

E-Commerce

Electronic Commerce

Definisi dan Konsep



- **Internet berkembang menjadi saluran distribusi global utama untuk produk, jasa, lapangan pekerjaan bidang manajerial dan profesional**
- **Dampaknya mengubah perekonomian, struktur pasar dan industri, produk dan jasa serta aliran distribusinya, segmentasi pasar, nilai bagi konsumen, perilaku konsumen, lapangan pekerjaan dan pasar tenaga kerja**
- **Dampaknya juga terjadi pada masyarakat dan politik, dan perspektif kita terhadap dunia dan diri kita didalamnya.**

Electronic Commerce: **Definisi dan Konsep (lanjut)**



- **E-commerce dapat didefinisikan dari beberapa perspektif:**
 - **Komunikasi:** pengiriman barang, jasa, informasi, atau pembayaran melalui jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya
 - **Perdagangan:** penyediaan sarana untuk membeli dan menjual produk, jasa, dan informasi melalui Internet atau fasilitas online lainnya

Electronic Commerce: **Definisi dan Konsep (lanjut)**



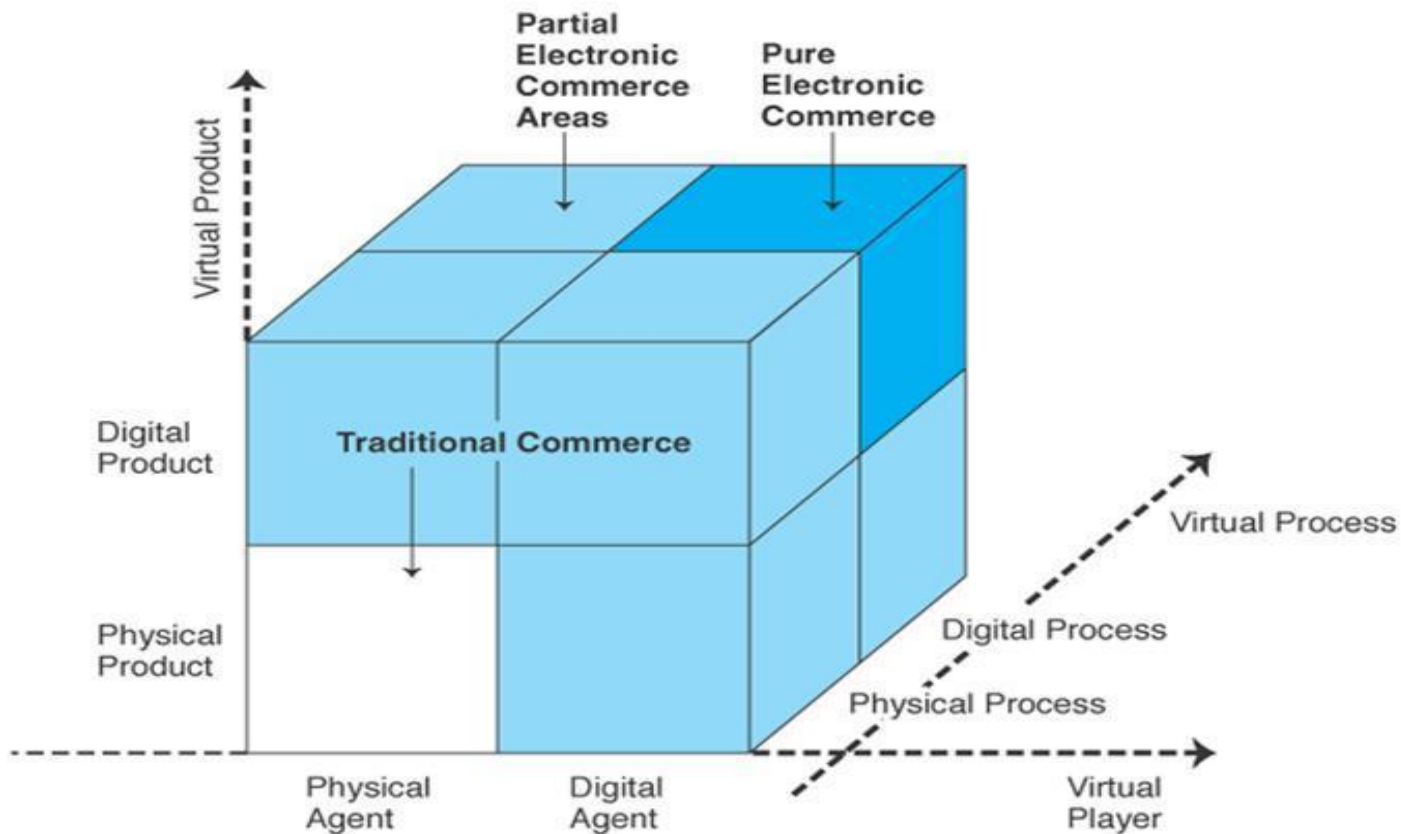
- **Proses Bisnis:** menjalankan proses bisnis secara elektronik melalui jaringan elektronik, menggantikan proses bisnis fisik dengan informasi
- **Layanan:** cara bagi pemerintah, perusahaan, konsumen, dan manajemen untuk memangkas biaya pelayanan/operasi sekaligus meningkatkan mutu dan kecepatan layanan bagi konsumen

Electronic Commerce: **Definisi dan Konsep (lanjut)**



- **Pembelajaran:** sarana pendidikan dan pelatihan online untuk sekolah, universitas, dan organisasi lain termasuk perusahaan
- **Kolaborasi:** metoda kolaborasi antar dan intra organisasi
- **Komunitas:** tempat berkumpul (*mangkal*) bagi anggota suatu masyarakat untuk belajar, mencari informasi, melakukan transaksi, dan berkolaborasi

Dimensi e-Commerce



Source: *Economics of Electronic Commerce*, 1/E by Choi/Stahl/Whinston, ©1997. Reprinted by permission of Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, NJ.

Struktur dan Klasifikasi e-Commerce

- **Dua tipe umum e-commerce:**
 - ***business-to-consumer (B2C)***: transaksi online terjadi antara perusahaan dengan konsumen individual
 - ***e-tailing***: ritel online, biasanya B2C
 - ***business-to-business (B2B)***: perusahaan melakukan transaksi online dengan perusahaan lain.

Struktur dan Klasifikasi e-Commerce (lanjut)



- **Infrastrukturnya**
 - ***Internet:*** jaringan global
 - ***Intranet:*** jaringan milik perusahaan atau organisasi yang menggunakan teknologi Internet, seperti protokol Internet, browser Web, dsb.
 - ***Extranet:*** jaringan melalui Internet yang menghubungkan beberapa intranet

Infrastruktur Non-teknis e-Commerce

- **Selain infrastruktur, aplikasi EC juga ditunjang oleh lima bidang pendukung:**
 - **SDM**
 - **Peraturan/perundangan publik**
 - **Pemasaran dan periklanan**
 - **Layanan-layanan pendukung**
 - **Kemitraan usaha**

Klasifikasi EC menurut Pola Interaksi/Transaksi



- ***B2B dan B2C***
- ***business-to-business-to-consumer (B2B2C):*** model EC dimana suatu perusahaan menjual produk atau jasa kepada perusahaan lain yang memiliki konsumennya sendiri
- ***consumer-to-business (C2B):*** model EC dimana individu menggunakan Internet untuk menjual produk atau jasa kepada perusahaan atau individu, atau untuk mencari penjual atas produk atau jasa yang diperlukannya

Klasifikasi EC menurut Pola Interaksi/Transaksi (lanjut)



- ***consumer-to-consumer (C2C):*** model EC dimana konsumen menjual (bertransaksi) langsung kepada konsumen lain
 - ***peer-to-peer (P2P):*** teknologi yang memungkinkan sesama komputer pada suatu jaringan untuk bertukar data dan proses secara langsung; dapat digunakan untuk C2C, B2B, dan B2C

Klasifikasi EC menurut Pola Interaksi/Transaksi (lanjut)



- ***mobile commerce (m-commerce):*** transaksi dan aktivitas EC dilakukan dengan teknologi *wireless* (misal telepon selular)
- ***location-based commerce (l-commerce):*** transaksi *m-commerce* yang ditargetkan pada individu di lokasi dan waktu tertentu

Pola Interaksi/Transaksi (lanjut)



- ***intrabusiness EC***: kategori EC untuk aktivitas internal suatu organisasi yang melibatkan pertukaran barang, jasa, atau informasi antara berbagai bagian dan individu dalam perusahaan
- ***business-to-employees (B2E)***: model EC dimana organisasi menyediakan jasa, informasi, atau produk kepada individu karyawannya

Klasifikasi EC menurut Pola Interaksi/Transaksi (lanjut)



- ***collaborative commerce (c-commerce)***: model EC dimana beberapa individu atau kelompok berkomunikasi dan berkolaborasi secara online
- ***e-learning***: penyampaian informasi secara online untuk tujuan pelatihan dan pendidikan
- ***exchange (e-exchange)***: pasar elektronik untuk umum yang beranggotakan banyak pembeli dan penjual

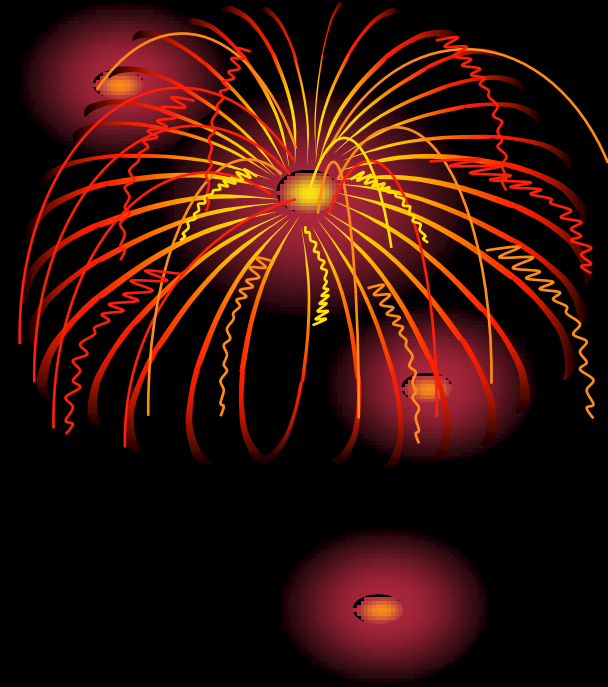
Klasifikasi EC menurut Pola Interaksi/Transaksi (lanjut)



- ***exchange-to-exchange (E2E)***: model EC dimana beberapa e-exchange berhubungan satu sama lain untuk pertukaran informasi
- ***e-government***: model EC dimana organisasi pemerintah membeli atau menyediakan produk, jasa, atau informasi bagi perusahaan atau individu warganegara

EC adalah Bidang Multidisiplin

- **Disiplin ilmu utama**
 - **Ilmu komputer**
 - **Pemasaran**
 - **Perilaku konsumen**
 - **Keuangan**
 - **Ekonomi**
 - **MIS**



Teknologi Pendahulu EC



- **1970-an: inovasi seperti *electronic funds transfer* (EFT)—dana dikirim secara elektronik dari satu organisasi ke organisasi lain (terbatas di kalangan perusahaan besar)**
- ***electronic data interchange* (EDI)— media transfer dokumen rutin elektronik (terjadi perluasan penggunaan termasuk perusahaan manufaktur, ritel, dan pelayanan)**
- ***interorganizational system* (IOS)—travel reservation systems dan stock trading**

Sejarah singkat EC

- **1969: Internet dilahirkan dari riset pemerintah AS, pada awalnya hanya untuk kalangan teknis di lembaga pemerintah, ilmuwan, dan penelitian akademis**
- **1990-an: terjadi komersialisasi Internet dan pertumbuhan perusahaan *dot-coms*, atau *Internet start-ups* menjamur**
- **Berbagai inovasi dibidang aplikasi dari penjualan online sampai e-learning bermunculan**



Sejarah Singkat EC

(lanjut)



- **Umumnya perusahaan besar dan sedang di AS telah memiliki situs Web**
- **Umumnya perusahaan besar di AS telah memiliki portal lengkap**
- **1999: fokus EC bergerak dari B2C ke B2B**
- **2001: terjadi pergerakan fokus dari B2B ke B2E, c-commerce, e-government, e-learning, dan m-commerce**
- **EC akan terus berevolusi**

Kisah Sukses Campusfood.Com



- **Menyediakan menu interaktif bagi mahasiswa, dengan menggunakan Internet untuk menggantikan pemesanan melalui telepon**
- **Pengembangan *customer base***
 - **Mentargetkan mahasiswa**
 - **Perluasan ke universitas lain**
 - **Membuat daftar restoran bagi mahasiswa untuk memesan-antar makanan**

Campusfood.Com (lanjut)



- **Kini beberapa aktivitas dialih-dayakan ke perusahaan pemasaran, sehingga memungkinkan perluasan ke puluhan universitas lain**
- **Pendanaan oleh investor swasta, teman, dan anggota keluarga; situs dibangun dengan investasi kurang dari \$1 juta**
- **Revenue campusfood.com's dihasilkan dari komisi (*transaction fees*) 5 % dari setiap pemesanan dibayarkan oleh penjual/restoran**

Campusfood.Com (lanjut)



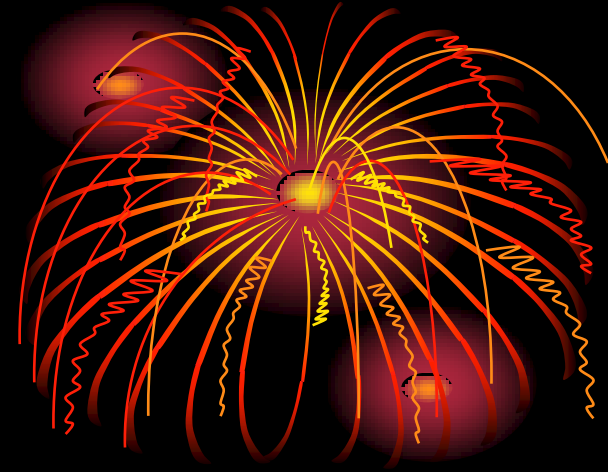
- **Di *campusfood.com* pengunjung dapat:**
 - **Melihat daftar restoran lokal, jam bukanya, alamatnya, nomor teleponnya, dsb.**
 - **Melihat menu secara interaktif**
 - **Tidak terhambat telepon sibuk untuk memesan secara online**
 - **Memanfaatkan penawaran khusus, promosi, dan bonus dari restoran**
 - **Melakukan pembayaran pemesanan secara elektronik**

Masa Depan EC

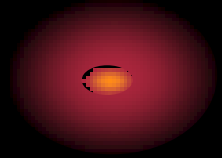


- **2004: total volume belanja online dan transaksi B2B di AS sekitar \$3 to \$7 triliun, estimasi 2008:**
 - **Jumlah pengguna Internet diseluruh dunia akan mencapai 750 juta**
 - **50 persen pengguna Internet akan berbelanja online**
 - **Sumber pertumbuhan EC:**
 - **B2C**
 - **B2B**
 - **e-government**
 - **e-learning**
 - **B2E**
 - **c-commerce**

Model Bisnis e-Commerce



- ***Business Model:*** metoda melakukan usaha yang dapat menghasilkan revenue bagi perusahaan untuk menjamin kelangsungan hidupnya



Rancangan dan Kelayakan Bisnis e-Commerce



- ***Business plan:*** dokumen yang merinci tujuan-tujuan bisnis dan garis besar rencana pencapaiannya
- ***Business case:*** dokumen bagi manajer atau pemilik usaha untuk memperoleh pendanaan untuk proyek atau aplikasi spesifik; dengan penekanan utama pada justifikasi investasi yang dimaksud

Struktur Model Bisnis



- ***Revenue model:*** deskripsi bagaimana perusahaan atau proyek EC dapat menghasilkan revenue, misal:
 - **Penjualan**
 - **Komisi transaksi**
 - **Iuran anggota atau biaya pendaftaran**
 - **Iklan**
 - **Royalty atau biaya afiliasi**
 - **Sumber revenue lain**

Struktur Model Bisnis (lanjut)



- ***Value proposition:* Keuntungan yang diperoleh dari usaha EC, misal:**
 - Efisiensi pencarian produk dan transaksi bagi pembeli
 - Ketergantungan (*lock-in*)
 - Citra perusahaan
 - Agregasi informasi
 - Kolaborasi dengan perusahaan lain

Model Bisnis Umum EC



- 1. Penjualan online (langsung tanpa melalui perantara)**
- 2. Sistem tender (*reverse auction*) elektronik: suatu model dimana seorang pembeli meminta kandidat penjual untuk mengajukan penawaran harga; pemenangnya yang mengajukan harga terendah**
- 3. Lelang dengan harga beli “name your own price”: suatu model dimana pembeli menentukan harga yang ia mampu bayar dan mengundang para penjual yang dapat menjual dengan harga tersebut**

Model Bisnis Umum EC (lanjut)



4. *Affiliate marketing*: suatu perjanjian dimana rekanan pemasaran (perusahaan, organisasi, atau bahkan perorangan) mengacu konsumen ke situs Web penjual

5. *Viral marketing*: pemasaran dari “mulut ke mulut” dimana konsumen menganjurkan suatu produk atau jasa perusahaan kepada teman-temannya atau orang lain

Model Bisnis Umum EC (lanjut)



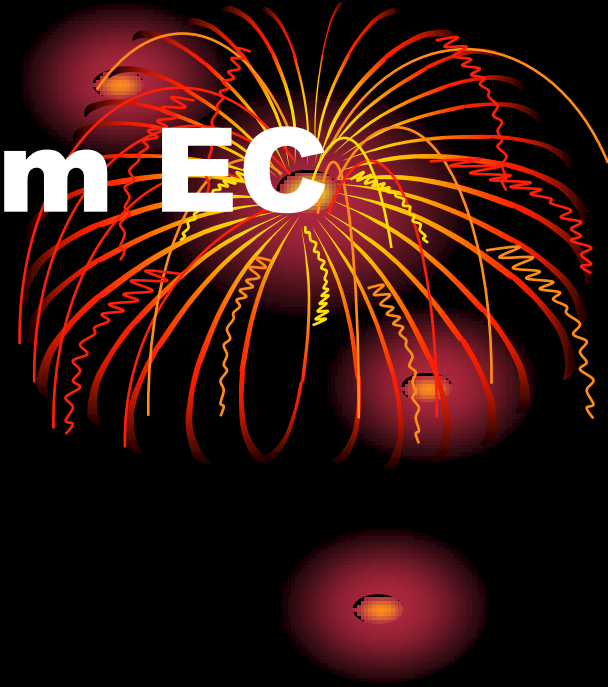
- 6. *Group purchasing*:** pembelian dalam skala besar yang memungkinkan sekelompok pembeli mendapatkan potongan harga
- 7. Lelang online**

Model Bisnis Umum EC (lanjut)



- 8. Personalisasi (kustomisasi) produk atau jasa; menciptakan produk atau jasa sesuai dengan spesifikasi yang diminta pembeli**
- 9. Pasar elektronik (*e-market*) dan *exchange***
- 10. Integrator rantai pertambahan nilai (*value chain*)**
- 11. Penyedia layanan rantai pertambahan nilai**

Model Bisnis Umum EC (lanjut)



- 13. Broker informasi**
 - 14. Pertukaran barang (*barter*)**
 - 15. Keanggotaan**
 - 16. Fasilitator rantai pasokan (*supply chain*)**
-
- **Model bisnis dapat berdiri sendiri atau kombinasi dari beberapa model atau kombinasi dengan model bisnis tradisional**

Manfaat e-Commerce

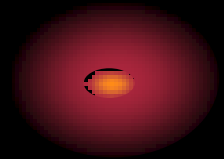
Manfaat bagi perusahaan:

- **Jangkauan global**
- **Pengurangan biaya operasi**
- **Perbaikan rantai pasokan**
- **Penambahan jam buka: 24/7/365**
- **Kustomisasi**
- **Model bisnis baru**
- **Spesialisasi vendor**
- **Kecepatan *time-to-market***
- **Biaya komunikasi/koordinasi lebih rendah**
- **Efisiensi pengadaan**
- **Meningkatkan hubungan dengan konsumen**
- **Informasi yang *up-to-date***
- **Tidak harus membayar pajak/biaya usaha fisik**
- **Dsb.**

Manfaat e-Commerce (lanjut)

Manfaat bagi konsumen:

- **“Dimana saja – kapan saja”**
- **Lebih banyak pilihan produk dan jasa**
- **Harga lebih murah**
- **Pengiriman/pe-nyampaian segera**
- **Ketersediaan informasi**
- **Kesempatan berpartisipasi**
- **Wahana komunitas elektronik**
- **Personalisasi, sesuai selera**
- **Tidak dikenai pajak penjualan**



Manfaat e-Commerce (lanjut)



- **Manfaat bagi masyarakat:**
 - Memungkinkan *telecommuting*
 - Peningkatan kualitas hidup
 - Dapat menolong masyarakat yang kurang mampu
 - Kemudahan mendapatkan layanan umum

Tantangan e-Commerce



- **Keamanan**
- **Kepercayaan dan resiko**
- **SDM**
- **Model bisnis**
- **Budaya**
- **Otentikasi *user* dan belum tersedianya *public key infrastructure***
- **Masalah organisasi**
- **Penipuan**
- **Akses Internet yang lambat**
- **Permasalahan hukum/legalitas**