

KARYA ILMIAH E-BISNIS
Peluang e-commerce di Indonesia



NAMA : SHOFIYATI NUR KARIMAH
NIM : 08.11.2317
KELAS : S1 TI 6G

JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA JENJANG STRATA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
STMIK “AMIKOM” YOGYAKARTA
2011

Abstraksi

Dalam bidang perdagangan, internet mulai banyak dimanfaatkan sebagai media aktivitas bisnis karena lebih efisien. Aktivitas perdagangan melalui media internet ini populer dengan electronic commerce (e-commerce). Di Indonesia, e-commerce mulai dikenal pada tahun 1996, meski belum terlalu populer, pada tahun 1996 tersebut mulai bermunculan berbagai situs yang melakukan e-commerce. Sepanjang tahun 1997-1998 keberadaan e-commerce di Indonesia sedikit terabaikan karena krisis ekonomi. Setelah melewati krisis ekonomi di tahun 1999 hingga sekarang e-commerce semakin lama semakin memiliki daya tarik tersendiri karena keefisienan dan kenyamanannya. Kenyamanan dalam artian apa yang sulit atau tidak mungkin dilakukan sebelumnya menjadi mungkin dengan e-commerce.

Hingga saat ini sudah ada ratusan bahkan ribuan pelaku bisnis memanfaatkan website e-commerce untuk meraup *income*. Misalnya saja Blogger yang biasanya berasal dari kalangan muda. Dan perusahaan-perusahaan besar selalu mengimbangi usahanya dengan fasilitas online.

Keyword: e-commerce, bisnis, online

Peluang e-commerce di Indonesia

Pengimplementasian e-commerce di Indonesia masih harus menempuh jalan yang panjang dan berliku. Berbagai hambatan yang ada dalam pengimplementasiannya dapat berupa teknis dan non-teknis yang kesemua itu membutuhkan kerjasama yang utuh antara pemerintah, pengembang dari e-commerce, pebisnis dan para konsumen pemanfaatnya. Seperti produk-produk teknologi informasi lainnya seperti juga e-government, e-commerce masih membutuhkan waktu yang lama untuk dapat dikenal dan diterima di Indonesia. Berbagai hambatan tersebut dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Dukungan pemerintah. Dukungan pemerintah yang masih belum jelas ditambah dengan belum adanya kebijakan-kebijakan yang mendukung perkembangan dari e-commerce ini dikeluarkan, belum jelasnya deregulasi dari sistem teknologi informasi khususnya internet yang merupakan salah satu tulang punggung dari perkembangan e-commerce, perbaikan sistem pabeanan dan deregulasi dalam ekspor impor barang.
 2. Perkembangan infrastruktur yang lambat. Salah satu hambatan utama adalah masih kurangnya infrastruktur yang ada dan belum merata ke pelosok Indonesia. Dibutuhkan keseriusan pemerintah untuk secara bertahap membangun infrastruktur yang baik dan terprogram sehingga secara bertahap, rakyat Indonesia mulai dapat dikenalkan dengan internet sebagai salah satu hasil dari perkembangan teknologi informasi dengan biaya yang murah dan terjangkau.
 3. Kurangnya sumber daya manusia. Kurangnya SDM Indonesia yang benar-benar menguasai sistem e-commerce ini secara menyeluruh, yang tidak saja menguasai secara teknis juga non-teknis seperti sistem perbankan, lalu lintas perdagangan hingga sistem hukum yang berlaku.
1. Salah satu alasan yang cukup utama yaitu masih kurangnya ketersediaan informasi, mulai dari buku-buku referensi, jurnal, majalah/tabloid yang membahas tentang e-commerce juga sarana pendidikan, seminar, workshop

hingga pusat-pusat pengembangan yang dibangun antara pemerintah, pusat-pusat pendidikan dan tenaga ahli di bidang e-commerce.

4. Dukungan dari institusi finansial seperti bank dan asuransi. Belum banyaknya bank yang telah membangun sistem e^{TM} electronic banking e^{TM} nya dengan baik, selain itu perbankan Indonesia juga masih sulit untuk melakukan transaksi dengan menggunakan mata uang lain, apalagi dalam jumlah nilai yang kecil serta belum adanya pihak ketiga sebagai penjamin transaksi secara online yang benar-benar berada di Indonesia.
5. Perbaikan sistem perdagangan yang ada. Adanya keseriusan dari pemerintah untuk menderegulasi sistem perdagangan yang memberi kesempatan luas bagi berkembangnya UKM, sistem jaringan pengiriman yang baik dan aman, tidak adanya gangguan diperjalanan dan di institusi yang berhubungan dengannya seperti pelabuhan, pintu-pintu perbatasan dan international airport. Serta yang paling penting deregulasi di bidang ke pabeanan dan pajak yang mendukung sistem e-commerce ini berkembang.

Jika dilihat kembali, implementasi e-commerce di Indonesia memiliki peluang yang cukup menjanjikan dan memberikan solusi bagi ketertinggalan kita di segala bidang. peluang-peluang tersebut antara lain :

1. Kondisi geografis dari Negara Kesatuan Republik Indonesia yang terdiri dari banyak kepulauan. Banyaknya kepulauan yang dipisahkan oleh laut ini membuat peluang e-commerce dalam meningkatkan kegiatan bisnis antar pulau.
2. Negara Kesatuan Republik Indonesia memiliki banyak ragam suku dan budaya. Dengan banyaknya kebudayaan yang ada, mampu menjadi sebuah inspirasi bagi para pengusaha kerajinan tangan yang dapat menjadi sumber komoditi perdagangan yang berprospek bagus.
3. Jumlah penduduk Indonesia yang banyak mampu menjadi pasar yang potensial.
4. Banyaknya sumber daya alam yang dapat diolah menjadi produk-produk yang bernilai jual.

Kesimpulan

Meskipun banyak hambatan, bisnis online dengan memanfaatkan website e-commerce bias dikembangkan karena ke depannya merupakan tuntutan dari masyarakat.

Selain itu, masih banyak peluang dalam e-commerce dan banyaknya hambatan yang ada, bisa diubah menjadi peluang bisnis.

Referensi

<http://blog.ub.ac.id/muhammadalahamien2/2010/03/11/peluang-e-commerce-di-indonesia/>

<http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2010/06/peluang-dan-hambatan-e-commerce-di-indonesia/>

<http://accountingcommunity.blogspot.com/2008/07/e-commerce-hambatan-dan-peluang.html>