



# E-COMMERCE

# KONSEP PEMASARAN E-COMMERCE



- Konsep pemasaran e-commerce merupakan hal yang penting untuk dipelajari agar :
  - Dapat mengidentifikasi ciri-ciri pengguna internet
  - Mengetahui konsep dasar perilaku konsumen
  - Dapat mengambil keputusan dalam pembelian
  - Mengidentifikasi teknologi utama pendukung pemasaran online
  - Mengetahui dasar-dasar strategi dan branding

# STRATEGI PEMASARAN DALAM E-COMMERCE



- Dalam strategi pemasaran ada 4 faktor utama yang menyebabkan terjadinya perubahan strategi pemasaran dalam E-commerce ,yaitu :
  - ✓ Daur hidup produk, strategi harus disesuaikan dengan tahap-tahap daur hidup yaitu tahap pengenalan, tahap pertumbuhan, tahap kedewasaan dan tahap kemunduran.
  - ✓ Posisi persaingan perusahaan di pasar yang memanfaatkan E-commerce, strategi pemasaran harus disesuaikan dengan posisi perusahaan dalam hal persaingan usaha, apakah ingin menjadi pemimpin, menantang, mengikuti atau hanya mengambil sebagian kecil dari pasar.

# STRATEGI PEMASARAN DALAM E-COMMERCE



- ✓ Situasi ekonomi, strategi pemasaran harus disesuaikan dengan situasi ekonomi dan pandangan kedepan, apakah ekonomi berada dalam situasi makmur atau inflasi tinggi.
- ✓ Penggunaan media online, dalam pemasaran melalui E-commerce perlu mempertimbangkan kehandalan berbagai media online dan cakupan areanya, demi meningkatkan daya saing dalam berbagai media yang memanfaatkan jejaring online.

# PENGGUNA INTERNET



## Fondasi ekonomi digital Indonesia

JUMLAH  
POPULASI



**262.0**  
JUTA

Urbanisasi  
**55%**

PENGGUNA  
INTERNET



**132.7**  
JUTA

Penetrasi  
**51%**

PENGGUNA  
MEDIA  
SOSIAL



**106.0**  
JUTA

Penetrasi  
**40%**

MOBILE  
SUBSCRIPTION



**371.4**  
JUTA

vs. Populasi  
**142%**

PENGGUNA  
PONSEL  
AKTIF



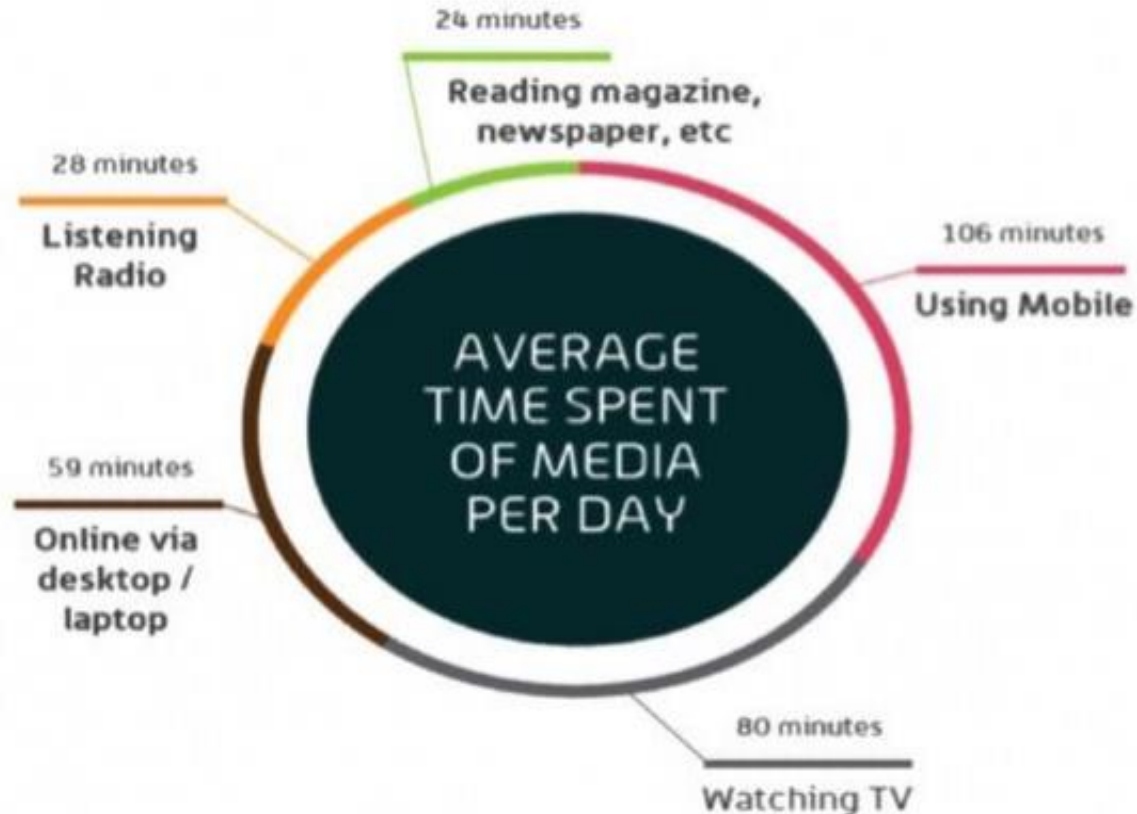
**92.0**  
JUTA

Penetrasi  
**35%**



# PENGGUNA INTERNET

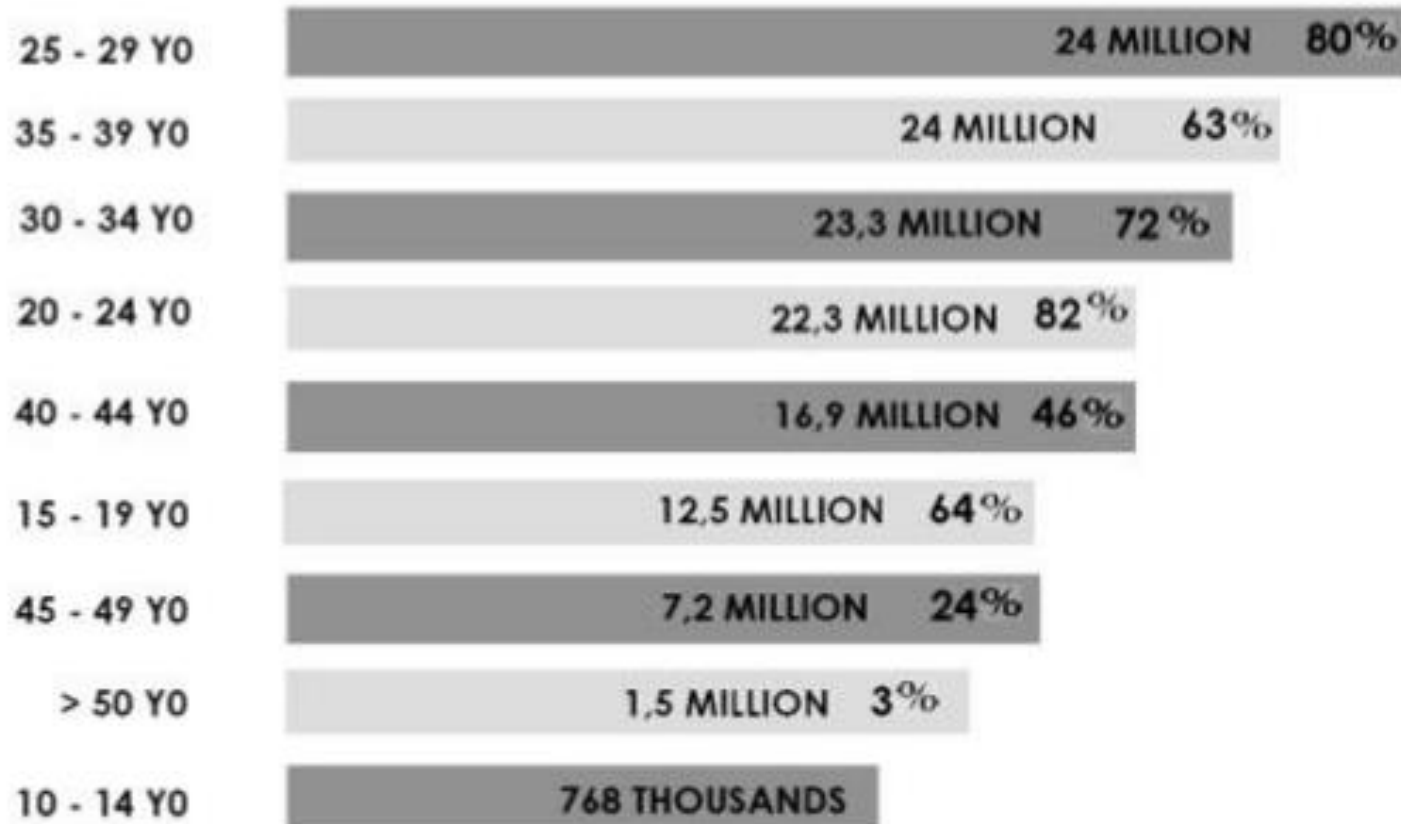
Menurut idEA Asosiasi E-Commerce Indonesia bahwa penduduk indonesia menghabiskan tidak kurang dari 55% waktu onlinenya untuk





# PENGGUNA INTERNET

Berikut ialah profil pengguna internet Indonesia menurut idEA Asosiasi E-Commerce Indonesia



# PERILAKU KONSUMEN



Aktifitas e-commerce Indonesia menurut idEA Asosiasi E-Commerce Indonesia

MENCARI INFO  
PRODUK ONLINE

48%

MENGUNJUNGI TOKO  
ONLINE

46%

MEMBELI PRODUK  
ONLINE

41%

MEMBELI MELALUI PC

34%

MEMBELI MELALUI  
MOBILE

33%



# PENGAMBILAN KEPUTUSAN DI DALAM PEMBELIAN



1. Melihat Keprofesionalan Lapak dan Profil Penjual
2. Respon dan Tanggapan
3. Latar Belakang dan Riwayat Berjualan
4. Variasi Cara Transaksi dan Pembayaran
5. Testimonial atau Komentar Pelanggan Sebelumnya
6. Verified Member
7. Dukungan dan Rekomendasi dari Pihak Lain
8. Mematok Harga yang Masuk Akal
9. Tidak Masuk dalam Blacklist



# TEKNOLOGI UTAMA PENDUKUNG PEMASARAN ONLINE

1. Customer Relationship Management (CRM) merupakan proses mengelola informasi rinci tentang masing-masing pelanggan dan secara cermat mengelola semua pelanggan demi memaksimalkan kesetiaan pelanggan. Pengukuran Customer Relationship Management (CRM) terbagi menjadi tiga hal dalam mengukur CRM, yaitu: infrastruktur IT, pengetahuan SDM dan arsitektur bisnis (Sunyoto, D. 2013)
2. Pemasaran media sosial

# STRATEGI MEREK (BRAND)



strategi dalam sebuah merek bukan hanya sekedar logo atau tagline melainkan image atau persepsi seseorang tentang produk atau perusahaan. Dimana menggunakan web dan sosial media untuk membangun merek yang memang sesuai dengan janji dan tujuan dari merek tersebut, karena brand akan menjadi kepribadian, karakter dan jiwa perusahaan.

Untuk membangun dan mempertahankan kesuksesan branding adalah:

1. Design logo yg sesuai
2. Target pasar yg tepat
3. konsisten dalam tujuan yang terdapat pada merek kita baik secara online maupun offline
4. selalu menjaga kualitas

# TUGAS KELOMPOK



- MEMBUAT SITUS E-COMMERCE
  1. KONSEP PEMASARAN
  2. KONSEP DAN MODEL BISNIS
  3. STRATEGI MEREK DAN BRANDING
  4. TRANSAKSI PEMBAYARAN DAN KEAMANAN
  5. SUPPLY PRODUCT (SCM)
  6. BAGAIMANA MEMPROMOSIKAN SITUS DAN PRODUK ANDA
  7. INTERNET MARKETING



**TERIMA KASIH**