



SALURAN ELEKTRONIK DISTRIBUSI JASA

PERTEMUAN 15

OUTLINE

1. Fenomena E-Business
2. Teknologi dan pemasaran jasa
3. Dunia internet
4. Bisnis jasa online
5. Karakteristik pemasaran jasa situs
6. Bauran pemasaran situs internet

Fenomena E-Business

Mengubah era bisnis dan gaya hidup

Era ekonomi berbasis teknologi informasi

Segmen pasar e-business


- Infrastruktur dan konten, e-commerce, internet commerce, web-commerce, electronic data interchange

Kegiatan ekonomi tidak terhalang ruang dan waktu

Dilakukan untuk seluruh sektor bisnis

Teknologi dan Pemasaran Jasa

Kegiatan e-business



1. Bisnis-ke-bisnis (*business-to-business—B2B*)
2. Bisnis-ke-konsumen (*business-to-consumer—B2C*)
3. Bisnis di internet (*business on the internet*)

Teknologi dan Pemasaran Jasa

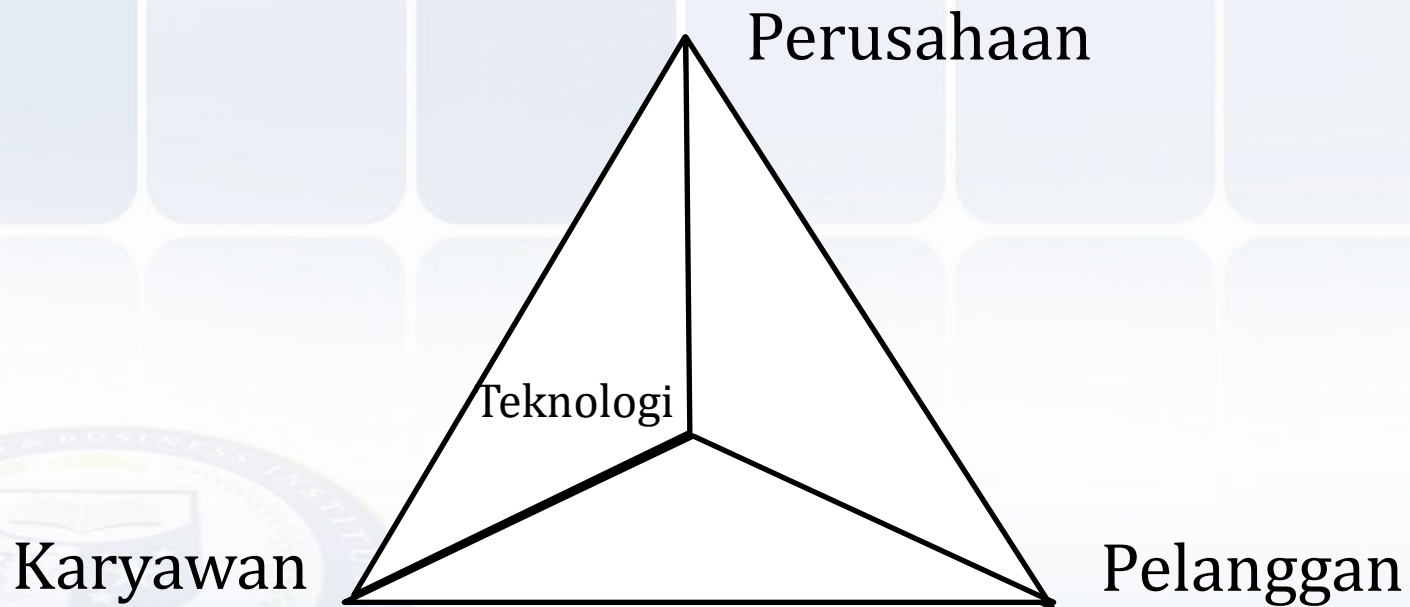
Tujuan penggunaan e-business



1. Memberikan pelayanan terkustomisasi
2. Memperbaiki kesalahan pelayanan
3. Spontanitas untuk menyenangkan konsumen

Teknologi dan Pemasaran Jasa

Piramida Pemasaran Jasa



Dunia Internet

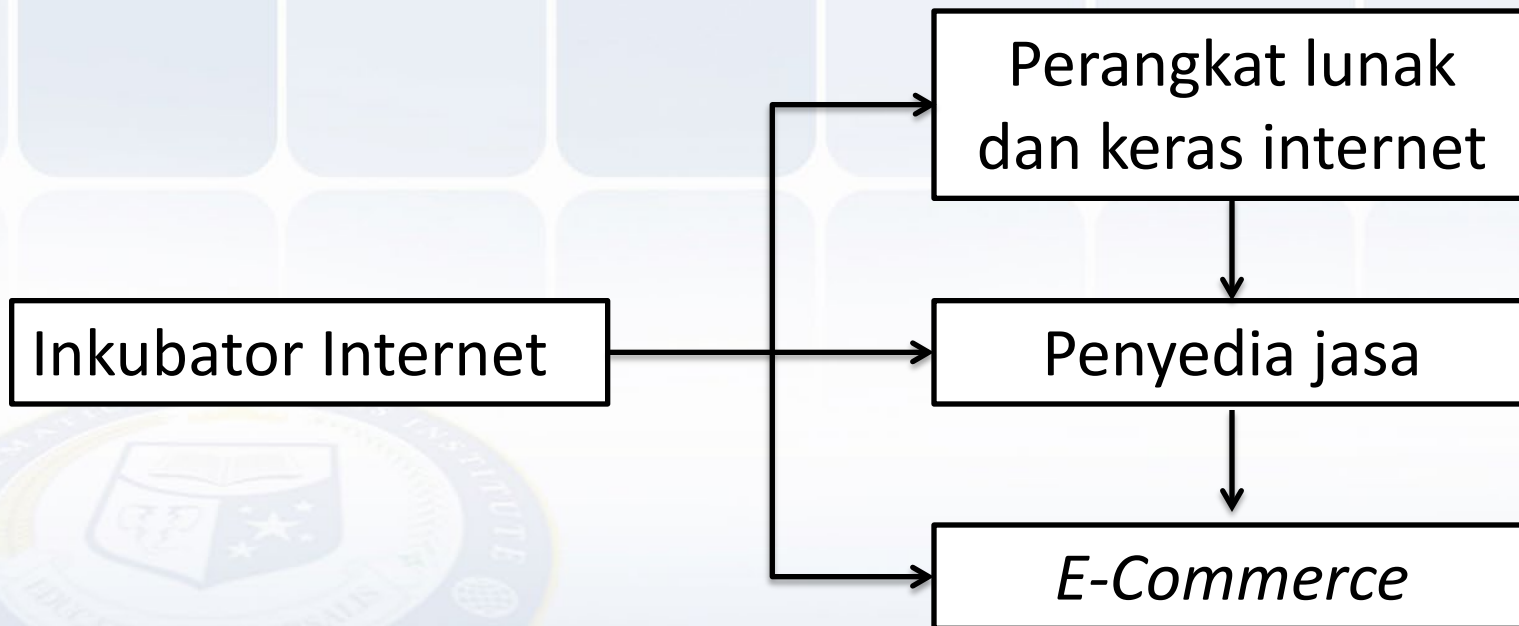
Alasan pesatnya pertumbuhan situs internet



1. Era ekonomi baru “era digital”
2. Terjadinya interaksi dengan berbagai pihak
3. Meluasnya jangkauan geografis
4. Liberalisme regulasi ekonomi
5. Terbentuknya komunitas elektronik

Dunia Internet

Abstraksi Word E-Community



Bisnis Jasa Online

1. Jasa mesin pencari
2. Jasa pengiriman surel
3. Jasa pemberi informasi
4. Program chat
5. Jasa komunikasi
6. Jasa pembayaran

Karakteristik Pemasaran Jasa Situs

1. Tidak nyata (*intangible*)
2. Heterogenitas (*heterogeneity*)
3. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*)
4. Tidak tahan lama (*perishability*)

Bauran Pemasaran Situs Internet

1. Produk
2. Harga
3. Promosi
4. Tempat
5. Orang
6. Proses
7. Layanan pelanggan

TERIMA KASIH

