



Pertemuan 3 – Mata Kuliah E Business

MODEL BISNIS DIGITAL DAN SKEMA PENDAPATAN



Capaian Pembelajaran

- **Capaian pembelajaran yang diharapkan :**
 - Mahasiswa mampu menjelaskan taksonomi dan komponen utama model bisnis digital.
 - Mahasiswa mampu mengklasifikasikan kategori interaksi bisnis digital (B2B, B2C, C2C, G2C, Platform/Marketplace).
 - Mahasiswa mampu menganalisis berbagai skema pendapatan (*monetization models*) dalam ekosistem digital.



Konsep Dasar Model Bisnis Digital

- **Definisi Model Bisnis Digital:**

- Kerangka kerja yang menjelaskan bagaimana sebuah organisasi menciptakan (*creates*), menyampaikan (*delivers*), dan menangkap nilai (*captures value*) menggunakan teknologi digital.

- **Elemen Kunci Model Bisnis Digital:**

- **Proposisi Nilai (*Value Proposition*):** Manfaat unik yang ditawarkan kepada segmen pengguna.
- **Segmen Pasar (*Market Segment*):** Target pengguna atau konsumen spesifik.
- **Arsitektur Nilai (*Value Architecture*):** Infrastruktur, teknologi, dan mitra pendukung.
- **Model Keuangan (*Financial Model*):** Struktur biaya dan mekanisme penciptaan pendapatan.



Taksonomi Interaksi Bisnis Digital (Part 1: B2C & B2B)

- **1. Business-to-Consumer (B2C):**

- Transaksi langsung antara perusahaan dan konsumen akhir.
- **Karakteristik:** Volume transaksi besar, nilai per transaksi relatif kecil, siklus keputusan cepat, Fokus pada pengalaman pelanggan, transaksi cepat, menggunakan promosi digital dan media sosial
- **Contoh:** Toko *online* merek (e.g., Nike.com), e-commerce ritel.

- **2. Business-to-Business (B2B):**

- Transaksi elektronik antar organisasi bisnis/perusahaan.
- **Karakteristik:** Volume transaksi grosir/besar, hubungan jangka panjang, integrasi sistem pasokan, negosiasi harga dan kontrak digital.
- **Contoh:** Platform *e-procurement*, pengadaan bahan baku, distributor grosir digital.



Taksonomi Interaksi Bisnis Digital

(Part 2: C2C, C2B, B2G)

- **3. Consumer-to-Consumer (C2C):**

- Transaksi langsung antar individu yang difasilitasi oleh platform pihak ketiga.
- **Karakteristik:** Mengandalkan kepercayaan publik (*rating/review*), platform bertindak sebagai fasilitator/penengah, Fokus pada barang bekas, preloved, atau produk pribadi, Risiko penipuan lebih tinggi, perlu sistem kepercayaan.
- **Contoh:** Situs iklan baris, platform barang bekas (*preloved*).

- **4. Consumer-to-Business (C2B)**

- Individu menawarkan produk atau jasa kepada perusahaan.
- **Karakteristik:** Pelanggan menjadi penyedia nilai, fleksibel dan berbasis proyek.
- **Contoh:** Freelancer di Fiverr, influencer di Instagram, atau stock photo seller di Shutterstock.

- **5. Business to Government (B2G)**

- Perusahaan menjual produk atau jasa kepada lembaga pemerintah.
- **Karakteristik:** Proses formal dengan sistem tender elektronik, Menekankan transparansi dan akuntabilitas.
- **Contoh:** e-Katalog LKPP, pengadaan elektronik.



Taksonomi Interaksi Bisnis Digital (Part 3: G2C, & Platform)

- **6. Government-to-Citizen / Business (G2C / G2B):**
 - Layanan publik dan transaksi dari pemerintah ke masyarakat atau pelaku usaha.
 - Karakteristik: Meningkatkan efisiensi layanan publik, Mempercepat proses perizinan dan transparansi birokrasi
 - **Contoh:** Portal pembayaran pajak *online*, perizinan usaha elektronik.
- **7. Platform & Multi-Sided Markets:**
 - Bisnis yang menghubungkan dua atau lebih kelompok pengguna yang saling membutuhkan (misal: pengemudi, penumpang, dan merchant makanan).



Klasifikasi Model Bisnis Berbasis Platform (Marketplace vs Direct)

- **Model Marketplace (Agregator):**

- Perusahaan tidak memiliki persediaan (*inventory*) barang secara langsung.
- Berfokus menyediakan infrastruktur, sistem keamanan, dan transaksi untuk penjual dan pembeli.
- **Contoh:** Tokopedia, Shopee, Airbnb.

- **Model Direct / Merchant:**

- Perusahaan mengelola stok barang sendiri (*e-tailer*), memproses, dan mengirimkan langsung ke pembeli.
- **Contoh:** Zalora (untuk produk *first-party*), Amazon (produk *first-party*).



Perbandingan Model E Business

Model	Pelaku Utama	Contoh Platform	Tujuan Utama
B2C	Bisnis → Konsumen	Tokopedia, Shopee	Penjualan langsung
B2B	Bisnis → Bisnis	Alibaba, SAP Ariba	Pengadaan antarperusahaan
C2C	Konsumen ↔ Konsumen	OLX, eBay	Jual beli antarindividu
C2B	Konsumen → Bisnis	Fiverr, Shutterstock	Penyedia jasa individu
B2G	Bisnis → Pemerintah	E-Katalog LKPP	Pengadaan proyek publik
G2B	Pemerintah → Bisnis	OSS, DJP Online	Layanan perizinan & pajak



Studi Kasus: Analisis Strategi E Business Gojek

- Model: Multi-sided platform (C2B, B2C, dan B2B sekaligus).
- Komponen: aplikasi super app (GoRide, GoFood, GoPay, GoSend).
- Keunggulan:
 - Integrasi layanan digital dalam satu ekosistem.
 - Data analytics untuk prediksi permintaan dan personalisasi.
 - Kolaborasi lintas sektor (bank, merchant, pemerintah).
- Tantangan:
 - Keamanan data,
 - Persaingan ketat,
 - Regulasi transportasi daring.



Skema Pendapatan Digital (Monetization Models - Part 1)

- **1. Model Komisi Transaksi (*Transaction Fee Model*):**
 - Platform mengambil persentase atau potongan tetap dari setiap transaksi yang berhasil di dalam platform.
 - **Contoh:** Marketplace, *Payment Gateway*, aplikasi *ride-hailing*.
- **2. Model Penjualan Langsung (*Direct Sales / Mark-up Model*):**
 - Mendapatkan keuntungan dari selisih harga beli/produksi dengan harga jual produk/jasa.
 - **Contoh:** Toko *online* ritel, produsen produk digital murni.
- **3. Model Periklanan (*Advertising-Based Model*):**
 - Menyediakan konten/layanan gratis untuk menarik *traffic* besar, lalu menjual ruang iklan ke pengiklan.
 - **Skema:** Cost Per Click (CPC), Cost Per Impression (CPM), Cost Per Action (CPA).
 - **Contoh:** Google, Meta (Facebook/Instagram), YouTube.



Skema Pendapatan Digital (Monetization Models - Part 2)

- **4. Model Langganan (*Subscription Model*):**
 - Pengguna membayar biaya berulang (bulanan/tahunan) untuk akses berkelanjutan ke produk/layanan.
 - **Contoh:** Netflix, Spotify, SaaS (Software-as-a-Service) seperti Microsoft 365.
- **5. Model Freemium:**
 - Fitur dasar diberikan secara gratis (*free*), sedangkan fitur lanjutan/premium dikenakan biaya (*premium*).
 - **Contoh:** Canva, LinkedIn, Google Drive (tambahan kapasitas *storage*).
- **6. Model Afiliasi (*Affiliate Marketing*):**
 - Menerima komisi karena berhasil mengarahkan calon pembeli ke platform mitra melalui *link* rujukan.
 - **Contoh:** Program afiliasi e-commerce, *content creator/reviewer*.



Evaluasi & Pemilihan Model Bisnis Digital

- **Faktor Pertimbangan dalam Memilih Model Bisnis:**

- **Karakteristik Produk/Jasa:** Apakah berupa barang fisik, produk digital, atau layanan berkala?
- **Perilaku Target Pasar:** Apakah konsumen lebih suka membayar sekali bayar, berlangganan, atau menggunakan layanan gratis beriklan?
- **Struktur Biaya Operasional:** Memastikan *Customer Acquisition Cost* (CAC) lebih rendah dibanding *Customer Lifetime Value* (CLV).

- **Hybrid Business Model:**

- Kombinasi beberapa skema sekaligus (contoh: platform e-commerce yang menggabungkan komisi transaksi, iklan internal/promosi *seller*, dan biaya langganan fitur *premium seller*).



Studi Kasus & Bedah Startup Digital

- **Objek Analisis:**

- *Bedah Model Bisnis Platform Super-App (misal: GoTo / Grab).*

- **Poin Diskusi Kelas:**

- Identifikasi semua skema interaksi yang ada dalam satu *Super-App* (B2C, C2C, B2B).
- Dari mana saja sumber pendapatan (*monetization streams*) yang dihasilkan oleh platform tersebut secara simultan?
- Mengapa banyak *startup* menggunakan strategi "bakar uang" di awal untuk mengejar *network effects* sebelum mencetak profit?



Rangkuman & Kesimpulan

- Model bisnis digital menjelaskan cara penciptaan, penyampaian, dan penangkapan nilai berbasis TIK.
- Skema interaksi bervariasi dari B2C, B2B, C2C hingga platform *multi-sided*.
- Monetisasi digital dapat dikombinasikan secara *hybrid* (komisi, langganan, freemium, iklan, afiliasi).



Tugas Mandiri / Persiapan Pertemuan Berikutnya

- **Tugas Mandiri:**

- Pilih 1 platform digital lokal atau global.
- Anotasikan model bisnis dan sumber pendapatannya menggunakan matriks ringkas.

- **Materi Pertemuan 4:**

- *Infrastruktur dan Arsitektur Teknologi E-Business (Cloud, API, Middleware, IoT, & AI).*