MAKALAH E-COMMERCE

NPM : 1114370013

NAMA : IRAWATI

MATA KULIAH : MANAJEMEN SISTEM INFORMASI

1.Sejarah E-Commerce

Perkembangan E-commerce di dunia di mulai dari kemunculan internet yang kemudian terus berkembang sehingga timbulah E-commerce. Pada awalnya, internet merupakan koperasi komputer yang tidak dimiliki siapapun. Internet lahir pada tahun 1969 ketika sebuah kelompok peneliti di Departemen Pertahanan Amerika berhubungan dengan empat komputer di UCLA, Stanford Research Institute, Universitas Utah, dan Universitas California di Santa Barbara. Hubungan ini dilakukan untuk menciptakan sebuah jaringan untuk berkomunikasi antara satu dengan yang lain mengenai proyek-proyek pemerintah. Jaringan ini dikenal dengan istilah ARPAnet-ARPA merupakan singkatan dari Advanced Research Project Agency yang merupakan

Bagian dari Departemen Keamanan AS. Tiga tahun kemudian, lebih dari lima puluh universitas dan agensi-agensi militer telah terhubung bersama-sama dalam jaringan (network), dan jaringan komputer yang lain mulai muncul di sekitar negara bagian (country) dan dunia. Seiring dengan perkembangan ARPAnet, yang diikuti pula dengan kerjasama jaringan antara militer dan kaum pendidik, dan eksperimen NASA mengenai jaringan komputer, jaringan ini mulai terhubungkan satu dengan yang lain (interconnected), inilah awal mula dipakai istilah "Internet".

Perkembangan Teknologi Informasi telah berhasil menciptakan infrastruktur informasi baru. Internet memiliki beberapa daya tarik dan keunggulan bagi para konsumen maupun organisasi, misalnya dalam hal kenyamanan, kecepatan data, akses 24 jam sehari, efisiensi, alternatif ruang dan pilihan yang tanpa batas, personalisasi, sumber informasi dan teknologi yang potensial dan lain lainnya. Dalam konteks bisnis, internet membawa dampak transformasional yang menciptakan paradigma baru dalam dunia bisnis berupa ‘Digital Marketing’. Pada awal penerapan electronic commerce yang bermula di awal tahun 1970-an

dengan adanya inovasi semacam Electronic fund Transfer(EFT). Saat itu penerapan sistem ini masih sangat terbatas pada perusahaan berskala besar, lembaga keuangan pemerintah dan beberapa perusahaan menengah kebawah yang nekat, kemudian berkembang hingga muncullah yang dinamakan EDI (Electronic Data Interchange). Bermula dari transaksi keuangan ke pemprosesan transaksi lainnya yang membuat perusahaan-perusahaan lain ikut serta, mulai dari lembaga-lembaga keuangan hingga ke manufacturing, ritel, jasa dan lainnya. Kemudian terus berkembang aplikasi-aplikasi lain yang memiliki jangkauan dari trading saham sampai ke sistem reservasi perjalanan. Pada waktu itu sistem tersebut dikenal sebagai aplikasi telekomunikasi.

Awal tahun 1990-an komersialisasi di internet mulai berkembang pesat mencapai jutaan pelanggan, maka muncullah istilah baru electronic commerce atau lebih dikenal e-Commerce. Riset center e-Commerce di Texas University menganalisa 2000 perusahaan yang online di internet, sektor yang tumbuh paling cepat adalah e-Commerce, naik sampai 72% dari $99,8 Milyar menjadi $171,5 Milyar. Di tahun 2006 pendapatan di Internet telah mencapai angka triliunan dollar, benar-benar angka yang menakjubkan. Salah satu alasan pesatnya perkembangan bisnis online adalah adanya perkembangan jaringan protokol dan sofware dan tentu saja yang paling mendasar adalah meningkatnya persaingan dan berbagai tekanan bisnis.

Perkembangan E-Commerce Di Indonesia, fenomena e-commerce ini dikenal sejak tahun 1996 dengan munculmya situs http:// www.sanur.com sebagai toko buku on-line pertama

1. Generasi 1: Internet sebagai media promosi perusahaan melalui situs web atau brosur elektronis.
2. Generasi 2: Pengguna telah dapat melakukan pemesanan produk melalui internet (aplikasi E-Commerce). Namun deal-nya tetap membutuhkan manusia sebagai decision maker.Contoh: Bhinneka.com
3. Generasi 3: Layanan informasi yang terintegrasi, secara otomatis tanpa intervensi manusia. Content juga bersifat personalized sesuai keinginan pengguna.

   Informasi diakses menggunakan bermacam media, misalnya seluler (handphone).

2. Apa itu E-Commerce

E-commerce ini merupakan suatu cara yang digunakan untuk mempromosikan suatu bisnis online ke public dengan berbagai macam barang yang ditawarkan secara elektronik.E-commerce sendiri adalah bagian dari e-business karena tugasnya yang bergerak dalam bidang penjualan dan pembelian yang merupakan unsur utama dunia bisnis dan didukung dengan unsur lain yang mencakup semua yang berkaitan dengan bisnis.

Untuk mengetahui lebih jelas bagaimana e-commerce tersebut perlu adanya beberapa ciri khas dalam e-commerce sebagai pemahaman yaitu sebagai berikut :

- E-commerce memiliki transaksi tanpa batas dimana kita dapat mengaksesnya selama 24 jam penuh setelah e-commerce ini dihosting dan berada dalam lingkup internet.
- Layaknya bisnis online di dalam proses transaksinya , pembeli dan penjual tidak harus bertemu secara langsung ada beberapa pilihan yang dapat dipilih yaitu cash on carry (COD) , melalui transfer dan pengiriman , dll
- Barang yang ditawarkan tidak terbatas dan dapat berupa apapun
- Software free dengan berbagai fitur gratis yang lengkap

E-commerce merupakan bagian dari bisnis online sedangkan bisnis online didalamnya terdapat e-commerce.Mengapa demikian ? Hal itu terjadi karena dalam prosesnya yang berlangsung adalah e-merchant sebagai pihak penjual yang menawarkan barang/jasa melalui internet dan e-customer sebagai pihak pembeli barang/jasa yang mengakses apa yang diinginkannya melalui internet pula yang dokumentasinya pasti berbasis elektronik.Adapun ketentuan sebuah barang/jasa yang di pasarkan adalah:

- untuk produk on line yang berupa software, pembeli diizinkan untuk men-download-nya.
- untuk produk yang berwujud fisik, pengiriman barang dilakukan sampai di rumah konsumen.
- untuk pembelian jasa, supplier menyediakan untuk melayani konsumen sesuai dengan waktu dan tempat yang telah ditentukan dalam perjanjian

Dalam membuat suatu e-commerce tidak mutlak menggunakan e-commerce tapi harus melalui CMS dan database untuk menginstallnya karena sebenarnya e-commerce ini hanya penamaan dan prosesnya saja.Di dalam internet banyak software CMS dan database yang open source sebagai pendukung dalam e-commerce. Di bawah ini daftar software CMS untuk

e- commerce gratis yang disarankan karena merupakan software paling mudah di setting dan digunakan dalam penggunaannya mengingat bahwa bisnis online yang harus sering update tiap kala waktunya. Beberapa software diatas dapat digunakan untuk mendukung CMS pada e-commerco.

1. Magneto – software ini memiliki beberapa fitur yang kuat untuk mendukung e-commerce.Memungkinkan membuat beberapa toko online yang dikelola seorang admin tunggal.
2. Fortune3 – Software canggih namun mudah di gunakan.Software e-commerce ini memiliki semua fitur dan dukungan yang dibutuhkan untuk mengelola sebuah toko online yang sukses.
3. OXID esales -sistem open source e-commerce ini siap untuk B2C, B2B dan skenario commerce sosial.
4. Prestashop – yang paling menarik dari software ini adalah antarmuka yang ramping. Dengan open source ini kita dapat membuat kesepakatan khusus seperti voucher hadiah, penurunan harga,maupun produk tag.
5. Digistore -Pengembangan dari osCommerce dengan perbaikan di ujung depan dan app admin . Menyediakan platform untuk menjual barang fisik & virtual.
6. OpenCart – merupakan PHP – MySQL sistem shopping cart yang merupakan aplikasi yang tampak sederhana tapi itu memiliki fitur yang lengkap.
7. Freeway – Aplikasi ini memiliki beberapa ide inovatif untuk membuat toko online.Bisa digunakan untuk menjual jasa belajar main gitar atau persewaan lapangan tenis pada tanggal tertentu dan waktu.
8. Zen Cart – Ini adalah software ecommerce gratis yang kompatibel . Dikembangkan oleh sekelompok toko, pemilik programmer, desainer dan konsultan.
9. Ecommr – Aplikasi ini menawarkan penyajian elemen antarmuka dan desain situs web e-commerce dengan sistem terorganisir.
10. Spree–menggunakan Ruby on Rails. Spree memungkinkan perbaikan dan kustomisasi. Dengan Merchant Aktif plugin mendukung sebagian besar prosesor pembayaran.
11. WordPress+ Wp-eCommerce- canggih dan mudah di gunakan,toko online akan menjadi sangat atraktif.wordpress merupakan cms yang hampir 70% pengguna internet memakainya.

3. MANFAAT E-COMMERCE

Pertama-tama saya langsung menjelaskan dari berbagai perspektif dalam E-COMMERCE dahulu,ada 4 perspektif yaitu:

1. Dari perspektif komunikasi, E-Commerce merupakan pengiriman informasi, produk atau layanan pembayaran melalui lini telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya.
2. Dari perspektif proses bisnis, E-Commerce merupakan aplikasi teknologi menuju otomatisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan.
3. Dari perspektif layanan, E-commerce merupakan satu alt yang memenuhi keinginan perusahaan,konsumen, dan manajemen dalam memangkas service cost ketika menigkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan.
4. Dari perspektif online. E-Commerce kapasitas jual beli produk dan informasi di Internet dan jasa online lainnya.
   Secara umum E-COMMERCE merupakan aktivitas perdagangan melalui media internet. Manfaatnya dan keuntungannya banyak sekali yang dapat dihasilkan, antara lainnya

   - Manfaat E-COMMERCE bagi konsumen :

     1. Electronic commerce memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi lain selama 24 jam sehari sepanjang tahun dari hamper setiap lokasi.
     2. Electronic commerce memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan mereka bisa memilih berbagai produk dari banyak vendor.
     3. Electronic commerce menyediakan produk-produk dan jasa yang tidak mahal kepada pelanggan dengan cara mengunjungi banyak tempat dan melakukan perbandingan secara cepat.
     4. Dalam beberapa kasus, khususnya pada produk-produk yang digitized, electronic commerce menjadikan pengiriman menjadi sangat cepat.
     5. Pelanggan bisa menerima informasi relevan secar detail dalam hitungan detik, bukan lagi menjadi hari.
     6. Electronic commerce memungkinkan partisipasi dalam pelelangan maya (virtual auction).

7. Electronic commerce memberi tempat bagi para pelanggan untuk berinteraksi dengan pelanggan lain di electronic community dan bertukar pikiran serta berbagai pengalaman.
8. Electronic commerce memudahkan persaingan yang pada akhirnya akan menghasilkan diskon secara substansial.

- Manfaat E-COMMERCE bagi masyarakat :

1. Electronic commerce memungkinkan orang untuk bekerja didalam rumah dan tidak banyak keluar untuk berbelanja, akibatnya ini akan menurunkan arus kepadatan lalu lintas di jalan serta mengurangi polusi udara.
2. Electronic commerce memungkinkan sejumlah barang dagangan dijual dengan harga lebih rendah,sehingga orang yang kurang mampu bisa membeli lebih banyak dan meningkatkan taraf hidup mereka.
3. Electronic commerce memungkinkan orang di Negara-negara dunia ketiga dan wilayah pedesaan untuk menikmati aneka produk dan jasa yang akan susah mereka dapatkan tanpa Electronic commerce. Ini juga termasuk peluang untuk belajar berprofesi serta mendapatkan gelar akademik.
4. Electronic commerce memfasilitsi layanan public, seperti perawatan kesehatan, pendidikan, dan pemerataan layanan sosial yang dilaksanakan pemerintah dengan biaya yang lebih rendah, dan atau dengan kualitas yang lebih baik. Layanan perawatan kesehatan, misalnya bisa menjangkau pasien daerah pedesaan.

- Manfaat E-COMMERCE bagi bisnis :

1. Perusahaan-perusahaan dapat menjangkau pelanggan diseluruh dunia. Oleh karena itu dengan memperluas bisnis mereka, sama saja dengan meningkatkan keuntungan.
2. E-COMMERCE menawarkan pengurangan sejumlah biaya tambahan. Sebuah perusahaan yang elakukan bisnis diinternet akan mengurangi biaya tersebut tidak digunakan untuk gedung dan pelayanan pelanggan (customer service), jika dibandingkan dengan jenis bisnis tradisional.
   Singkatnya dari semua yang telah dijelaskan dibagian atas tersebut manfaat dan keuntungan yang didapatkan dari E-COMMERCE adalah sebagai berikut :

- Bagi Konsumen : harga lebih murah, belanja cukup pada satu tempat.
- Bagi Pengelola bisnis : efisiensi, tampa kesalahan, tepat waktu.
- Bagi Manajemen : peningkatan pendapatan, loyalitas pelanggan.

4. Kendala e-commerce

1. .Jumlah penduduk Indonesia sebanyak 220 Juta jiwa, tetapi jumlah pengguna internet di Indonesia sekitar 5-7 juta orang. Jumlah tersebut belum lagi dipecah menjadi, pengguna aktif, pengguna yang mengerti browsing (karena ada pengguna yang hanya membuka email untuk kebutuhan komunikasi), pengguna yang mengerti e-commerce, atau pengguna pemula. Kalaupun ada kelompok yang mengerti e-commerce, harus dibagi lagi menjadi, berapa orang yang nyaman berbelanja online, berapa orang yang punya kartu kredit, berapa orang yang percaya dengan kualitas, karena barang tidak dilihat lansung.
2. Selain membuahkan hasil, bisnis di internet juga banyak yang rontok, banyak sekali pelaku bisnis di internet yang gulung tikar karena tidak sanggup bersaing dan tidak memiliki inovasi dan kreatifitas.
3. Banyaknya kriminalitas di internet, seperti card froud (pencurian akses kartu kredit). Hal ini membuat orang konsumen malas berbelanja online. Walaupun sebagian besar toko online menerima pembayaran melalui transfer antar bank.

5. Contoh website e-commerce

1. Contoh website e-commerce Contoh Website E-Commerce Business To Business (B2B)

    1. http://www8.hp.com
    2. http://importmusik.com
    3. http://indonetwork.co.id
    4. http://www.ford.co.id
    5. http://www.globalmarket.com
    6. http://www.tradekey.com

2. Contoh Website E-Commerce Business To Consumer (B2C)

    1. http://www.amazon.com
    2. http://www.bhinneka.com
    3. http://habbatsonline.com
    4. http://louisvuittonreplicabag.com
    5. http://www.balidenpasartrading.com

3. Contoh Website E-Commerce Consumer To Consumer (C2C)

    1. http://www.kaskus.co.id
    2. http://www.tokobagus.com
    3. http://www.tokopedia.com
    4. http://www.berniaga.com
    5. http://www.duniavirtual.com

6. EDI pada e-commerce

Menurut kamus TI Pengertian EDI Adalah Metode untuk saling bertukar data bisnis atau transaksi secara elektronik melalui jaringan komputer.
Apa itu EDI pada e-commerce Secara formal EDI didefinisikan oleh International Data Exchange Association (IDEA) sebagai “transfer data terstruktur dengan format standard yang telah disetujui yang dilakukan dari satu sistem komputer ke sistem komputer yang lain dengan menggunakan media elektronik”.

A. EDI memiliki standarisasi pengkodean transaksi perdagangan, sehingga organisasi komersial tersebut dapat berkomunikasi secara langsung dari satu sistem komputer yang satu ke sistem komputer yang lain tanpa memerlukan hardcopy, faktur, serta terhindar dari penundaan, kesalahan yang tidak disengaja dalam penanganan berkas dan intervensi dari manusia.

B. Prinsip Teknologi EDI Prinsip dari teknologi EDI sebenarnya adalah menerjemahkan bahasa aplikasi dari sistim yang sama-sekali berbeda menjadi bahasa yang terstandarisasi, sebagai contoh dalam hal ini UN/EDIFACT yang merupakan singkatan dari United Nation Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport, disini bisa dilihat bahwa bahasa tersebut distandardisasi oleh PBB.
C. Teknologi EDI ini adalah teknologi 'less investment' dimana pelaku bisnis tidak perlu lagi membeli peralatan baru sebagai infrastruktur untuk pertukaran dokumennya, dengan kata lain tetap menggunakan peralatan yang telah tersedia.

Tujuan Utama dari pemakaian teknologi EDI, sebenarnya adalah agar teknologi ini dapat membantu para pelaku bisnis mengkomunikasikan dokumennya dengan pihak lain lebih cepat, akurat dan lebih efisien karena sifatnya yang dapat mengeliminir kesalahan yang diakibatkan proses re-entry dan dapat mengurangi pemakaian kertas, komunikasi dan biaya-biaya lain yang timbul pada metode konvensional sehingga diharapkan dapat menekan biaya-biaya yang tidak diperlukan dan diharapkan dapat meningkatkan laba kepada pemakainya. Apabila proses tersebut terpenuhi, otomatis proses bisnis internal perusahaan tersebut akan menjadi lebih baik, terencana dan pada akhirnya hubungan bisnis dengan pihak lain-pun akan dapat lebih baik juga

Keuntungan dalam menggunakan EDI adalah waktu pemesanan yang singkat, mengurangi biaya, mengurangi kesalahan, memperoleh respon yang cepat, pengiriman faktur yang cepat dan akurat serta pembayaran dapat dilakukan secara elektronik.

- Componen dasar EDI

a. Hub (pihak yang memberikan perintah)
b. Spoke (pihak yang menerima perintah)
c. Computer (sebagai electronic hardware)
d. Electronic software

- Software OS-EDI yang digunakan berupa

    1. Bayan Commerce
    2. IDX-IDEA
    3. NextGen-EDI
    4. RAXINC
    5. Dll

- Standard EDI yang belaku saat ini adalah :

    1. SPEC 2000
    2. ANSI X12 Standard AS dan Canada
    3. EDIFACT (Standard Eropa)
    4. IEF
    5. Dll

    - Kelebihan/keutamaan EDI

1. Revenue Stream yang baru
2. Meningkatkan market (exposure)
3. Menurunkan biaya operational (operational cost)
4. Memperpendek waktu,automatic
5. Mengurangi informasi data yang mengembang
6. Meningkatkan supplier management
7. Melebarkan jangkawan (global reach)
8. Meningkatkan customer loyality (customer service)
9. Meningkatkan value chain

- Syarat dapat dilakukannya proses EDI

    1.Electronic transaction (merujuk ke format standard internasional)
    2.Scope of agreement (electrical supply service in the cooperative)
    3.Third-party service provider
    4.Electonic transaction menyampaikan ke provider)

5. Privider melanjutkan ke penerima (spoke) dengan merenspon harga dan jumlah barang
6. System operation (merawat dan menjaga system operasional EDI
7. Security Procedures (selalu mengikuti prosedur pelaksanaan untuk menghindari masalah
8. Tanda tangan (signature), berupa pengkodean, menunjukkan identitas
9. Bebas dari computer viruses

- Transmission EDI (pemancaran EDI)

    1. Proper receipt (penyesuaian tanda terima)
    2. Verification
    3. Responses transaction
    4. Transmital yang berlulanga kali

- Transaction terms (transaksi EDI)

    1. Cooperative CSP tarif
    2. Convidentialy
    3. Validity (Enforceability)
    4. Pihak Hup menyampaikan agreemant ke pihak spoke
    5. Pihak spoke Aggrement to executed CSP (Competitive
    6. Service Providers)
    7. Adanya persetujuan sah

- Step proses Proper receipt and Verification EDI

    1. Enter claim information (masukkan permintaan data)
    2. Enter data and complete instruction.
    3. Data akan di ferifikasi (data and/or attachments
    4. Transmit Data
    5. Retrieve and review reports
    6. Prepare and mail attachments with EDI labels

7. Apa itu IOS pada e-commerce

Seperti yang saya sebutkan sebelumnya, platform pengiriman pesan dari Asia seperti KakaoTalk(dengan lebih dari 100 juta orang pengguna), LINE (lebih dari 200 juta orang pengguna), dan WeChat(lebih dari 400 juta orang pengguna dengan 236 juta di antaranya adalah pengguna aktif), sudah jauh mengalahkan Blackberry Messenger baik dari segi jumlah pengguna maupun pendapatan (karena BBM sendiri tidak menghasilkan uang). Generasi muda yang lebih menyukai fitur-fitur seperti emoticon yang lucu dan game sosial, menganggap bahwa BBM sudah kuno. Selain itu, pesan yang dikirimkan melalui BBM sering mengalami pending dan bahkan terkadang tidak terkirim sama sekali. Lebih dari itu, BBM untuk iOS dan Android juga tidak dilengkapi dengan fitur pesan suara dan/atau video.

Tapi, salah satu pasar terbesar Blackberry, Indonesia, heboh ketika perusahaan ini secara tidak resmi merilis aplikasi mereka Sabtu lalu. Sekitar satu juta orang berhasil mendownload dan menginstall aplikasi tersebut meskipun belum ada pengumuman link resmi dari Blackberry. Hal tersebut menyebabkan "crash" pada server sehingga perusahaan tersebut harus menunda penluncuran aplikasi andalannya.

Aplikasi ini masih dicari meskipun banyak orang yang sudah membeli smartphone baru. Bahkan, kebanyakan orang sekarang membawa dua smartphone – satu Blackberry dan satu iPhone atau Android. Bagaimana jika Blackberry ternyata mampu mempertahankan pangsa pasar mereka di Indonesia, atau bahkan mengambil pasar penting lainnya? Siapa yang terancam karena BBM?

Analisa dan pendapat pribadi saya mengatakan bahwa pihak yang akan terancam adalah WhatsAppyang memiliki interface dan fungsi yang mirip sebagai layanan pengirim pesan yang cepat dan sederhana yang lebih disukai oleh profesional atau pengguna dewasa. WhatsApp, yang memiliki 250 juta orang pengguna di seluruh dunia, mungkin akan kehilangan pengguna di Indonesia karena diluncurkannya BBM. Alasannya karena Whatsapp tidak memiliki insentif atau fitur-fitur tambahan dibandingkan dengan BBM.

Mungkin Blackberry bisa berubah dari aplikasi pengirim pesan menjadi sebuah platform. Hal itu mungkin sudah terlambat, tapi bisa menjadi penyelamat dan sumber pendapatan baru bagi perusahaan yang akan segera dibeli dengan harga USD 4,6 miliar. Langkah untuk menjadi platform itu sendiri sudah mulai terlihat dengan adanya fitur BBM Money. Tapi, membuat jalur pembayaran seperti itu saja tidak akan cukup; Blackberry harus membuat lebih banyak fitur di platform BBM mereka. Ribuan orang di Indonesia masih

menggunakan aplikasi untuk melakukan jual beli. Di situlah kesempatan yang belum pernah disentuh oleh platform manapun di Indonesia.

Meskipun begitu, saya sendiri sudah mendownload BBM ke iPhone saya. Karena saya tidak bisa mendapatkan daftar kontak dari Blackberry lama saya kembali, saya langsung menghapus aplikasi tersebut. Saat ini, saya punya empat aplikasi chatting lain di iPhone saya, dan saya belum punya alasan untuk memiliki aplikasi lain, kecuali jika aplikasi tersebut mulai berubah menjadi sesuatu yang digunakan oleh teman-teman saya.

8. CMS (Content Management System) pada E-commerce

1. Prestashop

Kelebihan dan kekurangan Prestashop

Kelebihan :

1.Gratis

banding membangun toko online menggunakan CMS, dengan platform Blogger Anda tidak perlu pusing masalah hosting, instalasi server dan beli domain. Semua disiapkanwww.blogger.com.

2.Pengelolaan Mudah

Aplikasi pembuat website ini sangat baik bagi pemula. Toko Online yang dibuat dengan platform ini mudah dikelola. Tidak perlu memusingkan kode pemrograman website yang pasti tampak sulit bagi Pemula.

3.Layanan Excellent.

Fasilitas blogger lengkap. Anda bisa lakukan modifikasi tampilan halaman, ganti template, etc. Anda bisa masukkan berbagai komponen ke toko online, eg. Auto-Responder, script tertentu, etc.

4.Sudah di-Optimasi agar SEO Friendly

Website Toko Online yang dibuat dengan platform Blogger sudah didukung Optimasi SEO.

Kekurangan :

1. Tidak bebas mengembangkan struktur dasar
2. Blogger sampai saat ini belum memberi hak memodifikasi dan mengembangkan struktur dasar platform blogspot.
3. Toko online pengguna CMS, eg. Joomla, WordPress, Drupal, Virtue Mart, dan Prestashop, dapat mengembangkan dan memodifikasi seluruh struktur dasar secara bebas
4. Blogger belum mendukung sistem toko online "otomatis"
5. Kesulitan mengembangkan fitur e-Commerce pada platform Blogger

Misalnya, tidak ada sistem Check-out (Keranjang Belanja) atau fitur e-Commerce lain. Tetapi webstore platform Blogger tetap bisa digunakan untuk toko online meski fitur tidak selengkap toko online yang dibuat dengan CMS (Content Management System).

2. Opencart

Kelebihan dan kekurangan Opencart

Kelebihan :

- CMS didapatkan dengan gratis
- -Terdapat pilihan mata uang
- -Dapat menginstal bahasa negara sendiri
- -Mempunyai alat Mem-back up
- -memberikan laporan pada proses jual beli

Kekurangan

- -pengguna baru masih sukar akan pemasangan :chatbox
- -Template/modul belum bisa dilakukan secara otomatis

3. Magento

Kelebihan dan kekurangan Magento

- Kekurangan :
  - terlalu rumit untuk dipahami karena dokumentasi yg masih minim
  - lambat
  - butuh banyak space (database)
- Kelebihan :
  - tidak susah untuk di explore mgkn karena coding nya rapi
  - fitur-nya lengkap (ecommerce)
  - cukup secure

4. Ubercart

Kelebihan dan kekurangan Ubercart

- Kelebihan :

1. Layar Berkualitas sangat baik, AMOLED dgn Capacitive Touchscreen, 16jt warna dan resolusi 480*800 piksel
2. OS Android V2.1 (eclair)
3. .Prosesor 1GB Sangat Tangguh
4. kamera 5mp dgn touch fokus, smile detection, video HD (720p@30fps), ada kamera depan
5. .push mail
6. HSDPA 7,2Mbps dan HSUPA 5,6 Mbps
7. .Internal memori 16Gb, 512Mb RAM, 2Gb ROM, Eksternal memori up to 32Gb
8. sensor akselerometer dan proximity
9. wifi b/g/n
10. A-GPS
11. TV Out
12. Jack Audio 3,5Mm
13. Image/video editor
14. document Editor

15. Baterai Li-po 1500mAh.

- Kekurangan :
  1.kualitas casing kurang
  2.kamera tanpa flash
  3.boros baterai karena menggunakan CPU ARM CORTEX
  4.GPRS dan EDGE hanya qelas 12
  5.Harga Mahal

5. Oscommerce

kelebihan dan kekurangan Oscommerce

Kelebihan :

1. Gratis karena merupakan aplikasi open source
2. Sangat mudah untuk initial setup nya
3. Tidak sulit untuk memaintain isi didalamnya
4. Gampang bagi administrator toko untuk menampilkan semua produk mereka ke customer dengan permintaan-permintaan khusus dari customer itu sendiri.
5. Komunitas yang aktif dimana sesama member saling membantu apabila menemukan kesulitan dalam penggunaannya

Kekurangan:

Beragam fasilitas yg ada di oscommerce terkadang malah menjadi persoalan tersendiri jika yang ingin dibuat hanya sebuah toko online yg sederhana. Upgrade dan penggantian template oscommerce juga harus dilakukan secara manual (upload) yang terkadang terkesan rumit.