



PERDAGANGAN ELEKTRONIK



MODUL - Sesi 3

Pengantar Perdagangan Elektronik : Struktur dan Model EC

M Hanif Jusuf ST MKOM

2022



DAFTAR ISI

<i>DAFTAR ISI</i>	2
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	3
<i>DAFTAR TABEL</i>	4
<i>PERTEMUAN 3 PENGANTAR PERDAGANGAN ELEKTRONIK</i>	5
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>	<u>16</u>

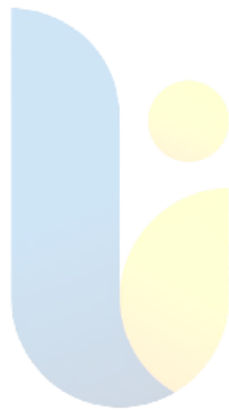


UNIVERSITAS
INABA



DAFTAR GAMBAR

No table of figures entries found.

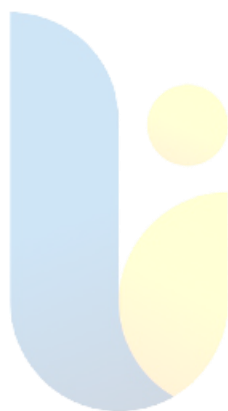


UNIVERSITAS
INABA



DAFTAR TABEL

No table of figures entries found.



UNIVERSITAS
INABA



PERTEMUAN PENGANTAR PERDAGANGAN ELEKTRONIK

Kemampuan yang diharapkan (Sub-Capaian Pembelajaran Mata Kuliah / Sub-CPMK):

Mahasiswa dapat memberikan contoh nyata dari penerapan model bisnis perdagangan elektronik yang telah dijelaskan

- Mahasiswa mampu memodifikasi model bisnis perdagangan elektronik menjadi model bisnis yang inovatif
Mahasiswa mampu membedakan cara kerja dari beberapa model bisnis perdagangan elektronik yang telah dijelaskan

Pengantar Perdagangan Elektronik:

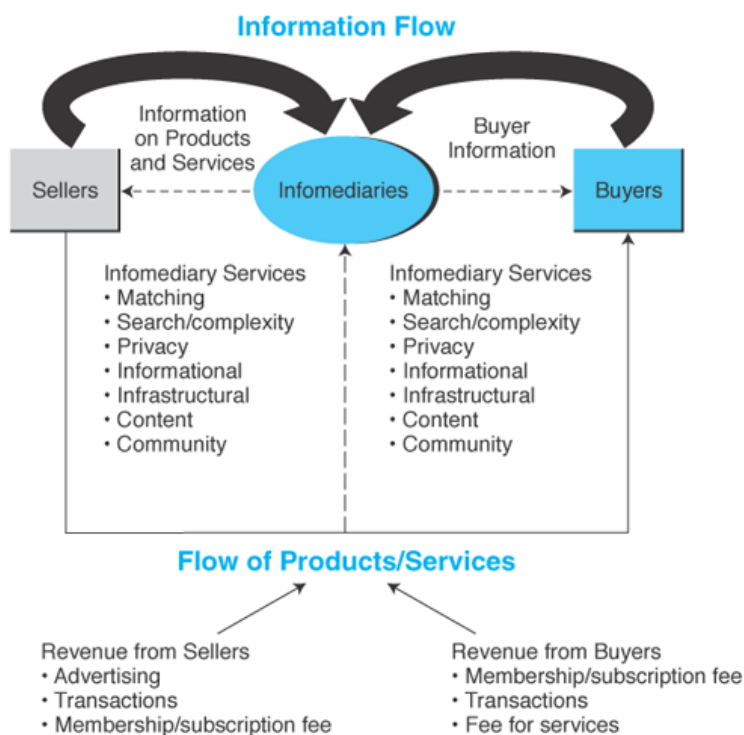
- Struktur dan properti model bisnis perdagangan elektronik
- Jenis model bisnis perdagangan elektronik
- Klasifikasi model bisnis dalam perdagangan elektronik
- Contoh nyata dari jenis model bisnis yang telah dijelaskan
- Keterbatasan, dampak, dan kelangsungan perdagangan elektronik.

A.DASAR-DASAR PERDAGANGAN ELEKTRONIK

Perdagangan elektronik mengubah bentuk kompetisi, kecepatan tindakan, dan perbaikan interaksi, produk, dan pembayaran dari pelanggan ke perusahaan dan dari perusahaan ke pemasok. Bagi banyak perusahaan saat ini, perdagangan elektronik lebih dari sekedar membeli dan menjual produk online. Bahkan, perdagangan elektronik meliputi keseluruhan proses online mulai dari pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran untuk produk dan layanan yang telah ditransaksikan antar jaringan, pasar global pelanggan, dengan dukungan dari jaringan mitra bisnis di seluruh dunia. Faktanya banyak yang mempertimbangkan istilah “perdagangan elektronik” telah ketinggalan zaman. Bahwa banyak pebisnis muda yang telah tumbuh dalam dunia di mana perdagangan online selalu tersedia, segera ini akan menjadi waktunya untuk menghilangkan perbedaan antara perdagangan elektronik dengan bisnis elektronik serta menerima itu semua sebagai sekedar “bisnis biasa”. Sampai kemudian, kami akan mempertahankan istilah “perdagangan elektronik” karena istilah tersebut memungkinkan sebuah gambaran yang lebih jelas dari perbedaan antara online dengan transaksi bisnis tradisional. Sistem perdagangan elektronik bergantung pada sumber daya internet dan banyak teknologi informasi lain untuk mendukung setiap langkah dari proses ini. Kami juga melihat bahwa banyak perusahaan, besar dan kecil, terikat pada beberapa bentuk aktivitas perdagangan elektronik. Untuk itu pengembangan kemampuan perdagangan elektronik telah menjadi kebutuhan kompetitif bagi kebanyakan bisnis dalam pasar saat ini. Dalam perdagangan elektronik baik perusahaan yang terlibat dalam perdagangan elektronik, pembeli

maupun penjual, bergantung pada teknologi berbasis internet serta aplikasi dan layanan perdagangan elektronik untuk mencapai pemasaran, penemuan, proses transaksi, dan proses layanan produk serta pelanggan. Sebagai contoh, perdagangan elektronik dapat memasukkan pemasaran, pemesanan, pembayaran, dan proses pendukung pelanggan yang interaktif di katalog perdagangan elektronik dan situs pelelangan di situs seluruh dunia. Bagaimanapun, perdagangan elektronik juga memasukan proses bisnis elektronik seperti akses ekstranet basis data persediaan oleh pelanggan dan pemasok (pengolahan transaksi), akses internet dari sistem manajemen hubungan pelanggan oleh perwakilan penjual dan layanan pelanggan (layanan dan dukungan), dan kolaborasi pelanggan dalam mengembangkan produk lewat pertukaran surat elektronik dan kelompok berita di internet. (pemasaran/penemu).Keuntungan dari perdagangan elektronik memungkinkan ukuran bisnis apapun secara virtual, yang berlokasi di mana pun. Bayangkan pabrik kecil minyak zaitun di sebuah desa terpencil Italia menjual barang di gudangnya ke toko serba ada utama dan toko-toko khusus makanan di New York, London, Tokyo, dan pasar metropolitan besar lainnya.

Exhibit 2.2 Infomediaries and Information Flow Model



Source: Grover, V., and J. Teng. "E-Commerce and the Information Market." *Communications of the ACM*, ©2001 by ACM Inc.

a. Teknologi Perdagangan Elektronik Teknologi apakah yang penting untuk perdagangan elektronik? Jawabnya singkatnya adalah kebanyakan teknologi informasi dan teknologi internet seperti, perangkat keras komputer, tablet, koneksi internet, jaringan, dan basis data.

b. Kategori dalam Perdagangan Elektronik Saat ini banyak perusahaan yang berpartisipasi atau mensponsori empat kategori dasar dari aplikasi perdagangan elektronik; bisnis ke konsumen, bisnis ke bisnis, konsumen ke konsumen, dan bisnis ke perdagangan elektronik pemerintah.

Perdagangan elektronik Bisnis ke konsumen Dalam bentuk perdagangan elektronik ini, bisnis harus mengembangkan pasar elektronik yang menarik untuk menjual produk dan jasa ke konsumen. Sebagai contoh, banyak perusahaan menawarkan situs perdagangan elektronik yang menyediakan toko virtual dan katalog multimedia, pengolahan pesanan interaktif, sistem pembayaran elektronik yang aman dan dukungan pelanggan online. Perdagangan Elektronik Bisnis ke Bisnis Kategori perdagangan elektronik ini termasuk pasar bisnis elektronik dan tautan pasar langsung antarbisnis. Sebagai contoh, banyak perusahaan yang menawarkan internet yang aman atau katalog situs ektranet perdagangan elektronik untuk konsumen dan pemasok bisnis mereka. Juga yang sangat penting adalah portal perdagangan elektronik bisnis ke bisnis yang menyediakan pelelangan dan pertukaran pasar untuk bisnis yang lainnya mungkin bergantung pada pertukaran data elektronik melalui internet atau ektranet untuk pertukaran komputer ke komputer dari dokumen perdagangan elektronik dengan konsumen bisnis dan pemasok mereka yang lebih besar. Perdagangan Elektronik Konsumen ke Konsumen Keberhasilan besar dari pelelangan online seperti eBay, tempat konsumen (seperti halnya bisnis) dapat saling membeli dan menjual dalam sebuah proses pelelangan di situs pelelangan, membuat model perdagangan elektronik ini sebagai strategi perdagangan elektronik yang penting. Oleh karena itu, berpartisipasi atau mensponsori lelang konsumen atau bisnis adalah alternatif perdagangan elektronik yang penting untuk bisnis ke konsumen, konsumen ke bisnis, atau perdagangan elektronik bisnis ke bisnis. Periklanan elektronik pribadi dari produk atau layanan untuk membeli atau menjual oleh konsumen di situs surat kabar elektronik, portal perdagangan elektronik, atau situs pribadi juga bentuk perdagangan elektronik konsumen ke konsumen yang penting. c. Proses Perdagangan Elektronik Esensial Proses perdagangan elektronik esensial dibutuhkan untuk keberhasilan operasi dan manajemen dari aktivitas perdagangan elektronik, maka ada beberapa proses yang harus dilalui oleh para pelaku perdagangan elektronik untuk mencapai keberhasilan dalam perdagangan elektronik esensial ini. Sebuah contoh, yaitu sistem sumber daya manusia berbasis internet yang digunakan seorang karyawan perusahaan, yang tidak dapat menggunakan seluruhnya tetapi hanya katalog manajemen dan proses pembayaran produknya saja. d. Pengendalian akses dan keamanan Proses perdagangan elektronik harus membangun kepercayaan dan akses keamanan di antara pihak-pihak dalam transaksi perdagangan elektronik dengan memastikan keaslian pengguna, otoritas akses, dan menggunakan fitur keamanan. Sebagai contoh, proses ini menetapkan bahwa konsumen dan situs perdagangan elektronik adalah mereka yang menyatakan diri mereka melalui nama pengguna dan sandi, kunci enkripsi, atau sertifikasi dan tanda tangan digital. Situs perdagangan elektronik kemudian harus mengotorisasi akses hanya ke bagian situs di mana pengguna individu membutuhkannya untuk menyelesaikan transaksi tertentu yang dilakukannya. Oleh karena itu, anda biasanya akan memberikan akses keseluruhan sumber daya dari situs perdagangan elektronik kecuali akun milik orang lain, data perusahaan yang dilarang, dan administrasi area situs induk.

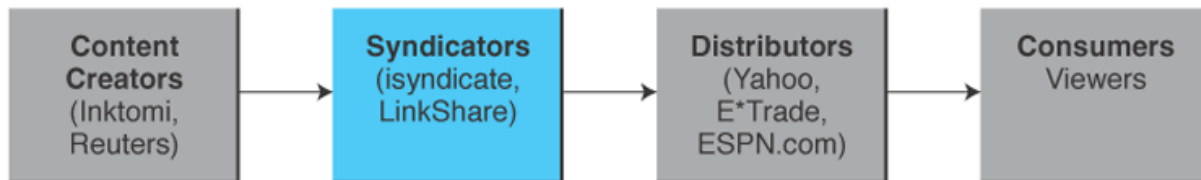
- Profil dan Personalisasi

Sekali anda telah mendapat akses ke sebuah situs perdagangan elektronik, proses profil dapat terjadi ketika mengumpulkan data milik anda dan perilaku situs dan pilihan anda, sebagaimana



membangun profil dari karakteristik dan preferensi anda. Profil pengguna dibangun dengan menggunakan alat profil seperti pendaftaran pengguna, arsip informasi kecil, situs perangkat lunak pelacak perilaku, dan umpan balik pengguna profil ini kemudian digunakan untuk mengenali anda sebagai pengguna individu dan memberikan anda dengan sebuah tinjauan personalitas dari muatan situs, seperti rekomendasi produk dan personalisasi iklan web sebagai bagian dari strategi pemasaran satu demi satu. Proses profil juga digunakan untuk membantu memastikan keaslian identitas anda untuk manajemen akun dan tujuan pembayaran serta mengumpulkan data dari manajemen hubungan pelanggan, perencanaan pemasaran, dan manajemen situs.

Exhibit 2.3 The Syndication Supply Chain



- Manajemen Pencarian

Proses pencarian yang efisien dan efektif memberikan kemampuan puncak bagi situs perdagangan elektronik yang membantu konsumen mencari produk spesifik atau layanan yang mereka inginkan untuk menilai atau membeli. Paket perangkat lunak perdagangan elektronik dapat memasukkan komponen mesin pencarian situs, atau sebuah perusahaan dapat memperoleh mesin pencarian perdagangan elektronik yang disesuaikan, dari perusahaan teknologi pencarian seperti Google dan Requisite Technology. Mesin pencarian dapat menggunakan suatu kombinasi dari teknik pencarian, termasuk pencarian berbasis muatan (misalnya, sebuah deskripsi produk) atau parameter (misalnya, di atas, di bawah, atau antara kisaran nilai untuk beberapa kepemilikan dari sebuah produk).

- Manajemen Muatan dan Katalog

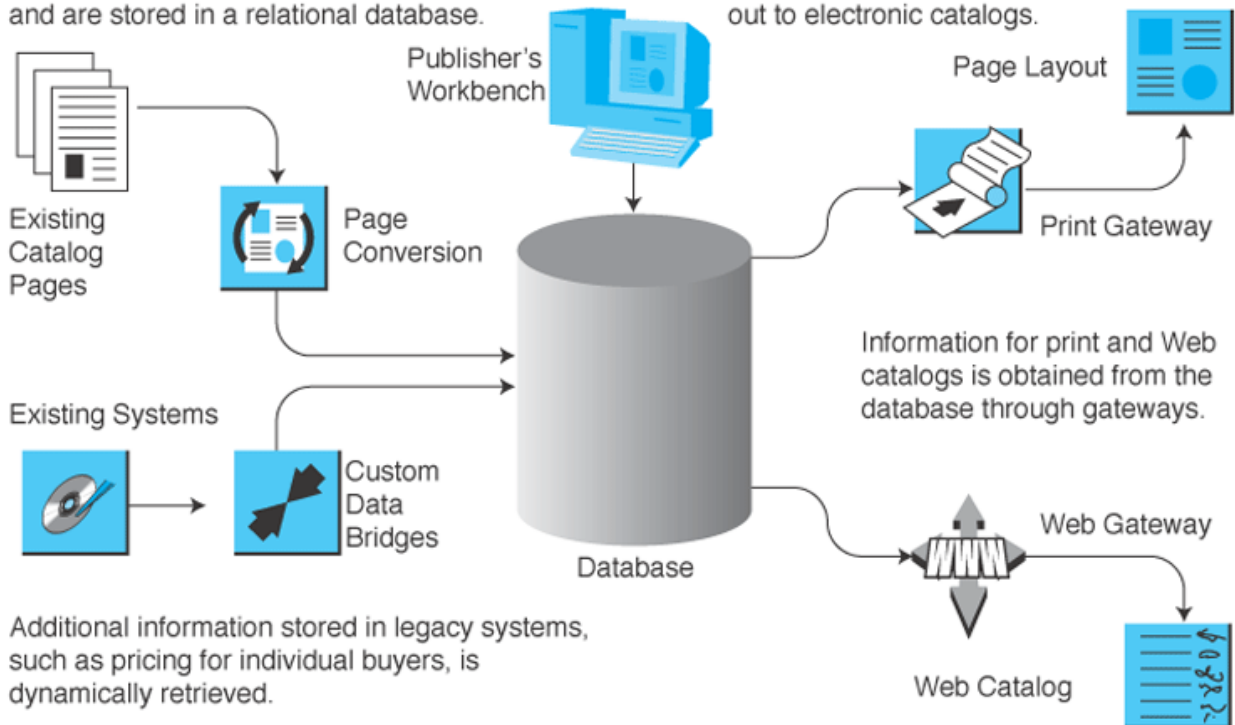
Perangkat lunak manajemen muatan membantu perusahaan perdagangan elektronik membangun, menghasilkan, mengirimkan, memperbarui, dan mencapai data teks dan informasi multimedia di situs perdagangan elektronik. Sebagai contoh, raksasa media di Jerman, Bertelsmann, bagian dari pemilik Barnesand-Noble.com, menggunakan perangkat lunak manajemen muatan StoryServer untuk menghasilkan template halaman situs yang memudahkan editor online dari enam kantor internasional dengan mudah menerbitkan dan memperbarui tujuan buku dan yang lainnya membuat informasi, yang dijual ke situs perdagangan lainnya. Perangkat lunak manajemen muatan lokal dan katalog bekerja dengan alat profil yang telah disebutkan sebelumnya untuk personalisasi muatan dari halaman situs yang dapat dilihat oleh pengguna individual. Sebagai contoh, Travelocity.com menggunakan perangkat lunak manajemen muatan untuk mendorong informasi promosi personalisasi mengenai kesempatan perjalanan lain-lainnya kepada pengguna saat mereka terlibat dalam sebuah transaksi yang berhubungan dengan perjalanan online. Akhirnya, manajemen muatan dan katalog dapat diperluas untuk memasukkan proses konfigurasi produk yang mendukung konsumen layanan mandiri berbasis situs dan penyesuaian massal dari produk perusahaan. Konfigurasi perangkat lunak membantu

konsumen secara online memilih susunan yang layak optimal dari fitur produk yang dapat dimasukkan ke dalam barang jadi.

Case 2.3

All existing catalog pages, primarily in Quark files, have been converted into ASCII format and are stored in a relational database.

Items are updated once, through the Publisher's Workbench, and pushed out to electronic catalogs.



Source: Netscape Diagram ©2003 Netscape Communications Corporation. Diagram used with permission.

- Manajemen Alur Kerja

Banyak proses bisnis dalam aplikasi perdagangan elektronik yang dikelola dan diotomatisasi sebagian dengan bantuan perangkat lunak manajemen alur kerja. Sistem alur kerja bisnis elektronik untuk kolaborasi perusahaan membantu karyawan berkolaborasi secara elektronik untuk mencapai tugas kerja terstruktur dalam proses bisnis berbasis pengetahuan. Manajemen alur kerja, baik bisnis elektronik maupun perdagangan elektronik, bergantung pada sebuah mesin perangkat lunak alur kerja berisi model perangkat lunak dari proses bisnis yang akan dicapai. Model alur kerja menunjukkan susunan aturan bisnis yang sudah dikenal, peranan pemegang saham, kebutuhan otorisasi, alternatif rute, penggunaan basis data, dan urutan tugas yang dibutuhkan dalam masing-masing proses perdagangan elektronik. Oleh karena itu, sistem alur kerja memastikan bahwa transaksi yang sesuai, keputusan, dan aktivitas kerja telah dilakukan, serta data dan dokumen yang benar telah diteruskan ke karyawan, pelanggan, pemasok, dan pemegang saham yang tepat.

- Notifikasi Peristiwa

Kebanyakan aplikasi perdagangan elektronik adalah sistem yang digerakkan oleh peristiwa yang merespons kumpulan dari peristiwa dari akses situs pelanggan baru pertama, untuk proses membayar dan mengirimkan, hingga hubungan pelanggan yang tak terhingga dan aktivitas manajemen pasokan. Itulah mengapa proses notifikasi peristiwa memainkan peran yang penting dalam sistem perdagangan elektronik; pelanggan, pemasok, karyawan, dan pemegang kepentingan lain harus diberi tahu seluruh peristiwa yang dapat mempengaruhi status dalam sebuah transaksi. Perangkat lunak notifikasi peristiwa bekerja dengan perangkat lunak manajemen alur kerja untuk mengawasi seluruh proses perdagangan elektronik dan mencatat seluruh peristiwa yang relevan, termasuk perubahan yang tak diharapkan atau situasi masalah.

- Kolaborasi dan Perdagangan

Kategori utama dari proses perdagangan elektronik terdiri atas hal-hal yang mendukung pengaturan kolaborasi penting dan layanan perdagangan yang dibutuhkan oleh pelanggan, pemasok, dan pemegang saham lain untuk menyelesaikan perdagangan elektronik. Kolaborasi yang penting antara mitra perdagangan bisnis dalam perdagangan elektronik dapat diberikan oleh layanan perdagangan berbasis internet. Sebagai contoh, portal situs perdagangan elektronik bisnis ke bisnis yang disediakan oleh perusahaan seperti Ariba dan Commerce One mendukung kesesuaian, negosiasi, dan proses mediasi antara pembeli dengan penjual bisnis.

d. Proses Pembayaran Elektronik

Pembayaran untuk produk dan layanan yang dibeli adalah susunan yang jelas dan penting dalam proses transaksi perdagangan elektronik. Proses pembayaran, bagaimanapun, tidak sederhana karena sifat transaksi elektronik yang hampir tak dikenal yang terjadi antara sistem komputer jaringan dari pembeli dan penjual serta banyak masalah keamanan yang terlibat. Proses pembayaran perdagangan elektronik juga kompleks karena luasnya variasi dari alternatif debit dan kredit, seperti institusi keuangan dan perantara yang menjadi bagian dalam proses. Oleh karena itu, berbagai sistem pembayaran elektronik telah terlibat sepanjang waktu. Selain itu, sistem pembayaran baru sedang dikembangkan dan dicoba untuk memenuhi keamanan dan tantangan teknis dari perdagangan elektronik melalui Internet.

- Proses Pembayaran Melalui Situs

Sebagian besar sistem perdagangan elektronik di situs melibatkan bisnis dan pelanggan (business and consumers-B2C) tergantung pada proses pembayaran kartu kredit, tetapi banyak sistem perdagangan elektronik B2B bergantung pada proses pembayaran yang lebih kompleks berdasarkan penggunaan pesanan pembelian. Namun, kedua jenis perdagangan elektronik umumnya menggunakan proses mengangkut pembelian elektronik, yang membantu pelanggan untuk memilih produk dari tampilan katalog situs dan meletakkannya secara berkala dalam keranjang belanja virtual untuk dilihat dan diproses nantinya.

- Pengiriman Dana Elektronik

Sistem pengiriman dana elektronik (electronic funds transfer-EFT) adalah satu bentuk umum dari sistem pembayaran elektronik dalam industri perbankan dan ritel. Sistem EFT menggunakan berbagai teknologi informasi untuk menangkap dan memproses pengiriman uang dan kredit



antara bank dan bisnis serta pelanggan mereka. Sebagai contoh, jaringan perbankan mendukung terminal kasir di seluruh kantor bank dan mesin kasir terotomatisasi (automated teller machine-NIM) di seluruh dunia. Bank, perusahaan kartu kredit, dan bisnis lain mendukung pembayaran melalui layanan telepon. Yang sangat populer juga adalah layanan pembayaran berbasis situs, seperti PayPal dan BillPoint untuk pengiriman tunai, dan CheckFree dan PayTrust untuk pembayaran tagihan otomatis yang membantu nasabah bank dan layanan pembayaran lain yang menggunakan Internet untuk membayar tagihan secara elektronik. Selain itu, kebanyakan terminal titik penjualan di toko ritel adalah jaringan ke sistem EFT bank, yang memungkinkan Anda untuk menggunakan kartu kredit atau kartu debit untuk membayar gas, belanjaan, atau pembelian lain secara instan di gerai ritel yang berpartisipasi.

- **Pembayaran Elektronik yang Aman**

Ketika anda melakukan sebuah pembelian online di Internet, informasi kartu kredit milik anda menjadi rentan terhadap penangkapan oleh jaringan pelacak, yaitu perangkat lunak yang dengan mudah mengenali format nomor kartu kredit. Beberapa pengukuran dasar keamanan telah digunakan untuk menyelesaikan masalah keamanan ini:

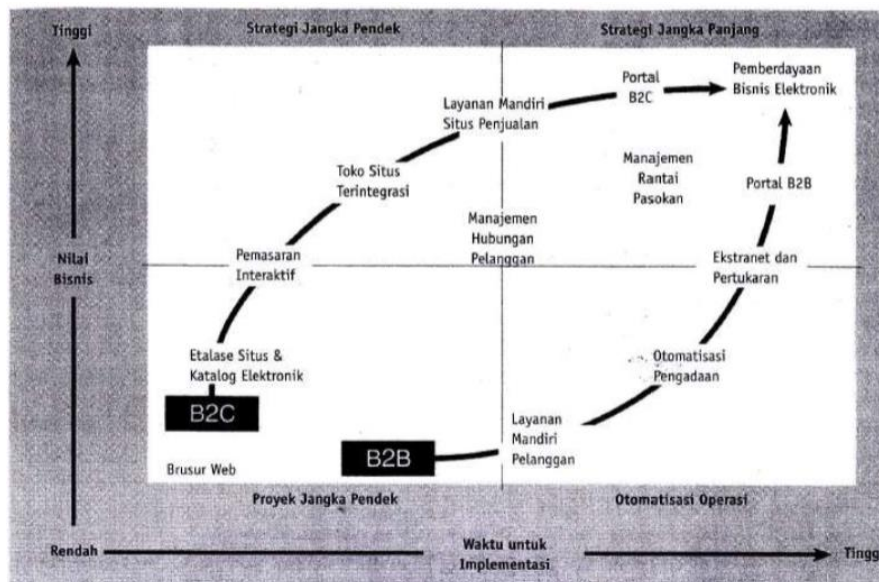
- (1) mengenkripsi (mengodekan dan mengacak) data yang melintas antara pelanggan dengan pedagang,
- (2) mengenkripsi data yang melintas antara pelanggan dengan perusahaan yang mengotorisasi transaksi kartu kredit, atau
- (3) membuat informasi yang peka menjadi offline.

B.APLIKASI DAN BERBAGAI HAL DALAM PERDAGANGAN ELEKTRONIK

Perdagangan elektronik ada di sini untuk menetap. Situs dan perdagangan elektronik adalah kunci penggerak industri. Ini mengubah cara bagaimana perusahaan melakukan bisnisnya. Perdagangan elektronik menciptakan saluran baru untuk pelanggan kami. Perusahaan ada pada persimpangan jalan perdagangan elektronik dan di sana terdapat banyak jalan untuk dilalui. Oleh karena itu, perdagangan elektronik mengubah bagaimana perusahaan melakukan bisnis, baik secara internal maupun eksternal, dengan pelanggan mereka, pemasok, dan mitra bisnis lain. Saat manajer menghadapi berbagai alternatif perdagangan elektronik, cara perusahaan menerapkan perdagangan elektronik ke bisnis mereka juga menjadi subjek untuk berubah. Aplikasi perdagangan elektronik oleh banyak perusahaan telah melalui beberapa tahapan seiring perkembangan perdagangan elektronik di dunia bisnis. Sebagai contoh, perdagangan elektronik antara bisnis dengan pelanggan (business and consumers-B2C) berpindah dari sekadar informasi penawaran perusahaan multimedia di situs korporat (perangkat brosur) ke penawaran produk dan jasa di halaman situs lewat katalog Internet dan transaksi penjualan online. Perdagangan elektronik B2C, sebaliknya, dimulai dengan dukungan situs untuk membantu pelanggan bisnis melayani dirinya sendiri, dan kemudian berpindah terhadap otomatisasi sistem pengadaan intranet dan ekstranet.



a. Tren Perdagangan Elektronik



Gambar diatas mengilustrasikan beberapa tren yang terjadi pada aplikasi perdagangan elektronik yang kami perkenalkan di awal bagian ini. Perhatikan bagaimana perdagangan elektronik B2C berpindah dari etalase situs ke kemampuan pemasaran interaktif yang memberikan pengalaman berbelanja tersendiri bagi pelanggan, dan terhadap toko situs terintegrasi yang mendukung berbagai pengalaman belanja pelanggan. Perdagangan elektronik B2c juga berpindah ke model layanan mandiri yang mana pelanggan mengonfigurasi dan menyesuaikan produk dan jasa yang ingin mereka beli, dibantu oleh perangkat lunak konfigurasi dan dukungan pelanggan online seperti yang dibutuhkan. Partisipan perdagangan elektronik B2c berpindah dengan cepat dari layanan mandiri di situs ke kemampuan konfigurasi dan penyesuaian serta ekstranet yang terkoneksi dengan mitra perdagangan. Saat perdagangan elektronik B2C berpindah ke layanan penuh dan portal situs ritel dengan banyak pilihan, B2c juga memperkenalkan penggunaan portal perdagangan elektronik yang menyediakan katalog, pertukaran, dan pasar pelelangan untuk pelanggan bisnis dalam atau seluruh industri. Tentunya, kedua tren ini membantu kemampuan bisnis elektronik seperti manajemen hubungan pelanggan dan manajemen rantai pasokan, dengan keunggulan dari fokus pelanggan dan rantai pasokan antar jaringan dari perusahaan bisnis elektronik secara penuh.

b. Pasar Perdagangan Elektronik

Sistem transaksi perdagangan elektronik terbaru telah ditimbang dan disesuaikan untuk memudahkan pembeli dan penjualan sesuai dengan berbagai platform perdagangan berkecepatan tinggi: pelelangan, katalog, dan pertukaran. Bisnis dari segala ukuran sekarang dapat membeli apa pun mulai dari barang kimia hingga komponen elektronik, daya elektrik cadangan, bahan konstruksi, atau produk kertas dari pasar perdagangan elektronik bisnis ke

bisnis. Namun, banyak portal B2B memberikan beberapa jenis pasar. Oleh karena itu, mereka dapat menawarkan katalog belanja elektronik dan situs pemesanan untuk produk dari banyak pemasok dalam sebuah industri. Atau, mungkin mereka bertindak sebagai sebuah pertukaran untuk pembelian dan penjualan melalui proses penawaran-permintaan atau harga yang telah dinegosiasikan. Yang sangat populer adalah situs pelelangan elektronik untuk pelelangan produk dan jasa B2B. Banyak portal perdagangan elektronik B2B dikembangkan dan diselenggarakan oleh perusahaan pembuat pasar pihak ketiga yang bertindak sebagai perantara informasi yang membawa pembeli dan penjual bersama-sama dalam katalog, pertukaran, dan pasar pelelangan. Perantara informasi adalah perusahaan yang bertindak sebagai perantara informasi dalam transaksi bisnis elektronik dan perdagangan elektronik. Contohnya adalah Ariba, Commerce One, dan VerticalNet, yang disebut sebagai perusahaan yang sukses. Semuanya menyediakan produk dan layanan perangkat lunak pasar perdagangan elektronik guna memperkuat portal situs bisnis untuk transaksi perdagangan elektronik. Perdagangan elektronik B2B membuat keputusan pembelian bisnis lebih cepat, lebih sederhana, dan biaya lebih efektif karena perusahaan dapat menggunakan sistem situs untuk meneliti dan bertransaksi dengan banyak penjual. Pembeli bisnis mendapatkan satu tempat perhentian belanja dan informasi pembelian yang akurat. Mereka juga mendapatkan alasan yang berimbang dari perantara informasi yang tidak didapat dari situs yang diselenggarakan oleh pemasok dan distributor. Oleh karena itu, perusahaan dapat menegosiasikan atau menawar untuk harga yang lebih baik dari kumpulan penjual yang lebih besar. Tentunya, pemasok mendapat manfaat dari akses yang lebih mudah kepada pelanggan dari seluruh dunia.

c. Studi Kasus eBay Melawan Google dan Microsoft : Pertemuan Kompetitif untuk Supremasi Perdagangan Elektronik Sebagian besar dari keberadaannya, eBay telah menikmati monopoli virtual. Saat ini, eBay mengatur lebih dari 90 persen pasar pelelangan online, dan dari tahun 1999 hingga 2004, ia menempatkan setidaknya 40 persen keuntungan setiap tahun, bahkan saat kompetitor yang kuat seperti Amazon dan Yahoo menjalankan bisnis utamanya. Namun bagi semua fenomena kesuksesan ini, pada tahun 2006 eBay mulai menghadapi tantangan terberat dalam pendiriannya selama 10 tahun. Angkatan perangnya mulai kehilangan batas asal dari Google dan Microsoft, tetapi dibandingkan dengan tujuan bisnis pelelangan eBay, dua raksasa tersebut ingin menggunakan kekuatan mereka dalam pencarian dan periklanan untuk membangun dominasi di klasifikasi online format yang menurut banyak analisis akan menentukan masa depan perdagangan elektronik. "Pelelangan eBay masih terlalu sulit bagi banyak konsumen untuk menavigasinya," kata Safa Rashtchy, analis senior bidang perdagangan elektronik dan pencarian di Piper Jaffray. "Secara keseluruhan, orang lebih suka membeli secara lokal, tetapi di sana belum ada cara yang efisien bagi mereka untuk menemukan satu sama lain."

Google dan Microsoft tentunya telah memiliki sumber daya, beberapa mengatakan bahwa invasi ke dalam lahan eBay dimulai ketika Louis Monier, yang dulunya direktur teknologi maju di eBay dan ahli dalam mencari inovasi pencarian telah direbut oleh Google. Microsoft meluncurkan layanan terdaftarnya, Windows Live Expo, di bulan Februari tahun 2006, sebagai inisiatif lain dari Windows Live. Pengguna dapat menaruh klasifikasi tanpa membayar, batasan akses melalui daftar teman, dan daftar berfokus secara geografis; berhubungan dengan layanan pemetasan busi secara virtual dari MSN yang membantu pembeli dan penjual saling menemukan satu sama lain dengan mudah. Gary Wiseman, manajer unit produk

berkata, “Apa yang tersusun dalam Windows Live Expo sebagian adalah bahwa orang dapat menyusun parameter pencarian mereka sendiri untuk barang dan jasa. Mereka dapat menentukan pasar dunia mereka sendiri.” Penyerangan Google yang tiba-tiba, disebut Google Base, terjadi pada pertengahan bulan November tahun 2005, sebuah fondasi yang kuat di mana Google dapat membangun produk apa pun yang dapat berkompetisi dengan eBay. Basis data massal yang mudah dicari, layanan gratis yang memudahkan pengguna untuk menaruh berbagai resep dan tanggal konser hingga mobil bekas dan daftar pekerjaan, serta pedagang lokal yang dapat mengunggah daftar persediaan. Pengguna dapat menaruh data terklasifikasi, sehingga pembeli dapat membeli apa yang ada di rak took nyata di lingkungan mereka. Dengan perolehan eBay yang hampir mendekati setengah pembeli dan penjual di Amerika Serikat melalui daftar terbayar, sebagian besar ada di Google dan Yahoo, eBay dapat kehilangan pembeli jika Google terlebih dahulu meletakkan hasil pencariannya sendiri. eBay tidak buta dengan peralihan dalam perdagangan elektronik. Akuisisinya dan peluncurannya baru-baru ini situs perbandingan seperti Shopping.com dan situs online berklasifikasi internasional seperti Kijiji, Gumtree, dan LoQ.Uo menyelangi diri mereka ke bisnis online terdaftar. Kijiji, yang berarti “desa” dalam bahasa Swahili, dan yang lainnya menyediakan situs online berklasifikasi internasional yang menawarkan sebuah tempat bagi orang di banyak kota di Asia, Eropa, Inggris, Australia, Kanada, Selandia Baru, dan Afrika Selatan bertemu secara pribadi, membagi ide, membeli atau berdagang barang dan jasa, mencari akomodasi, atau berbagi informasi rumah, perumahan, pekerjaan, dan topik lainnya. Kemudian di bulan September tahun 2005, eBay mengakuisisi Skype Teknologi SA yang berbasis di Luksemburg, perusahaan komunikasi internet global, senilai \$2,6 miliar dalam bentuk uang tunai di muka dan saham eBay. eBay menyatakan bahwa Skype, eBay, dan PayPal akan membuat perdagangan elektronik dan mesin komunikasi yang tak tertandingi bagi pembeli dan penjual diseluruh dunia.

UNIVERSITAS
INABA



DAFTAR PUSTAKA

- O'Brien, J & Marakas, G. 2014. Sistem Informasi Manajemen. Edisi Kesembilan. Jakarta: Salemba Empat.
- Budi Rahardjo, Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet, PT Insan Komunikasi, Bandung, 2000, hlm.11
- Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, Cyber Law, Aspek Hukum Teknologi Informasi, Refika, Bandung, 2005, hlm. 169
- Dandrivanto Budhijanto, Cyber Law: Suatu Pengantar; Aspek Hukum "Digital Signature" dan "Certification Authorities" dalam Transaksi E-commerce, PT. Elips II, Bandung, 2002, hlm. 71
- Edmon Makarim, Legal Framework: Policy and Regulation of Electronic Commerce, 1999, hal.2
- Riyeke Ustadiyanto, Framework ECommerce, Andi, Yogyakarta, 2001, hlm. 138
- Kamlesh K Bajaj dan Debjani Nag, E-Commerce: Cutting Edge of Business, New Dehli: Tat McGraw-Hill Publishing Limited, 2000, hlm. 427.

UNIVERSITAS
INABA

