



E-COMMERCE

Neny Rosmawarni, S.Kom., M.Kom., Dr. **Fauziah**, S.Kom, MMSI.,
Muhammad Baitur Ridwan, S.Kom., M.Kom., **Amaliah Khairunissa**, S.Tr.Log., M.M.,
Yunita Fauzia Achmad, S.Kom, M.Kom., **Herly Nurrahmi**, S.Si, M.Kom.,
Ari Wibowo, S.E., M.Sc., **Budi Harto**, S.E., M.M., PIA., CBPA., **M Arief Rahman**, S.E., M.M.,
Dr. **Indri Ariyanti**, S.E., M.Si., **Siti Madinah**, S.Kom., M.Kom.

Editor: **Inggrid Yanuar Risca Pratiwi**, S.S.T., M.Tr.T.

E-COMMERCE

Neny Rosmawarni, S.Kom., M.Kom., Dr. Fauziah, S.Kom, MMSI.,
Muhammad Baitur Ridwan, S.Kom., M.Kom.,
Amaliah Khairunissa, S.Tr.Log., M.M.,
Yunita Fauzia Achmad, S.Kom., M.Kom.,
Herly Nurhmi, S.Si,M.Kom., Ari Wibowo, S.E., M.Sc.,
Budi Harto, S.E., M.M., PIA., CBPA.,
M Arief Rahman, S.E., M.M., Dr. Indri Ariyanti, S.E., M.Si.,
Siti Madinah, S.Kom., M.Kom



E-Commerce

Copyright© PT Penamudamedia, 2024

Penulis:

Neny Rosmawarni, S.Kom., M.Kom., Dr. Fauziah, S.Kom, MMSI., Muhammad Baitur Ridwan, S.Kom., M.Kom., Amaliah Khairunissa, S.Tr.Log., M.M., Yunita Fauzia Achmad, S.Kom., M.Kom., Herly Nurrhmi, S.Si,M.Kom., Ari Wibowo, S.E., M.Sc., Budi Harto, S.E., M.M., PIA., CBPA., M Arief Rahman, S.E., M.M., Dr. Indri Ariyanti, S.E., M.Si., Siti Madinah, S.Kom., M.Kom

Editor:

Ingrid Yanuar Risca Pratiwi, S.S.T., M.Tr.T.

ISBN:

978-623-88989-5-4

Desain Sampul:

Tim PT Penamuda Media

Tata Letak:

Enbookdesign

Diterbitkan Oleh

PT Penamuda Media

Casa Sidoarium RT 03 Ngentak, Sidoarium Dodeam Sleman Yogyakarta

HP/Whatsapp : +6285700592256

Email : penamudamedia@gmail.com

Web : www.penamuda.com

Instagram : @penamudamedia

Cetakan Pertama, Maret 2024

x + 175, 15x23 cm

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang

*Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku
tanpa izin Penerbit*

Kata Pengantar

Halo, selamat datang di buku E-Commerce! Saya senang bisa berbagi pengetahuan dan wawasan tentang dunia perdagangan elektronik yang semakin berkembang pesat. Di era digital ini, E-Commerce telah menjadi kekuatan utama dalam mengubah cara kita berbelanja dan berbisnis.

Dalam buku ini, kita akan menjelajahi berbagai aspek menarik seputar E-Commerce, mulai dari konsep dasar hingga strategi yang lebih kompleks. Kita akan membahas tentang platform E-Commerce yang populer, strategi pemasaran online yang efektif, pentingnya logistik yang efisien, serta perhatian yang harus kita berikan pada keamanan transaksi. Selain itu, kita juga akan melihat contoh kasus nyata dan pelajaran berharga dari para pemimpin industri E-Commerce.

Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses penulisan buku ini. Tim penulis telah bekerja keras untuk mengumpulkan informasi terkini dan relevan, dan saya juga berterima kasih kepada para ahli dan praktisi E-Commerce yang telah membagikan pengalaman dan wawasan yang berharga.

Saya berharap buku ini akan menjadi panduan yang bermanfaat bagi Anda dalam memahami dan menerapkan E-Commerce dalam bisnis Anda. Saya berharap buku ini memberikan inspirasi dan pengetahuan praktis untuk

mengoptimalkan potensi digital dan meraih kesuksesan dalam perdagangan elektronik.

Selamat menikmati pembacaan dan mengeksplorasi dunia menarik E-Commerce ini!

Terima kasih.

Daftar Isi

Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi	vii

BAB 1

PENDAHULUAN E-COMMERCE	1
A. Definisi dan Ruang Lingkup	3
B. Perkembangan Sejarah E-commerce	6
C. Tren Global E-commerce.....	9
D. Manfaat dan Tantangan E-commerce	11

BAB 2

MODEL BISNIS E-COMMERCE	15
--------------------------------------	-----------

BAB 3

KEAMANAN DALAM E-COMMERCE	25
A. Proses Pertukaran Data Dalam E-Commerce.....	25
B. Macam Serangan Keamanan Dalam E-Commerce	26
C. Pencegahan Serangan Siber Pada E-Commerce	33

BAB 4

LOGISTIK DAN PENGIRIMAN DALAM E-COMMERCE 38

- A. Model Logistik pada *e-commerce*..... 41
- B. Komponen nilai logistik *e-commerce* 42
- C. Strategi logistik dalam *e-commerce*..... 44
- D. Logistik hijau dalam *e-commerce*..... 46

BAB 5

PEMASARAN DAN PROMOSI E-COMMERCE..... 49

- A. Pemasaran E-Commerce 49
- B. Promosi E-Commerce 56

BAB 6

TANTANGAN DAN RESIKO E-COMMERCE 58

- A. Resiko E-Commerce..... 62

BAB 7

REGULASI DAN KEPATUHAN E-COMMERCE 67

- B. Regulasi E-Commerce 68
- C. Kerangka Regulasi E-Commerce 72
- D. Tantangan Implementasi Regulasi 77
- E. Strategi Kepatuhan E-Commerce..... 82

F. Rekomendasi untuk Peningkatan Regulasi.....	87
--	----

BAB 8

INTERNASIONALISASI DAN GLOBALISASI E-COMMERCE..... 93

A. Sejarah dan Evolusi E-Commerce.....	95
B. Faktor Pendorong Internasionalisasi E-Commerce	99
C. Strategi Internasionalisasi untuk E-Commerce.....	101
D. Peran Teknologi dalam Internasionalisasi E-Commerce .	105
E. Masa Depan E-Commerce: Tren dan Prediksi.....	109

BAB 9

PERKEMBANGAN MASA DEPAN E-COMMERCE113

A. Penggunaan Teknologi Baru dalam E-commerce.....	113
B. Peningkatan Pengalaman Pengguna (User Experience) ..	115
C. Ekspansi Global dan Cross-Border E-commerce	117
D. Keberlanjutan dan E-commerce Hijau (Green E-commerce)	118
E. Peningkatan Keamanan Transaksi Online.....	120
F. Regulasi E-commerce	121

BAB 10

AKUNTABILITAS E-COMMERCE124

- A. Akuntabilitas dalam Konteks E-commerce 124
- B. Peran Platform E-commerce 126
- C. Penerapan Akuntabilitas dalam E-commerce 128
- D. Akuntabilitas dalam E-Commerce 129

BAB 11

ANALISIS DATA DAN BIG DATA DALAM E-COMMERCE131

- A. Analisis Data dalam E-commerce 131
- B. Big Data dalam E-commerce 139

Daftar Pustaka148

Tentang Penulis170



PENDAHULUAN E-COMMERCE

Neny Rosmawarni

1

E-COMMERCE, atau perdagangan elektronik, telah menjadi pilar utama dalam transformasi digital bisnis pada era kontemporer. Perkembangan teknologi informasi dan internet telah membawa perubahan mendasar dalam cara kita berbelanja, bertransaksi, dan berinteraksi secara ekonomi.

Di era kontemporer yang penuh dengan inovasi teknologi informasi dan internet, E-commerce, atau perdagangan elektronik, telah muncul sebagai pilar utama dalam transformasi digital bisnis. Fenomena ini tidak hanya menciptakan perubahan sejauh dalam cara kita berbelanja, bertransaksi, dan berinteraksi

secara ekonomi, tetapi juga merombak fundamental struktur bisnis global.

1. Era Kontemporer dan Transformasi Digital

Era kontemporer ditandai oleh percepatan perkembangan teknologi, terutama di bidang informasi dan internet. Transformasi digital menjadi imperatif, dan bisnis harus memanfaatkan peluang ini untuk tetap relevan dan bersaing.

2. Pilar Utama: E-commerce

E-commerce muncul sebagai pilar utama dalam transformasi ini. Dengan memanfaatkan teknologi digital, perdagangan elektronik memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian dan transaksi secara daring, menghilangkan keterbatasan geografis dan meningkatkan efisiensi proses bisnis.

3. Perubahan Mendasar dalam Cara Berbelanja

Seiring dengan pertumbuhan e-commerce, cara kita berbelanja mengalami perubahan mendasar. Konsumen tidak lagi terbatas pada batasan waktu atau lokasi untuk mendapatkan produk atau layanan yang mereka inginkan. Melalui platform e-commerce, pembeli dapat dengan mudah menjelajahi berbagai pilihan produk, membaca ulasan, dan membuat keputusan pembelian dengan cepat.

4. Transformasi dalam Bertransaksi

E-commerce juga mengubah cara transaksi dilakukan. Pembayaran elektronik, gateway pembayaran online, dan sistem otentikasi aman menjadi bagian integral dari proses transaksi, memberikan keamanan dan kenyamanan tambahan bagi konsumen dan pedagang.



E-COMMERCE

Buku ini ditujukan bagi mereka yang ingin memulai atau meningkatkan bisnis online mereka, serta memanfaatkan potensi penjualan yang tak terbatas yang ditawarkan oleh platform digital.

Dalam buku ini, penulis membahas dasar-dasar e-commerce, memperkenalkan pembaca pada konsep dan istilah yang mendasar seperti toko online, pembayaran online, dan pengiriman barang. Mereka menjelaskan keuntungan dan kelemahan berbisnis secara online, serta memberikan wawasan tentang cara mengatasi tantangan yang mungkin dihadapi.

Buku ini juga mengulas strategi penting dalam membangun dan mengelola toko online yang sukses. Pembaca akan mempelajari langkah-langkah praktis dalam memilih platform e-commerce yang tepat, merancang tampilan dan navigasi situs web yang menarik, serta memanfaatkan fitur-fitur penting seperti keranjang belanja dan sistem pembayaran yang aman.

Selain itu, penulis membahas strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan toko online. Mereka mencakup topik seperti optimasi mesin pencari (SEO), iklan online, media sosial, dan strategi konten yang menarik. Pembaca juga akan mendapatkan pemahaman tentang penggunaan alat analitik untuk memantau kinerja toko online dan membuat keputusan berdasarkan data.

Buku ini juga menyoroti pentingnya memberikan pengalaman pelanggan yang baik dalam bisnis e-commerce. Penulis membahas tentang manajemen inventaris, pengiriman yang efisien, serta layanan pelanggan yang responsif dan berkualitas. Mereka juga mengulas keamanan online dan pentingnya menjaga privasi pelanggan dalam era digital yang rentan terhadap ancaman keamanan.

ISBN 978-623-88989-5-4



9 786238 898954



PT Penerbit Penamuda Media
Godean, Yogyakarta
085700592256
@penamuda_media
penamuda.com