

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 E-commerce

2.2.1 Pengertian E-commerce

E-commerce adalah strategi komersial baru mengarah kepada peningkatan kualitas produk dan layanan dan perbaikan di tingkat layanan penyediaan sementara link persyaratan organisasi, pemasok, dan konsumen ke arah mengurangi biaya [1].

E-commerce adalah pendekatan baru bisnis baik secara elektronik dan menggunakan jaringan dan Internet. Dengan cara ini proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui komputer melakukan komunikasi dan jaringan termasuk internet [2].

Beberapa contoh klasifikasi E-commerce yang ada di indonesia :

1. Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Shopee

Merupakan Jenis E-commerce Online marketplace yaitu wadah jual beli produk secara online yang difasilitasi oleh website yang bersangkutan.

2. OLX

Merupakan Jenis E-commerce yang mempunyai berbagai jual beli jasa dan produk seperti jasa asisten rumah tangga, jual beli produk motor bekas, dan banyak lagi.

2.2.2 Komponen E-commerce

Dalam mekanisme pasar e-commerce terdapat beberapa komponen yang terlibat, yakni[3]:

1. Customer

Customer merupakan para pengguna internet yang dapat dijadikan sebagai target pasar yang potensial untuk diberikan penawaran berupa produk, jasa atau informasi oleh para penjual.

2. Penjual

Penjual merupakan pihak yang menawarkan produk, jasa, atau informasi kepada para customer baik individu maupun organisasi.

3. Produk

Salah satu perbedaan antara e-commerce dengan traditional commerce terletak pada produk yang dijual.

4. Infrastruktur

Infrastruktur pasar yang menggunakan media elektronik meliputi perangkat keras, perangkat lunak, dan juga sistem jaringannya.

5. Front End

Front end merupakan aplikasi web yang dapat berinteraksi dengan pengguna secara langsung. Beberapa proses bisnis pada front end ini antara lain: portal penjual, katalog elektronik, shopping chart, mesin pencari dan payment gateway.

6. Back End

Back end merupakan aplikasi yang secara tidak langsung mendukung aplikasi front end. Semua aktivitas yang berkaitan dengan pemesanan barang, manajemen inventori, proses pembayaran, packaging, dan pengiriman barang termasuk dalam bisnis proses back end.

7. Intermediary

Intermediary merupakan pihak ketiga yang menjembatani antara produsen dengan konsumen. Online intermediary membantu mempertemukan pembeli dan penjual, menyediakan infrastruktur, serta membantu penjual dan pembeli dalam menyelesaikan proses transaksi. Intermediary tidak hanya perusahaan atau organisasi tetapi dapat juga individu. Contoh intermediary misalnya broker dan distributor.

8. Partner Bisnis Lain

Partner bisnis lain merupakan pihak selain intermediary yang melakukan kolaborasi dengan produsen.

9. Support Services

Ada banyak support services yang saat ini berdatang di dunia maya mulai dari sertifikasi dan trust service, yang menjamin keamanan sampai pada knowledge provider.

2.2 Foto Produk

Foto Produk adalah bagian dari advertising. Karena dalam sebuah frame-nya, harus bisa mencitrakan image sebuah produk. Kunci dari foto produk adalah bagaimana seorang fotografer bisa membuat citra yang terdapat dalam produk tersebut lewat angle dan juga konsep[4].

Ada beberapa teknik dalam fotografi seperti posisi kamera, kamera bergerak, ukuran frame atau gambar, dan sebagainya. Dalam fotografi sebuah produk yang perlu diperhatikan adalah ukuran frame atau gambar ada beberapa sub teknik dalam teknik untuk mengatur ukuran frame dan gambar seperti close up, big close up, extreme close up, medium shot, dan full shot. Teknik pengambilan ukuran frame tergantung dengan kebutuhan seperti teknik close up untuk menangkap detail objek dengan jelas, teknik full shot untuk mengambil foto secara keseluruhan dari objek[9].



Gambar 2.1 Teknik Pengambilan Foto

2.3 Adobe Photoshop

Adobe Photoshop, atau biasa disebut Photoshop, adalah perangkat lunak editor citra buatan Adobe Systems yang di khususkan untuk pengeditan foto/gambar dan pembuatan efek. Perangkat lunak ini banyak

digunakan oleh fotografer digital dan perusahaan iklan sehingga dianggap sebagai pemimpin pasar (market leader) untuk perangkat lunak pengolahan gambar/foto, dan bersama Adobe Acrobat, dianggap sebagai produk terbaik yang pernah diproduksi oleh Adobe System[5].

Aplikasi program adobe photoshop adalah program yang berorientasikan untuk mengedit, memodifikasi, maupun memanipulasi gambar atau foto, pengaturan warna yang semakin akurat, penggunaan fasilitas efek dan filter yang semakin canggih, dan fasilitas pemodifikasian tipografi teks yang semakin unik dan fantastik[6].

Adobe Photoshop adalah salah satu software untuk mengolah foto ataupun gambar, dengan adobe photoshop kita dapat memperbaiki dan mempercantik foto yang ingin kita cetak dengan menambahkan efek dalam foto tersebut, sehingga foto yang biasa menjadi sebuah foto dengan tampilan yang berbeda dan menarik.[7]

2.4 Editing / Penyuntingan Foto

Editing foto adalah merencanakan dan memilih serta menggabungkan kembali potongan gambar yang diambil para editor untuk disiarkan dalam bentuk modifikasi gambar[8]. Teknik penyuntingan foto yang umum dilakukan seperti penyesuaian kecerahan, penyesuaian kontras, penyesuaian saturasi, penyesuaian ukuran gambar, dan sebagainya. Salah satu teknik penyuntingan foto adalah penyesuaian kecerahan foto atau gambar yang dimana berfungsi untuk membuat pencahayaan pada foto menjadi baik, pencahayaan yang baik yaitu tidak terlalu gelap tidak terlalu terang juga.



Gambar 2.2 Ilustrasi penyesuaian kecerahan pada foto