

PENGENALAN E-COMMERCE

1.1 PENDAHULUAN

Walaupun istilah *Electronic Commerce* baru beberapa tahun terakhir mendapat perhatian, sebenarnya *Electronic Commerce* telah ada dalam berbagai bentuk selama lebih dari 20 tahun. Teknologi yang disebut dengan *Electronic Data Interchange (EDI)* dan *Electronic Funds Transfer (EFT)* pertama kali diperkenalkan pada akhir tahun 1970-an. Pertumbuhan penggunaan kartu kredit, *Automated Teller Machines* dan perbankan via telepon di tahun 1980-an juga merupakan bentuk-bentuk *Electronic Commerce*.

Komersialisasi dan privatisasi internet yang meningkat beberapa tahun yang lalu, telah menjadi dasar pertumbuhan *Electronic Commerce*. Infrastruktur digital yang menyediakan sarana efisien untuk komunikasi dan pertukaran informasi menjadi media baru yang menarik untuk *Electronic Commerce*. Di masa lalu, dunia bisnis bisa melakukan aktivitas antara satu dan lainnya melalui jaringan khusus tapi pertumbuhan drastis dari internet telah merubah paradigma tersebut dan akhirnya menjadikannya lebih luas. *Electronic Commerce* tradisional saat ini bisa dilakukan oleh pendatang baru dengan skala internasional.

Istilah *e-commerce* dapat saja diartikan berbeda-beda oleh setiap orang, yang penting untuk dimengerti adalah persamaan-persamaannya : *e-commerce* melibatkan lebih dari satu perusahaan, dan dapat diaplikasikan hampir di setiap jenis hubungan bisnis.

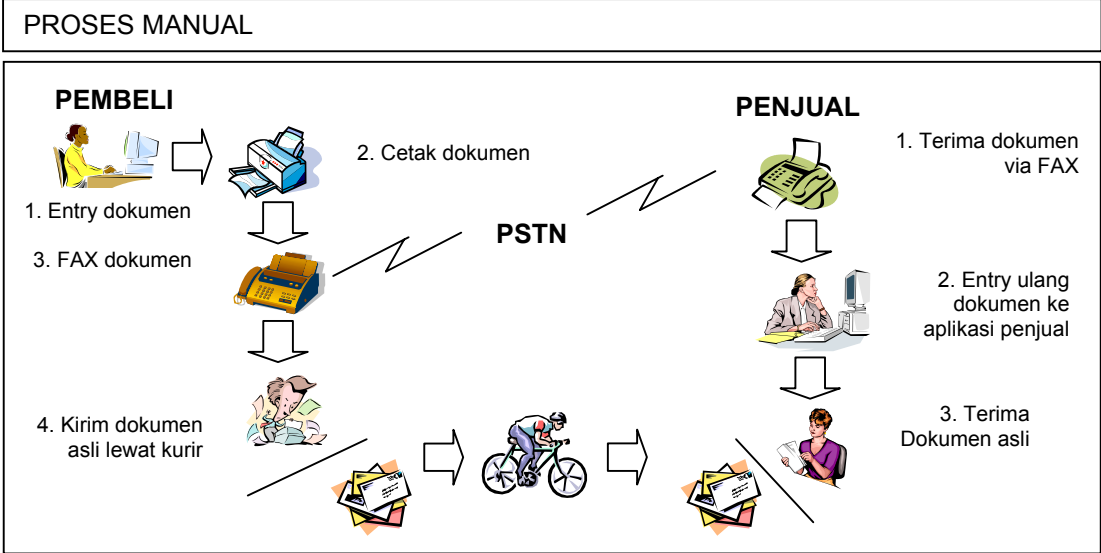
Sampai saat ini, *website* hanya terbatas pada informasi yang diberikan untuk konsumen mengenai perusahaan dan apa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Para pengunjung di *website* dapat melakukan lebih daripada hanya melihat informasi ini, mereka bisa mengirimkan *e-mail* atau mengisi sebuah formulir, dan membuat perjanjian yang lebih dari sekedar arti perjanjian secara tradisional. *E-commerce* mengizinkan anda untuk menjual produk-produk dan jasa secara *online*. Calon pelanggan atau konsumen dapat menemukan *website* anda, membaca dan melihat produk-produk, memesan dan membayar produk-produk tersebut secara *online*.

Terdapat dua jenis perusahaan yang melakukan bisnis di internet. Jenis yang pertama adalah perusahaan yang semata-mata hanya berada di internet. Perusahaan jenis ini tidak mempunyai toko atau melakukan bisnis secara tradisional. Sebagai contoh : *amazon.com* dan *cdnow.com*. Sedangkan jenis perusahaan lainnya menggunakan *e-commerce* di internet sebagai pengganti kegiatan bisnis yang ada. Contoh jenis perusahaan ini adalah Barnes dan Noble. Selain menjual buku-buku di tokonya ke negara lain, *Barnes dan Noble* mengoperasikan *website*-nya dimana konsumen dapat mencari buku-buku yang menarik baginya untuk dibeli, dan kemudian mereka dapat mememesannya melalui *website* tersebut.

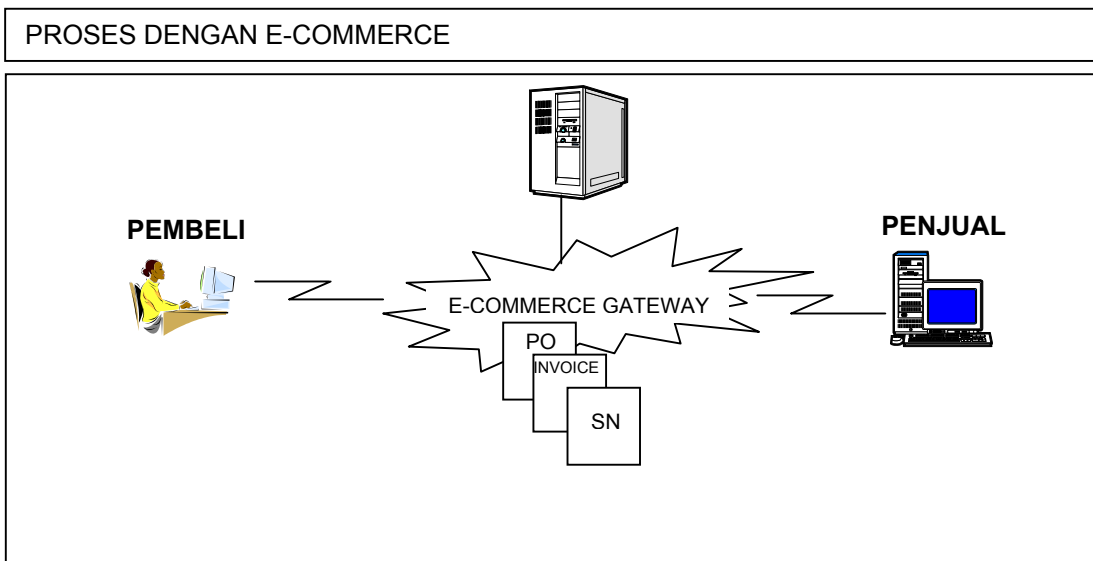
Banyak perusahaan telah berpindah ke *e-commerce* dengan berbagai alasan. Dengan menggunakan internet untuk menjual dan memasarkan produk-produknya, perusahaan tersebut dapat menjangkau banyak pelanggan di seluruh dunia. Dengan menggunakan teknologi baru ini, banyak perusahaan dapat memajukan penjualan produk-produknya. Sebagai contoh : perusahaan komputer Compaq mulai menjual komputer pribadi secara *online* pada musim gugur tahun lalu (1999), dan menggunakan *search engine Alta Vista*, yang ditampilkan sebanyak 40 juta kali per hari untuk mengajak pelanggan ke alamat *compaq.com* dan *shopping.com*, dimana komputer pribadi tersebut dijual. Sebagai hasilnya, penjualan komputer pribadi Compaq sangat tinggi yaitu hampir tiga kali lebih banyak dari yang diharapkan.

1.2 KELEBIHAN ELECTRONIC COMMERCE

Secara sederhana, perbedaan antara proses perdagangan secara manual dengan menggunakan *e-commerce* dapat digambarkan pada gambar 1.1 dan gambar 1.2



Gambar 1.1 Proses Bisnis Manual



Gambar 1.2 Proses Bisnis dengan E-Commerce

Dari gambar di atas, jelas terlihat perbedaan mendasar antara proses manual dan dengan e-commerce, dimana pada proses dengan *e-commerce* terjadi efisiensi pada penggunaan fax, pencetakan dokumen, entry ulang dokumen, serta jasa kurir. Efisiensi tersebut akan menunjukkan pengurangan biaya dan waktu/kecepatan proses. Kualitas transfer data pun lebih baik, karena tidak dilakukan entry ulang yang memungkinkan terjadinya *human error*.

Secara ringkas *e-commerce* mampu menangani masalah berikut :

- OTOMATISASI, proses otomatisasi yang menggantikan proses manual. (*“enterprise resource planning” concept*)
- INTEGRASI, proses yang terintegrasi yang akan meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses. (*“just in time” concept*)
- PUBLIKASI, memberikan jasa promosi dan komunikasi atas produk dan jasa yang dipasarkan. (*“electronic cataloging” concept*)
- INTERAKSI, pertukaran data atau informasi antar berbagai pihak yang akan meminimalkan “human error” (*“electronic data interchange/EDI” concept*)
- TRANSAKSI, kesepakatan antara 2 pihak untuk melakukan transaksi yang melibatkan institusi lainnya sebagai pihak yang menangani pembayaran. (*“electronic payment” concept*)

1.3 KEUNTUNGAN E-COMMERCE

Keuntungan e-commerce bagi bisnis :

Dengan melakukan kegiatan bisnis secara *online*, perusahaan-perusahaan dapat menjangkau pelanggan di seluruh dunia. Oleh karena itu dengan memperluas bisnis mereka, sama saja dengan meningkatkan keuntungan. Pelaku bisnis dapat mengumpulkan informasi mengenai para pelanggannya melalui penggunaan *cookies*. *Cookies* merupakan file kecil yang terdapat di dalam *hard disk* pemakai

pada saat pemakai tersebut memasuki sebuah *website*. Cookies membantu operator *website* tadi untuk mengumpulkan informasi mengenai kebiasaan membeli yang dilakukan oleh sekelompok orang. Informasi ini tidak terhingga nilainya bagi bisnis karena informasi tadi menjadikan pelaku bisnis membuat target periklanannya lebih baik dengan informasi yang lebih baik mengenai demografis.

Keuntungan lainnya bahwa *e-commerce* menawarkan pengurangan sejumlah biaya tambahan. Sebuah perusahaan yang melakukan bisnis di internet akan mengurangi biaya tambahan karena biaya tersebut tidak digunakan untuk gedung dan pelayanan pelanggan (*customer service*), jika dibandingkan dengan jenis bisnis tradisional. Hal ini membantu perusahaan dalam meningkatkan keuntungannya. Salah satu jenis bisnis yang mengambil keuntungan dari *e-commerce* adalah perbankan.

Keuntungan e-commerce bagi konsumen :

Seperti halnya bisnis yang berkeinginan merangkul *e-commerce* sebagai suatu cara yang sah untuk melakukan kegiatan bisnis, konsumen juga berkeinginan mengambil keuntungan dari seluruh kemungkinan yang ditawarkan oleh *e-commerce*. Keuntungan yang terbesar bagi konsumen adalah melakukan bisnis secara *online* dengan mudah. Seorang pembeli di internet dapat menggunakan komputer pribadinya pagi atau malam selama 7 hari per minggu untuk membeli hampir semua barang. Seorang konsumen tidak perlu mengantri di toko atau bahkan meninggalkan rumahnya; yang dilakukan hanya mengklik sebuah produk yang ingin dibelinya, memasukkan informasi kartu kreditnya, kemudian menunggu produk itu tiba melalui pos.

Beberapa perusahaan *e-commerce* telah membuat proses ini lebih mudah. Beberapa toko *online* menyimpan informasi kartu kredit pembelinya di server mereka, sehingga informasi yang dibutuhkan hanya dimasukkan sekali saja. Beberapa bisnis *online* bahkan tidak mengirimkan produk-produknya ke pelanggan melalui pos, khususnya yang menjual *software* komputer. Sebagai contoh : *beyon.com* mengizinkan para pelanggannya untuk men-*download software* yang dibelinya langsung ke komputer mereka. Produk-produk lain seperti video dan musik akan tersedia dengan cara seperti ini pada saat mendatang, sejalan dengan meningkatnya *bandwidth* dari waktu ke waktu dan waktu download yang meningkat.

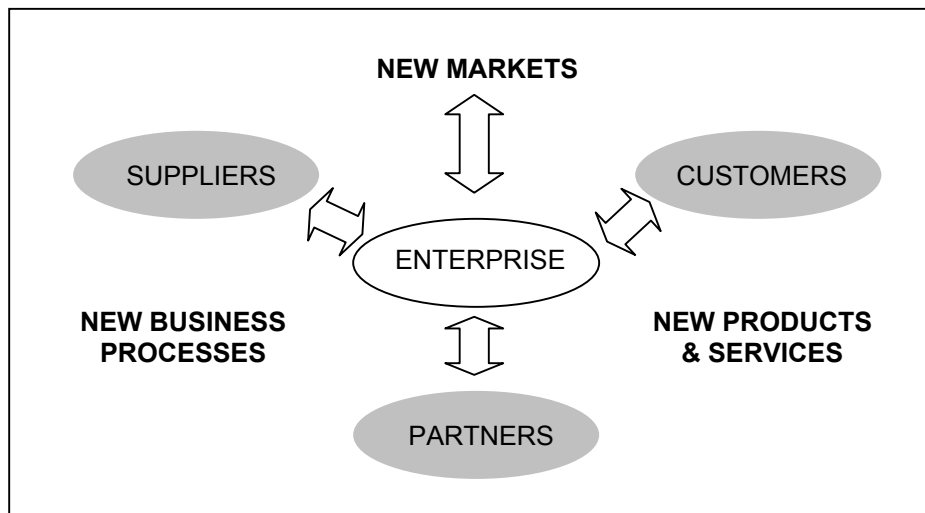
Keuntungan lainnya yang ditawarkan oleh *e-commerce* ke konsumen adalah pengurangan biaya. Perusahaan yang menjual saham secara *online*, seperti *e-trade.com* membebaskan biaya hanya sekitar \$ 10 per perdagangan, yang jauh lebih murah jika dibandingkan dengan membeli saham tersebut melalui perantara saham tradisional.

Secara ringkas keuntungan *e-commerce* tersebut adalah sebagai berikut :

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

1.4 PELUANG E-COMMERCE

Dengan memanfaatkan teknologi informasi dengan e-commerce, akan mendatangkan peluang yang luas terutama munculnya proses bisnis baru dan jasa/produk baru dengan diperolehnya pasar baru bagi perusahaan/organisasi yang menggunakan e-commerce. Gambar 1.3 di bawah ini menunjukkan bagaimana e-commerce akan menciptakan peluang baru tersebut.



Gambar 1.3. Peluang E-Commerce

Pada gambar 1.3 dijelaskan bahwa terjadi hubungan timbal balik antara pasar baru yang diperoleh dengan pemanfaatan e-commerce, demikian juga hubungan timbal balik antara perusahaan dengan pemasok, konsumen dan partner kerjanya. Hubungan perusahaan dengan pemasok dan partner kerjanya akan memunculkan peluang terciptanya proses bisnis baru, sedangkan hubungan perusahaan dengan konsumen dan partner kerjanya akan memunculkan peluang terciptanya jasa&produk baru yang dihasilkan oleh perusahaan.

1.5 DEFINISI ELECTRONIC COMMERCE

Apa sebenarnya arti *E-commerce* (*electronnic commerce* atau *EC*) ? *E-commerce* merupakan suatu istilah yang mulai banyak digunakan belakangan ini, suatu contoh kata yang sering didengungkan, kata yang berhubungan dengan internet dimana tidak seorangpun mengetahui dengan pasti definisi tersebut. Berikut ini akan dipaparkan mengenai pengertian *e-commerce* yang terdapat pada *website* atau menurut para ahli yang dituangkan dalam *website* tersebut.

Pada *website* *whatis.com* terdapat pengertian *e-commerce* yaitu *berhubungan dengan pembelian dan penjualan barang atau jasa melalui internet, khususnya World wide web*.

Menurut Robert E. Johnson, III (<http://www.cimcor.com>), *e-commerce* merupakan suatu tindakan melakukan transaksi bisnis secara elektronik dengan menggunakan internet sebagai media komunikasi yang paling utama.

Pada website *ECARM (The Society For Electronic Commerce And Rights Management)* dijelaskan bahwa *e-commerce* secara umum menunjukkan seluruh bentuk transaksi yang berhubungan dengan aktifitas-aktifitas perdagangan, termasuk organisasi dan perorangan yang berdasarkan pada pemrosesan dan transmisi data digital termasuk teks, suara, dan gambar-gambar visual (OECD, 1997).

Pada website *Planetweb E-commerce Solutions*, *e-commerce* memiliki arti bahwa sebuah website dapat menjadi sebuah modal bagi perusahaan, dimana website tersebut dapat menghasilkan uang dan dapat menggambarkan perusahaan anda di internet pada saat yang bersamaan.

Pada website *E-commerce Net*, secara sederhana dijelaskan bahwa *e-commerce* adalah menjual barang dagangan dan / atau jasa melalui internet. Seluruh pelaku yang terlibat dalam bisnis praktis diaplikasikan disini, seperti customer service, produk yang tersedia, kebijakan-kebijakan pengembalian barang dan uang, periklanan, dll.

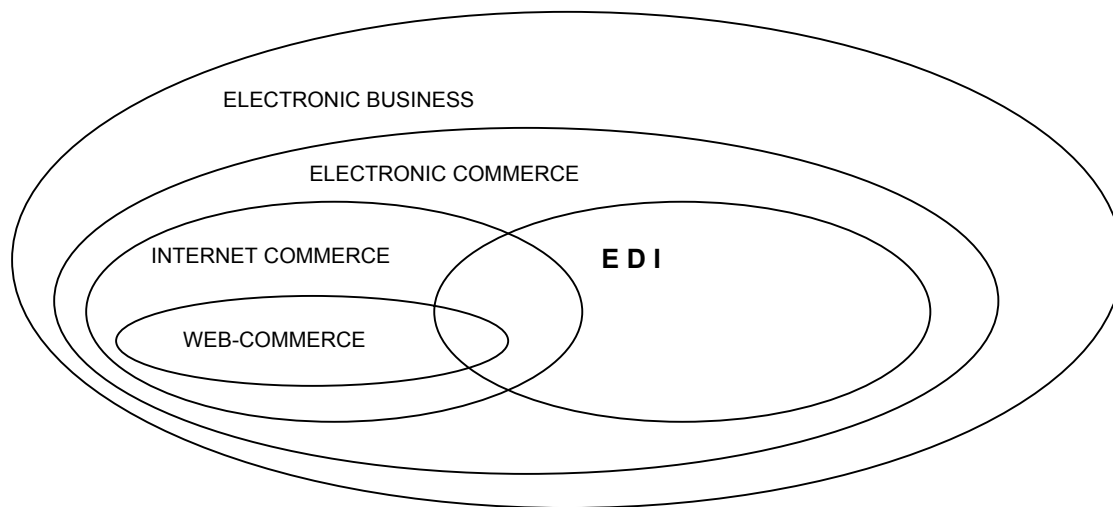
Menurut Gary Coulter dan John Buddemeir (*E-commerce Outline*) : *e-commerce* berhubungan dengan penjualan, periklanan, pemesanan produk, yang semuanya dikerjakan melalui internet. Beberapa perusahaan memilih untuk menggunakan kegiatan bisnis ini sebagai tambahan metode bisnis tradisional, sementara yang lainnya menggunakan internet secara eksklusif untuk mendapatkan para pelanggan yang berpotensi.

Menurut Donna Perry, pengertian *e-commerce* sangat sederhana yaitu kemampuan untuk melakukan bisnis secara elektronik melalui komputer, fax, telepon, dsb. Menurutnya untuk menjual produk dan / atau jasa di internet, sebuah perusahaan membutuhkan :

- Komputer – bukan hanya beberapa komputer, tetapi dibutuhkan sebuah server dengan kapasitas besar dan kecepatan tinggi yang memungkinkan *Secure Socket Layer (SSL)* mempunyai enkripsi yang aman. Server ini harus benar-benar stabil.
- *Merchant account* – yang diperoleh melalui sebuah bank atau institusi keuangan dan mengizinkan perusahaan menerima kartu kredit sebagai bentuk pembayarannya. Rekening ini sebaiknya menggunakan sebuah institusi yang mengetahui tentang perdagangan di internet dan yang menawarkan pemrosesan transaksi *online* secara *real-time*.
- *Website* – sebuah website *e-commerce*.

1.6 RUANG LINGKUP E-COMMERCE

Berdasarkan ruang lingkungannya, merupakan bagian dari *Electronic Business* seperti digambarkan pada gambar 1.4 berikut :



Gambar 1.4 Ruang Lingkup E-Commerce

ELECTRONIC BUSINESS, merupakan lingkup aktivitas perdagangan secara elektronik dalam arti luas.

ELECTRONIC COMMERCE, merupakan lingkup perdagangan yang dilakukan secara elektronik, dimana di dalamnya termasuk :

- Perdagangan via Internet (*Internet Commerce*)
- Perdagangan dengan fasilitas Web Internet (*Web-Commerce*)
- Perdagangan dengan sistem pertukaran data terstruktur secara elektronik (*Electronic Data Interchange/EDI*).

1.7 KERANGKA DASAR E-COMMERCE

Aplikasi *e-commerce* disusun berdasarkan infrastruktur teknologi yang sudah ada, yaitu kombinasi antara komputer, jaringan komunikasi, dan software komunikasi sehingga menjadi *Information Superhighway*. Gambar 1.5 menunjukkan berbagai aplikasi *e-commerce* yang tidak akan berjalan tanpa hal-hal yang terdapat dalam infrastruktur berikut :

- Jasa bisnis umum, sebagai jasa untuk proses pembelian & penjualan.
- Distribusi pesan dan informasi, sebagai sarana pengiriman dan pengambilan informasi.
- Isi Multimedia dan Publikasi Jaringan, untuk pembuatan produk dan sarana mengkomunikasikannya.
- *Information Superhighway*, sebagai landasan utama untuk penyediaan sistem *highway* (jalan utama) dimana seluruh aktivitas *e-commerce* akan menggunakan jalan utama tersebut.