



Mata Ajar

STRATEGI DAN IMPLEMENTASI E-COMMERCE

Topik Bahasan

EMPAT TIPE APLIKASI ELECTRONIC COMMERCE

Versi

2013/1.0

Nama File

SDIE-1C-EmpatTipeAplikasiEcommerce.pdf

Referensi Pembelajaran

1-C

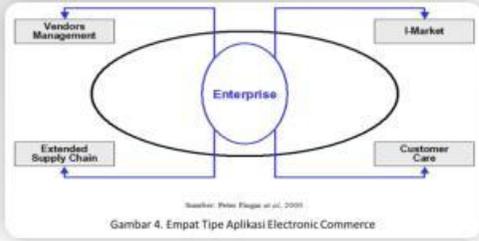
Empat Tipe Aplikasi Electronic Commerce

Pengantar E-Commerce

Empat Tipe Aplikasi Electronic Commerce

Dilihat dari jenisnya, E-Commerce kerap dibagi menjadi dua kategori, yaitu B-to-B dan B-to-C. Prinsip pembagian ini dilandasi pada jenis institusi atau komunitas yang melakukan interaksi perdagangan dua arah. Jika dilihat dari perspektif lain, yaitu berdasarkan jenis aplikasi yang dipergunakan, E-Commerce dapat dikategorikan menjadi 4 (empat) tipe: I-Market, Customer Care, Vendors Management, dan Extended Supply Chain (Fingar, 2000). Lihat Gambar 4.

I-Market
Internet Market (I-Market) didefinisikan sebagai suatu tempat



Sumber: Peter Fingar et al., 2001
Gambar 4. Empat Tipe Aplikasi Electronic Commerce

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20

Dilihat dari jenisnya, E-Commerce kerap dibagi menjadi dua kategori, yaitu B-to-B dan B-to-C. Prinsip pembagian ini dilandasi pada jenis institusi atau komunitas yang melakukan interaksi perdagangan dua arah. Jika dilihat dari perspektif lain, yaitu berdasarkan jenis aplikasi yang dipergunakan, E-Commerce dapat dikategorikan menjadi 4 (empat) tipe: I-Market, Customer Care, Vendors Management, dan Extended Supply Chain (Fingar, 2000). Lihat Gambar 4.

I-Market

Internet Market (I-Market) didefinisikan sebagai suatu tempat atau arena di dunia maya dimana calon pembeli dan penjual saling bertemu untuk melakukan transaksi secara elektronik melalui medium internet. Dari definisi tersebut terlihat bahwa tipe bisnis yang terjadi adalah B-to-C karena sebagai penjual produk atau jasa, perusahaan berusaha menghubungkan dirinya dengan I-Market yang notabene

merupakan komunitas para pengguna internet yang ada di seluruh dunia. Prinsip yang dipegang dalam tipe ini adalah perusahaan menyediakan berbagai informasi lengkap mengenai seluruh produk atau jasa yang ditawarkan melalui internet, dengan harapan bahwa ada calon pelanggan yang pada akhirnya melakukan pemesanan atau pembelian terhadap produk atau jasa tersebut (order).

Customer Care

Tipe aplikasi E-Commerce kedua adalah suatu usaha dari perusahaan untuk menjalin hubungan interaktif dengan pelanggan atau konsumen yang telah dimilikinya. Jika pada waktu terdahulu perusahaan biasanya menyediakan nomor telepon bebas pulsa (toll free) sebagai sarana yang dapat dipergunakan pelanggan untuk bertanya, berdiskusi, atau menyampaikan keluhan sehubungan dengan produk atau jasa yang telah atau akan dibelinya. Nomor telepon ini pada dasarnya dihubungkan dengan pusat informasi perusahaan atau call center. Dengan berkembangnya internet, maka dengan mudah konsumen dapat berhubungan dengan customer service perusahaan selama 24 jam melalui situs terkait. Tengoklah beberapa pelayanan yang biasa ditawarkan melalui situs seperti: FAQ (Frequently Asked Questions), real time chatting, customer info changes, dan lain sebagainya. Prinsip utama yang diharapkan oleh perusahaan dengan mengimplementasikan E-Commerce jenis ini adalah untuk memberikan pelayanan (supports and services) yang prima sehingga mempertinggi atau meningkatkan loyalitas konsumen. Seperti halnya dengan I-Market, sebagian besar aplikasi yang dipergunakan bersifat B-to-C.

Vendors Management

Hakekat dari sebuah bisnis adalah melakukan transformasi "bahan mentah" menjadi sebuah produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Dengan kata lain, mayoritas perusahaan pastilah memiliki pemasok (supplier) "bahan mentah" tersebut. Disamping itu, berbagai aktivitas penunjang seperti proses administrasi, pengelolaan SDM, dan lain sebagainya kerap membutuhkan beragam barang yang harus dibeli dari perusahaan lain. Proses pembelian yang berlangsung secara kontinyu dan berulang secara periodik tersebut pada dasarnya memiliki kontribusi yang cukup

besar terhadap pengeluaran total perusahaan (cost center). Penerapan aplikasi E-Commerce untuk menghubungkan perusahaan dengan para vendor pemasok berbagai kebutuhan bisnis sehari-hari dapat menekan biaya total yang dikeluarkan untuk aktivitas pengadaan dan pembelian barang. Dengan dimanfaatkannya aplikasi E-Commerce jenis ini, perusahaan dapat melakukan eliminasi berbagai proses yang tidak perlu, mengintegrasikan beberapa proses yang dapat sekaligus dilakukan, menyederhanakan proses yang berbelit-belit, dan mengotomatisasikan proses-proses manual yang memakan waktu dan biaya. Sehingga prinsip yang dijalankan dalam implementasi aplikasi E-Commerce ini adalah perusahaan melakukan proses pemesanan, pengadaan, dan pembelian bahan-bahan yang dibutuhkan dari berbagai pemasok dan vendor melalui internet, dan para rekanan ini akan mengirimkannya kepada perusahaan sesuai dengan kebutuhan. Tipe B-to-B merupakan platform transaksi yang diterapkan dalam tipe E-Commerce ini.

Extended Supply Chain

Supply Chain adalah urutan proses atau aktivitas yang dijalankan perusahaan mulai dari "bahan mentah" (raw materials) dibeli sampai dengan produk jadi ditawarkan kepada calon konsumen. Proses generik yang biasa dilakukan dalam supply chain adalah: pengadaan bahan mentah, penyimpanan bahan mentah, produksi atau operasi bahan mentah menjadi bahan baku/jadi, penyimpanan bahan baku/jadi, distribusi, pemasaran dan penjualan, serta pelayanan purna jual. Tidak seperti pada perusahaan konvensional dimana proses dari hulu ke hilir ini dilakukan secara penuh dan menyeluruh oleh perusahaan, untuk dapat berkompetisi di era globalisasi seperti saat ini, perusahaan harus menjalin kerja sama dengan rekanan bisnis yang lain (collaboration to compete). Kunci dari kerja sama ini adalah untuk menciptakan

suatu produk atau jasa yang lebih murah, lebih baik, dan lebih cepat dari yang ditawarkan para kompetitor. Tentu saja untuk dapat menciptakan produk atau jasa yang demikian, proses penciptaan produk atau jasa di internal perusahaan harus dilakukan pula secara murah, baik, dan cepat. Di sinilah prinsip penggunaan E-Commerce dipergunakan, yaitu untuk melakukan optimisasi supply chain perusahaan dengan cara menjalin hubungan dengan seluruh rekanan atau pihak-pihak lain yang terlibat langsung dalam proses penciptaan produk atau jasa melalui jalur elektronik semacam internet. Jelas terlihat bahwa seperti halnya tipe E-Commerce Vendor Management, prinsip B-to-B merupakan platform yang diterapkan dalam pengembangan E-Commerce terkait.