

SISTEM PERDAGANGAN ELEKTRONIK

Pengenalan Sistem Perdagangan Elektronik

Perdagangan melalui jaringan elektronik atau e-commerce didefinisikan sebagai aktifitas perdagangan melalui jaringan elektronik dengan menggunakan perangkat komputer untuk memudahkan semua operasi komputer. E-commerce melibatkan lebih dari satu perusahaan, dan dapat diaplikasikan hampir disetiap jenis hubungan bisnis.

E-commerce mengizinkan produsen untuk menjual produk-produk dan jasa secara online. Calon pelanggan atau konsumen dapat menemukan website produsen, membaca dan melihat produk-produk, memesan dan membayar produk-produk secara online.

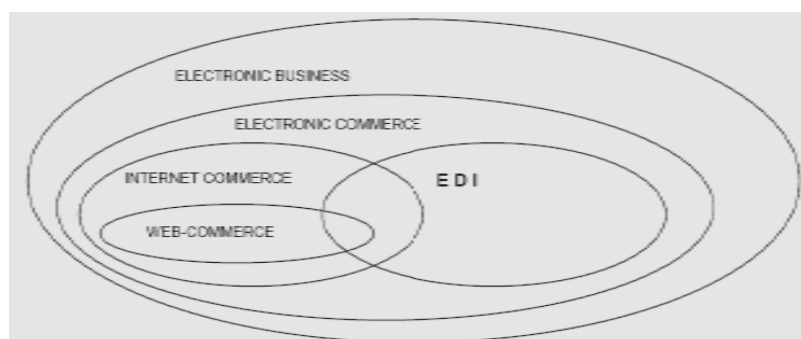
Pada website whatis.com terdapat pengertian e-commerce yaitu berhubungan dengan pembelian dan penjualan barang atau jasa melalui internet khususnya World Wide Web.

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.

Menurut Gary Coulter dan John Buddiemeir (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.

Ruang lingkup e-commerce

Berdasarkan ruang lingkungnya, merupakan bagian dari elektronik business seperti digambarkan ada gambar berikut :



ELECTRONIC BUSINESS

Merupakan lingkup aktivitas perdagangan secara elektronik dalam arti luas serta terpenting dan terbesar dari e-business adalah ecommerce, dimana berbagai aktivitas transaksi jual beli dilakukan melalui medium internet. Karena sangat lebarnya spektrum proses dari transaksi jual beli yang ada, sangat sulit menentukan ruang lingkup atau batasan dari domain ecommerce. Salah satu cara yang dapat dipergunakan untuk dapat mengerti batasan-batasan dari sebuah e-commerce adalah dengan mencoba mengkaji dan melihat fenomena bisnis tersebut dari berbagai dimensi, yaitu :

- **Teknologi**
Kontributor terbesar yang memungkinkan terjadinya e-commerce adalah teknologi informasi, dalam hal ini perkembangan pesat teknologi komputer dan telekomunikasi. Tidak dapat dipungkiri bahwa arena jual beli di dunia maya terbentuk karena terhubungnya berjuta-juta komputer ke dalam sebuah jaringan raksasa (internet).
- **Marketing dan “New Consumer Processes”**
Dari segi pemasaran, e-commerce sering dilihat sebagai sebuah kanal atau cara baru untuk berhubungan dengan pelanggan. Melalui e-commerce jangkauan sebuah perusahaan menjadi semakin luas karena yang bersangkutan dapat memasarkan produk dan jasanya ke seluruh dunia tanpa memperhatikan batasan-batasan geografis.
- **Electronic Linkage**
Dengan adanya e-commerce, maka dua buah divisi dapat bekerja sama secara efisien melalui pertukaran data elektronik; demikian juga antara dua buah kelompok berbeda seperti misalnya antara kantor pemerintah dengan masyarakatnya; atau mungkin antara pelanggan dengan perusahaan-perusahaan tertentu.
- **Information Value Adding**
Di dalam e-commerce, bahan baku yang paling penting adalah informasi. Sehubungan dengan hal ini, proses pertambahan nilai (value adding processes) menjadi kunci terselenggaranya sebuah mekanisme e-commerce.
- **Market-Making**
E-commerce dikatakan sebagai market-making karena keberadaannya secara langsung telah membentuk sebuah pasar perdagangan tersendiri yang mempertemukan berjuta-juta penjual

dan pembeli di sebuah pasar digital maya (e-market). Di pasar maya ini terjadi perdagangan secara terbuka dan bebas, karena masing-masing penjual dan pembeli dapat bertemu secara efisien tanpa perantara.

- **Service Infrastructure**
Konsep e-commerce ternyata tidak hanya membuahkan mekanisme transaksi jual beli semata, namun ternyata banyak sekali jasa-jasa baru yang diperlukan sebagai sarana pendukung aktivitas jual beli produk tersebut.

ELEKTRONIK COMMERCE

Merupakan lingkup perdagangan yang dilakukan secara elektronik dimana didalamnya termasuk :

- perdagangan via internet (internet commerce)
- perdagangan dengan fasilitas web internet (web e-commerce)
- perdagangan dengan system pertukaran data trstruktur secara elektronik (Elektronik Data Interchange/EDI).

Pentingnya e-commerce

- Orang yang ingin membeli barang atau hanya melakukan transaksi lewat internet
- membutuhkan akses internet dan interface-nya menggunakan web browser Menjadikan portal e-commerce / e-shop tidak sekedar portal belanja, tapi menjadi tempat berkumpulnya komunitas dengan membangun basis komunitas, membangun konsep pasar bukan sekedar tempat jual beli
- sebagai pusat informasi(release,product review, konsultasi, etc)
Pengelolaan yang berorientasi pada pelayanan, kombinasi konsepsi pelayanan konvensional dan virtual : Responsif (respon yang cepat dan ramah), Dinamis, Informatif dan komunikatif
- Informasi yang up to date, komunikasi multi-arah yang dinamis
- Model pembayaran : kartu kredit atau transfer

Proses pembayaran elektronik

Mekanisme transaksi elektronik dengan e-commerce dimulai dengan adanya penawaran suatu produk tertentu oleh penjual (misalnya bertempat kedudukan di USA) di suatu website melalui server yang berada di Indonesia (misalnya detik.com). Apabila konsumen Indonesia melakukan pembelian, maka konsumen

tersebut akan mengisi order mail yang telah disediakan oleh pihak penjual.

Adapun cara transaksi pada e-commerce, permintaan pelanggan dikirim ke pedagang, kemudian setelah diterima oleh pedagang dan diverifikasi oleh pedagang, kemudian pelanggan yang melakukan pembayaran yang kemudian akan masuk ke server pembayaran. Pembayaran dapat dilakukan melalui kartu kredit, smart cards, rekening bank, dan sebagainya. Tapi disini alat pembayaran yang lebih aman dengan menggunakan **Paypal**.

PayPal adalah salah satu alat pembayaran (Payment procesors) menggunakan internet yang terbanyak digunakan didunia dan teraman. Pengguna internet dapat membeli barang di ebay, lisensi software original, keanggotaan situs, urusan bisnis, mengirim dan menerima donasi/sumbangan, mengirim uang ke pengguna PayPal lain di seluruh dunia dan banyak fungsi lainnya dengan mudah dan otomatis menggunakan internet,

PayPal mengatasi kekurangan dalam pengiriman uang tradisional seperti Cek atau Money order yang prosesnya dapat memakan waktu PayPal seperti rekening bank, pertama anda membuat account, lalu mengisi account tersebut dengan dana dari kartu kredit atau transferan dana dari account paypal orang lain ke balance paypal anda, dan anda sudah dapat menggunakan account PayPal untuk bertransaksi.

Berikut adalah kartu kredit di Indonesia yang sudah dicoba dan diterima oleh Paypal: HSBC Visa, BNI Visa, Mandiri Visa, Citibank Mastercard, BCA Mastercard, BRI Mastercard.

Tahapan-tahapan dalam transaksi elektronik melalui e-commerce dapat diurutkan sebagai berikut :

1. E-customer dan e-merchant bertemu dalam dunia maya melalui server yang disewa dari Internet Server Provider (ISP) oleh e-merchant.
2. Transaksi melalui e-commerce disertai term of use dan sales term condition atau klausula standar, yang pada umumnya e-merchant telah meletakkan klausula kesepakatan pada websitenya, sedangkan e-customer jika berminat tinggal memilih tombol accept atau menerima.
3. Penerimaan e-customer melalui mekanisme “klik” tersebut sebagai perwujudan dari kesepakatan yang tentunya mengikat pihak e-merchant.

4. Pada saat kedua belah pihak mencapai kesepakatan, kemudian diikuti dengan proses pembayaran, yang melibatkan dua bank perantara dari masing-masing pihak yaitu acquiring merchant bank dan issuing E-customer bank. Prosedurnya customer memerintahkan kepada issuing customer bank untuk dan atas nama e-customer melakukan sejumlah pembayaran atas harga barang kepada acquiring merchant bank yang ditujukan kepada e-merchant.
5. Setelah proses pembayaran selesai kemudian diikuti dengan proses pemenuhan prestasi oleh pihak e-merchant berupa pengiriman barang sesuai dengan kesepakatan mengenai saat penyerahan dan spesifikasi barang.

Contoh Kasus

Kami memilih amazon.com sebagai contoh kasus pada materi kami. seperti yang kita ketahui amazon.com merupakan toko online yang ada di dunia maya. di amazon.com kita bisa memesan produk yang kita inginkan hanya dengan mentransfer sejumlah uang melalui atm. tetapi sebelum kita memesan produk tersebut kita harus terlebih dahulu mendaftar sebagai member amazon.com.

Aplikasi dan Persoalan-Persoalan pada E-commerce

Trend aplikasi e-commerce

Trend aplikasi e-commerce digunakan secara online dengan menggunakan web-web atau situs-situs yang tersedia, seperti www.amazon.com, www.e-bay.com, www.shopping .com dan lainnya. Situs akan di-update secara terus menerus, misal:

- Produk-produk baru ditambahkan pada catalog
- Daftar harga-harga disesuaikan
- Iklan dan promosi baru dipublikasikan

Setiap perubahan harus melalui testing sebagaimana pada tahap instalasi. Yang menjadi tren dari e-commerce adalah penggunaan portal e-commerce yang menyediakan berbagai katalog, proses jual beli, dan pasar lelang untuk para pelanggan dari bidang bisnis dalam atau lalu lintas industry.

Business to consumer e-commerce

Kelompok ini disebut juga transaksi pasar. B2C melibatkan interaksi dan transaksi antara sebuah perusahaan penjual dan para konsumen. Pada transaksi pasar, konsumen mempelajari produk

yang ditawarkan melalui publikasi elektronik, membelinya dengan elektronik cash dan system secure payment, kemudian minta agar barang dikirimkan.

Kebutuhan web store

Kebutuhan web store dinilai berdasarkan beberapa factor berikut:

- A. Petunjuk dan Informasi Pasar, yaitu sebagai alat bantu yang bermanfaat bagi pengunjung . misalnya informasi tentang indeks saham, berita terbaru, kalkulator serta alat bantu pengambilan keputusan.
- B. Harga, yaitu harga produk dijual
- C. Pelayanan Konsumen, yaitu tingkat pemberian tanggapan dan kualitas email serta pelayanan pusat informasi konsumen.
- D. Fasilitas dan Isi Web, yaitu ketersediaan pengecekan barang dengan hanya satu klik, hadiah, keterangan produk, serta tanggapan dari para konsumen.

Business to business e-commerce

Kelompok ini disebut sebagai transaksi antar perusahaan. B2B menyetakan penjualan produk atau jasa yang melibatkan beberapa perusahaan dan dilakukan secara system otomatis. Umumnya, perusahaan-perusahaan yang terlibat adalah pemasok, distributor, pabrik, took, dll.

Keuntungan B2B, jika dikerjakan dengan benar, dapat menghemat biaya, meningkatkan pendapatan, mempercepat pengiriman, mengurangi biaya administrasi, dan meningkatkan layanan kepada pelanggan.

E-commerce market place

E-commerce dalam pasar berfungsi sebagai pangsa pasar global yang tiada batas dengan tidak adanya kalangan yang dibuat oleh pemerintah.

Pemerintah U.S telah memasukkan “Global Framework for Electronic Commerce” di internet, yang menerangkan kerangka pengaturan pasar yang akan mendorong pertumbuhan ekonomi pertumbuhan ekonomi digital yang menawarkan fleksible, solusi industry yang secara efektif akan mengatasi masalah yang timbul.

Clicks and bricks di e-commerce

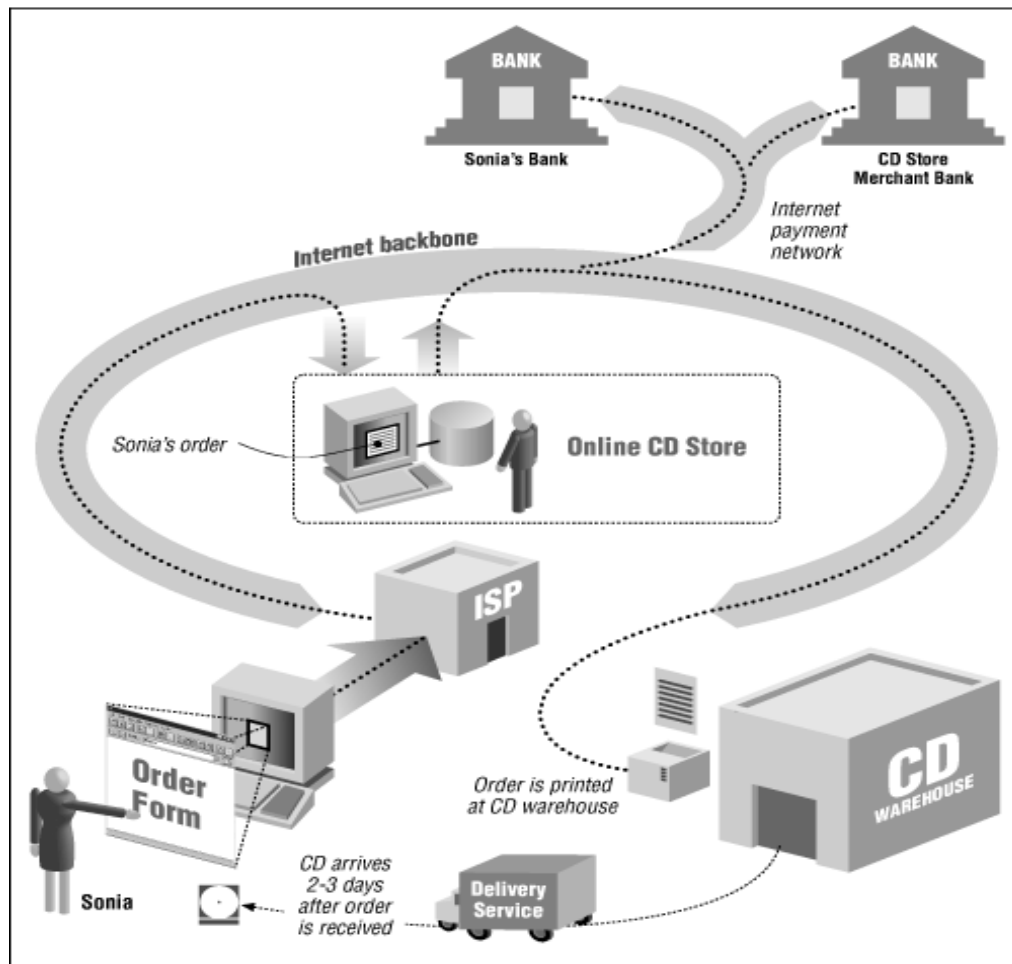
Click and brick adalah suatu strategi yang dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan internet (clicks) dan toko sebagaimana penjualan tradisional (bricks), jadi perusahaan memiliki toko virtual atau toko yang sesungguhnya.

Beberapa aplikasi umum yang berhubungan dengan e-commerce adalah :

1. E-mail dan Messaging
2. Content Management Systems
3. Dokumen, spreadsheet, database
4. Akunting dan sistem keuangan
5. Informasi pengiriman dan pemesanan
6. Pelaporan informasi dari klien dan enterprise
7. Sistem pembayaran domestik dan internasional
8. Newsgroup
9. On-line Shopping
10. Conferencing
11. Online Banking/internet Banking
12. Product Digital/Non Digital

CONTOH KASUS

Gambaran aplikasi *e-commerce* akan diuraikan sebagai berikut. Mula-mula aplikasi akan menampilkan daftar barang yang tersedia. Lalu pengguna dapat memilih beberapa item yang ingin dibeli. Pada saat pengguna memilih suatu item barang, identitas barang tersebut dicatat, dan selanjutnya user dapat melanjutkan berbelanja / memilih item yang lain. Server mengingat item apa saja yang telah dipesan. Pada saat pengguna melanjutkan browsing, server memelihara *track* pengguna tersebut dan pengguna tersebut dapat melakukan *check out* terhadap item-item yang telah dipesan.



KEUNTUNGAN E-COMMERCE

Keuntungan dari e-commerce adalah:

- Biaya operasional berkurang
- Meningkatkan kualitas pelayanan
- Memperbesar aliran pendapatan baru
- Meningkatkan pangsa pasar
- Melebarkan jangkauan pasar

Keuntungan e-commerce bagi bisnis:

- Pasar internasional
- Penghematan biaya operasional
- Kustomisasi masal
- Berkurangnya kendala inovasi
- Biaya telekomunikasi yang lebih rendah
- Digitalisasi proses dan produk
- Batasan waktu kerja dapat diatasi

Keuntungan e-commerce bagi konsumen :

- a. Akses penuh 24 jam / 7 hari
- b. Lebih banyak pilihan
- c. Perbandingan harga
- d. Proses pengantaran produk yang inovatif

Keuntungan e-commerce bagi masyarakat :

- a. Praktek kerja yang lebih fleksibel
- b. Terhubungnya masyarakat dengan masyarakat lain
- c. Kemudahan akses fasilitas publik

KENDALA E-COMMERCE**Kekurangan e-commerce bagi organisasi/perusahaan :**

- a. Keamanan sistem rentan diserang
- b. Persaingan tidak sehat
- c. Masalah komabilitas teknologi lama dengan yang lebih baru

Kekurangan e-commerce bagi konsumen :

- a. Perlunya keahlian komputer
- b. Biaya tambahan untuk mengakses internet
- c. Biaya peralatan computer
- d. Risiko bocornya privasi dan data pribadi
- e. Berkurangnya waktu untuk berinteraksi secara langsung dengan orang lain
- f. Berkurangnya rasa kepercayaan karena konsumen berinteraksi hanya dengan komputer.

Kekurangan e-commerce bagi masyarakat :

- a. Berkurangnya interaksi antar manusia
- b. Kesenjangan sosial
- c. Adanya sumber daya yang terbuang
- d. Sulitnya mengatur internet