

Abstrak

Maraknya perkembangan teknologi informasi yang terjadi dirasakan telah mengubah cara bisnis konvensional ke arah bisnis elektronik. Dengan didukung oleh kualitas koneksi internet yang semakin baik, E-Commerce telah menjadi alat bisnis bagi perusahaan besar maupun perusahaan kecil untuk menjadi lebih produktif dan kompetitif di tengah era globalisasi dewasa ini.

Dengan fenomena ini dilakukanlah penelitian dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor E-Commerce apa saja yang dapat meningkatkan keuntungan kompetitif bagi perusahaan.

Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari responden yang merupakan sampel dari keseluruhan populasi yang diteliti. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada sejumlah perusahaan retail yang bergerak dalam bidang perdagangan B2C. Kuesioner dikirim dengan menggunakan email. Data tersebut kemudian digunakan untuk mengukur variabel bebas berupa faktor-faktor E-Commerce, seperti faktor transaksi dalam E-Commerce, strategi bisnis, teknologi yang digunakan, dan web usability. Sedangkan untuk mengukur keuntungan kompetitif perusahaan digunakan tingkat kepuasan pelanggan, peningkatan arus pendapatan, dan peningkatan pangsa pasar. Model statistik regresi linear berganda digunakan sebagai persamaan model penelitian.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa aspek transaksi dalam E-Commerce dan aspek teknologi yang digunakan belum secara signifikan mempengaruhi keuntungan kompetitif perusahaan. Justru aspek strategi bisnis dan web usability secara signifikan lebih mempengaruhi keuntungan kompetitif perusahaan.

Kata Kunci: E-Commerce, Keuntungan Kompetitif, Perusahaan, Retail, B2C, Transaksi, Strategi Bisnis, Teknologi, Web Usability, Kepuasan Pelanggan, Arus Pendapatan, Pangsa Pasar