep Web E-Commerce Sesuai dengan Alur	
Bisnis.....	83
9.1 Analisa Kebutuhan Membangun Situs E-Com- merce.....	83
9.2 Keputusan Proses Penyewaan / Pembangunan Hosting	86
9.3 Identifikasi Tools dan Infrastruktur untuk Kiner- ja Situs.....	89
BAB X Aspek-Aspek Keamanan dan Sistem Pembayaran	
Pada E-Commerce	93
10.1 Sistem Pembayaran Utama dalam E-Commer- ce Digital Cash	93

10.2 Kelengkapan dan Fungsi E-Billing	96
10.3 Pentingnya membuat Kebijakan Prosedur dan Aturan Dalam E-Commerce.....	98
BAB XI Konsep Internet Marketing	101
11.1 Konsep Dasar Internet Marketing.....	101
11.2 Menentukan Tujuan Internet Marketing.....	103
11.3 Internet Marketing Research dan Internet Marketing Tools	105
11.4 Search Engine dan Social Media Strategy	107
BAB XII Prototipe E-Commerce	111
12.1 Implementasi Konsep Produk dan Kelayakan Market.....	111
12.2 Design Web Menggunakan Open Source E-Commerce Application.....	113
12.3 Konfigurasi Site Map, Layout Website	116
DAFTAR PUSTAKA	119
PROFIL PENULIS	129