

REVOLUSI DIGITAL MEMBANGUN BISNIS E-COMMERCE DI ERA GLOBAL

Eka Hendrayani

Nurlaili Rahmi

Edy Prayitno

Apriyanto

Ananda Sabrida Tora Br Sinaga



NEXUSBOOKS.ID



CV PUSTAKA BUKU NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga buku Revolusi Digital Membangun Bisnis E-Commerce di Era Global ini dapat diselesaikan. Buku ini hadir sebagai upaya untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai perkembangan e-commerce di era digital yang semakin dinamis. Dengan pesatnya kemajuan teknologi, model bisnis berbasis digital terus berkembang, memungkinkan para pelaku usaha untuk berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar global. Buku ini mengulas berbagai aspek penting dalam dunia e-commerce, mulai dari sejarah dan perkembangannya, jenis-jenis model bisnis, strategi pemasaran digital, hingga pemanfaatan data dan teknologi dalam meningkatkan daya saing bisnis. Selain itu, pembahasan mengenai identifikasi peluang bisnis di era digital juga disajikan untuk membantu pelaku usaha dalam memahami tren pasar dan strategi yang tepat dalam membangun bisnis berbasis teknologi.

Kami berharap buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi akademisi, praktisi bisnis, serta siapa saja yang ingin memahami lebih dalam tentang dunia e-commerce. Dengan memahami berbagai strategi pemasaran digital dan faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan model bisnis, pembaca diharapkan dapat mengembangkan usaha mereka secara inovatif dan adaptif terhadap perubahan zaman. Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan buku ini. Semoga buku ini memberikan manfaat dan inspirasi bagi para pembaca dalam menghadapi tantangan dan peluang di era revolusi digital.

Jakarta, Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
BAB I MEMAHAMI E-COMMERCE DALAM DUNIA DIGITAL	1
1.1 Sejarah dan Perkembangan e-commerce.....	3
1.2 Peran Teknologi dalam Perkembangan E-Commerce	6
1.3 Pentingnya E-Commerce di Era Digital.....	7
1.4 Strategi Pemasaran Digital untuk E-Commerce	12
DAFTAR PUSTAKA	17
BAB II JENIS – JENIS E- COMMERCE.....	19
2.1 Pendahuluan	19
2.2 Jenis E-Commerce Berdasarkan Model Bisnis	21
2.3 Jenis E-Commerce Berdasarkan Platform yang Digunakan	33
DAFTAR PUSTAKA	42
BAB III MENGIDENTIFIKASI PELUANG BISNIS DI ERA DIGITAL.....	43
3.1 Memahami Tren Digital	43
3.1.1 Tren Teknologi dan Perubahan Konsumen.....	44
3.1.2 Perubahan Lanskap Pasar.....	45
3.2 Menemukan Kebutuhan Pasar	46
3.3 Alat dan Metode Identifikasi Peluang	48
3.3.1 Analisis SWOT Digital.....	48
3.3.2 Metode Customer Persona dan Journey Mapping	50
3.4 Menguji Validitas Peluang Bisnis.....	52
3.4.1 Prototyping dan Minimum Viable Product (MVP)	53
3.4.2 Evaluasi Peluang dengan Pendekatan Lean Startup.....	55
3.5 Tantangan dan Risiko Identifikasi Peluang.....	57
3.5.1 Risiko Umum dalam Dunia Digital	57

BAB I

MEMAHAMI E-COMMERCE

DALAM DUNIA DIGITAL

Oleh Eka Hendrayani

Revolusi digital telah mengubah cara bisnis beroperasi, terutama dalam e-commerce. Buku ini akan membahas pemahaman mendalam tentang e-commerce di era global, mencakup strategi, tantangan, dan peluang yang ada, serta referensi terkini untuk mendukung pembelajaran. E-commerce, atau perdagangan elektronik, merujuk pada proses membeli dan menjual barang dan jasa melalui internet. Ini mencakup berbagai aktivitas, termasuk transaksi online, pemasaran, dan layanan pelanggan.

E-commerce tidak hanya terbatas pada transaksi jual beli, tetapi juga mencakup semua aspek yang terlibat dalam proses tersebut, termasuk pemasaran, pembayaran, pengiriman, dan layanan pelanggan. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, e-commerce telah berkembang pesat. Platform-platform seperti Amazon, eBay, dan Alibaba telah menjadi raksasa dalam industri ini, menawarkan berbagai produk dan layanan kepada konsumen di seluruh dunia. Selain itu,

BAB V

PEMASARAN DIGITAL UNTUK *E-COMMERCE*

Oleh Ananda Sabrida Tora Br Sinaga

5.1 Pendahuluan

Pemasaran digital telah menjadi pilar utama dalam pengembangan bisnis e-commerce di era modern. Dengan meningkatnya penggunaan internet dan perangkat mobile, strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Pemasaran digital mencakup berbagai teknik dan saluran untuk mempromosikan produk atau layanan secara online, yang krusial dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan. Selain menjual produk, pemasaran juga berfokus pada memahami kebutuhan pelanggan dan menciptakan nilai yang relevan. Dengan pendekatan yang tepat, bisnis dapat membangun hubungan kuat dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan mendorong pertumbuhan penjualan.

Kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen telah mengubah lanskap pemasaran. Pelaku bisnis kini memiliki akses ke berbagai alat dan platform seperti media sosial, email marketing, SEO, dan iklan digital, memungkinkan mereka menjangkau audiens lebih luas