



## **Mata Ajar**

***STRATEGI DAN IMPLEMENTASI E-COMMERCE***

---

## **Topik Bahasan**

***COMPONEN MARKET B-TO-B DI DUNIA MAYA***

---

## **Versi**

***2013/1.0***

---

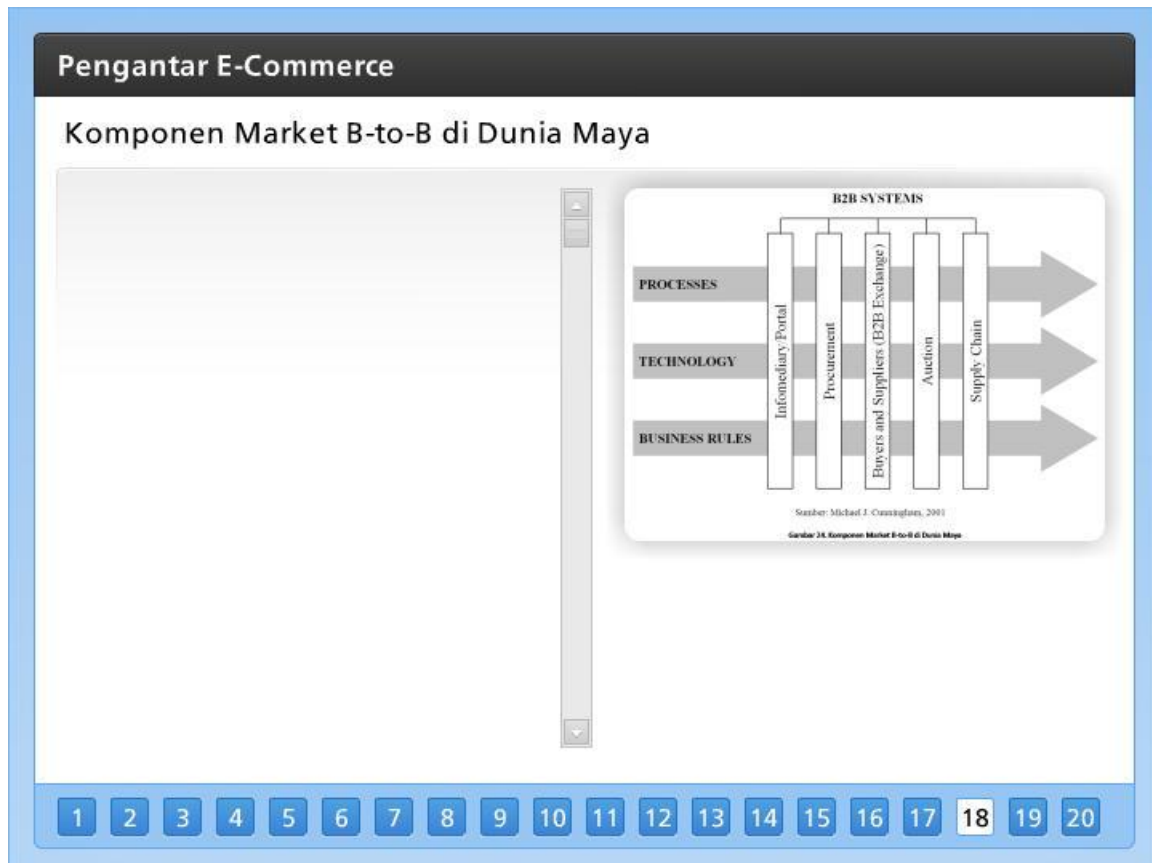
## **Nama File**

***SDIE-6C-KomponenMarket.pdf***

---

## **Referensi Pembelajaran**

***6-C***



Di awal tahun 2000 diperkirakan bahwa bisnis e-commerce tipe B-to-B akan menjadi primadona di dunia maya. Michael J. Cunningham dalam bukunya "B2B: How to Build a Profitable E-Commerce Strategy" mendefinisikan B-to-B e-commerce sebagai

"Business transactions conducted over public or private networks, including public and private transactions that use the internet as a delivery vehicle. These transactions include financial transfers, on-line exchanges, auctions, delivery of products and services, supply-chain activities, and integrated business networks".

Melihat bahwa internet atau dunia maya merupakan aspek utama yang menjadi penyebab terjadinya jenis perdagangan ini, maka jelas bahwa arena pertarungan bisnis berada dalam wilayah dunia maya (digital). "Digital marketplace" atau yang sering disebut sebagai "marketspace" ini pada dasarnya merupakan suatu "wilayah" dimana para praktisi bisnis digital dapat mempertaruhkan nasib dengan cara mencari celah kesempatan bisnis perdagangan secara elektronik yang

ditawarkan. Untuk dapat memahami mekanisme persaingan yang terjadi di marketspace ini, perlu dipahami tiga elemen atau komponen utama yang membentuk pasar B-to-B (Cunningham, 2001).

Lihat Gambar 24. Komponen Market B-to-B di Dunia Maya

Elemen pertama adalah "Business Rules" yang pada dasarnya mengandung prinsip-prinsip bisnis di dunia maya yang harus dipahami oleh pelakunya (how business is done). Setidak-tidaknya para praktisi bisnis yang bersangkutan harus memahami filosofi dasar dari ekonomi digital yang memiliki beberapa perbedaan yang cukup signifikan jika dibandingkan dengan prinsip-prinsip ekonomi konvensional. Fenomena semacam keberadaan "prosumers", munculnya "infomediary", terwujudnya "virtualization", dan lain-lain merupakan hal-hal yang harus dipahami karena merupakan landasan dasar terbentuknya aturan-aturan bisnis di dunia maya.

Setelah pemahaman akan "Business Rules" dikuasai secara sungguh-sungguh, barulah elemen kedua di dalam B-to-B market, yaitu "Processes", layak dipelajari dengan seksama. Yang dimaksud dengan elemen proses di sini adalah rangkaian aktivitas atau kegiatan operasional yang harus dijalankan agar perusahaan terkait dapat segera mentransformasikan "bahan mentah" yang ada menjadi produk atau jasa yang siap dikonsumsi oleh para calon pelanggan. Perlu diperhatikan bahwa seperti layaknya bisnis kebanyakan di dunia nyata, setiap perusahaan pasti akan memiliki sejumlah rangkaian proses yang harus diperhatikan secara sungguh-sungguh kinerjanya. Sebutlah yang paling esensial adalah rangkaian proses pembayaran produk atau jasa yang dibeli, proses pemesanan bahan mentah atau bahan baku ke pihak pemasok (suppliers), proses pengiriman barang ke pelanggan, dan lain sebagainya.

Dengan dikuasainya prinsip "Business Rules" dan "Processes", maka tugas selanjutnya yang harus dilaksanakan oleh praktisi bisnis internet adalah menentukan elemen ketiga, yaitu "Technology", sebagai komponen yang akan me-"mimikkan" kedua elemen pertama tersebut menjadi aktivitas operasional.

Perlu diperhatikan bahwa segala ide dan strategi bisnis di dunia maya akanlah sia-sia tanpa didukung oleh infrastruktur teknologi informasi yang memadai, karena secara teknis, mekanisme komunikasi dan transaksi bisnis yang ada terjadi pada komputer dan kabel-kabel transmisi elektronik dan digital.

Dari berbagai model bisnis B-to-B yang ada, setidaknya-tidaknya terdapat 5 (lima) model yang telah terbukti "mapan" sebagai suatu jenis bisnis yang dapat langgeng beroperasi di dunia maya, yaitu: Infomediary/Portal, Procurement, Buyers and Suppliers, Auction, dan Supply Chain.

#### Infomediary/Portal

Portal di dalam dunia internet dapat dianalogikan sebagai sebuah "pintu masuk" menuju "sesuatu". Dikatakan sebagai pintu masuk karena biasanya para pelanggan atau calon pelanggan terlebih dulu harus mengunjungi situs portal tertentu terlebih dahulu sebelum menjelajahi lebih lanjut dunia maya yang sedemikian luas. Bisnis portal ini semakin hari semakin menjadi pilihan para pelaku bisnis karena pertumbuhan internet yang sedemikian cepat (skala eksponensial) menyebabkan semakin membesarnya "hutan informasi" di dunia maya akibat banjirnya informasi yang ada. Di mata pelanggan, banjirnya informasi tersebut sama saja dengan memiliki televisi dengan satu juta saluran dimana akan teramat sulit untuk mendapatkan informasi mengenai acara yang ingin ditonton jika hanya bergantung pada sebuah alat pemandu (remote control). Berdasarkan domain informasinya, portal biasanya lahir dari tiga sistem jaringan: intranet, ekstranet, dan internet. Portal yang lahir dari sistem intranet biasanya dipergunakan perusahaan untuk mengelola data, informasi, dan dokumen perusahaan yang tersebar di seluruh unit-unit usaha (knowledge management). Sementara portal yang dibangun dari sebuah sistem ekstranet biasanya dipergunakan oleh berbagai shareholders (manajemen, staf, rekanan, pelanggan, dsb.) yang ingin mencari informasi sehubungan dengan fungsi dan kebutuhan dari masing-masing mereka (konsorsium perusahaan yang saling bekerja sama membangun ekstranet). Dan jenis terakhir yang paling populer adalah portal yang menjadi pintu gerbang para pengguna internet untuk dapat mencari informasi di seluruh situs-situs yang ada di internet. Karena sifatnya yang menawarkan

bantuan kepada para pengguna internet untuk mencari hal-hal atau informasi yang diinginkan di dunia maya, maka fasilitas mesin pencari (searching engine) merupakan jantung dari sebuah portal. Berbeda dengan portal di dalam tipe bisnis B-to-C, portal B-to-B sering kali berasosiasi dengan sebuah atau lebih domain industri tertentu, seperti:

- Multiple Industries - VerticalNet.com (portal B-to-B untuk berbagai jenis industri di berbagai sektor kehidupan)
- Single Industry - e-steel.com (portal B-to-B yang diperuntukkan khusus untuk industri baja)
- Sector of Single Industry - Harddollar.com (portal B-to-B yang dibangun khusus untuk segala hal yang berhubungan dengan pembangunan infrastruktur jalan raya dan jembatan)

Jelas terlihat di sini bahwa kekuatan suatu portal akan sangat tergantung pada hal-hal sebagai berikut:

- Kemampuan mesin pencari di portal terkait untuk mendapatkan informasi yang secara spesifik diinginkan oleh pengguna internet (pelanggan);
- Kualitas informasi (content) yang ditawarkan oleh portal terkait sehubungan dengan industri atau sektor bisnis yang direpresentasikannya;
- Fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh portal untuk membantu pemakai dalam melakukan interaksi dengan berbagai situs terkait yang ada; dan
- Mekanisme navigasi situs (website navigation) yang dapat meningkatkan kualitas konteks interaktif antara pengguna internet dengan situs portal terkait.

Sejauh ini pemasukan terbesar dari tipe e-commerce semacam portal masih berasal dari advertising, yang memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan besarnya komunitas pelanggan portal yang setia (loyal customers), yang biasanya dapat dilihat dari tinggi rendahnya "hit rate" dari situs terkait.

### Procurement

Peluang bisnis di pasar procurement ini berawal dari tingginya total biaya pengadaan (procurement cost) yang harus ditanggung oleh perusahaan pada umumnya. Para pemasok (suppliers) bahan mentah, bahan baku, maupun barang

jadi sadar betul akan permasalahan yang dihadapi oleh para calon pembeli (buyers) ini sehingga praktisi bisnis internet melihat kesempatan bisnis yang cukup menjanjikan jika ditawarkan suatu jasa yang dapat menawarkan berbagai manfaat/benefit kepada buyers terutama yang berkaitan dengan pengurangan total biaya pengadaan.

Seperti telah dipahami bersama, biaya pengadaan membengkak karena dua masalah utama, yaitu biaya penyimpanan barang (inventory cost) dan biaya administrasi (overhead) - dan tentu saja berbagai biaya-biaya lain yang terkait dengan kedua hal ini. Aplikasi B-to-B jenis procurement menawarkan suatu mekanisme otomatisasi proses pengadaan barang sehingga sejumlah manfaat dapat dirasakan oleh perusahaan, seperti:

- Mereduksi biaya pengadaan suatu produk yang secara langsung berpengaruh terhadap harga barang;
- Meningkatkan tingkat persediaan barang (availability);
- Mengurangi biaya total inventory (order cost, holding cost, dan opportunity cost);
- Memperbaiki proses kontrol pengadaan;
- Memperbaiki pengelolaan keuangan perusahaan (cash management);
- Meningkatkan efisiensi dan efektivitas pembelian dan pengadaan barang; dan lain sebagainya.

Perlu diperhatikan bahwa mekanisme bisnis ini tidak hanya terbatas pada perusahaan produksi saja, tetapi relevan pula dipergunakan untuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Misalnya on-line travel agency yang memerlukan proses pengadaan tiket secara cepat dan aman, on-line banking services yang memerlukan proses pengadaan uang secara tepat waktu dan aman, on-line shipping services, yang memerlukan proses pengambilan barang secara cepat dan murah, dan lain sebagainya. Dalam format bisnis ini, biasanya perusahaan yang ingin memperbaiki proses pengadaannya memerlukan infrastruktur teknologi dan sistem informasi yang dapat menghubungkannya dengan pihak-pihak pemasok (suppliers), yang dapat dibangun sendiri maupun dipercayakan kepada pihak lain

(outsourcing). Kerja sama teknologi antara berbagai perusahaan inilah yang membentuk suatu peluang market baru di bidang e-commerce tipe B-to-B.

#### Buyers and Suppliers

Hubungan yang erat antara pembeli (buyers), penjual (suppliers), dan broker (intermediaries) secara tidak langsung dapat membentuk sebuah market tersendiri baru di dunia maya yang kerap diistilahkan sebagai "The B-to-B Exchange". Di dalam bursa B-to-B ini, komunitas suppliers, komunitas buyers, dan komunitas brokers secara bebas dapat saling bekerja sama membentuk suatu peluang bisnis tertentu. Sebutlah sebuah perusahaan pembuat software dan hardware yang bekerja sama dengan komunitas perusahaan distributor dan jasa pengiriman barang; atau komunitas hotel, komunitas jasa transportasi, dan komunitas tempat rekreasi bekerja sama dengan berbagai agen perjalanan yang menawarkan kepada pelanggan paket-paket liburan.

Berbagai peluang untuk kerja sama yang terjadi antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya dapat dilakukan melalui beragam model bisnis, seperti misalnya pembagian keuntungan (profit sharing), pemberian uang jasa (fee), pembayaran per transaksi, pertukaran atau kerja sama proses (barter), dan lain sebagainya. Pembentukan bursa semacam ini memang memerlukan waktu yang cukup panjang karena sifatnya yang terbuka (open market), sehingga perkembangannya akan sangat ditentukan oleh interaksi bebas antara perusahaan-perusahaan yang berada di dalamnya.

#### Auction

Jika di dalam bisnis konvensional, lelang (auction) lebih dikenal sebagai mekanisme perdagangan yang hanya cocok dipergunakan untuk penjualan barang bekas, maka di dalam dunia maya hal tersebut berlaku pula untuk produk baru atau bentuk jasa lainnya. Prinsip dari pelelangan pada dasarnya adalah untuk memperoleh harga penawaran tertinggi di antara para calon pembeli sehingga pemilik barang benar-benar memperoleh keuntungan yang paling maksimum (consumer surplus). Karena mekanisme perdagangan bebas (free market) merupakan konsep jual beli yang umum dilakukan di internet, maka

konsep lelang sangat cocok untuk diterapkan dimana pembeli dan penjual dapat secara bebas "bertemu" untuk bertransaksi. Konsep lelang ini juga dapat berkembang di dunia maya karena adanya fenomena "cost transparency" yang secara tidak langsung dapat membuat pelanggan secara transparan "mengetahui" perkiraan harga yang wajar dari sebuah produk atau jasa.

Berbeda dengan model bisnis lelang untuk tipe bisnis B-to-C yang memperbolehkan setiap individu untuk secara bebas melakukan penawaran, di dalam B-to-B hanya perusahaan-perusahaan tertentu saja (yang telah memenuhi persyaratan teknis maupun bisnis) yang diperkenankan berpartisipasi di dalam proses pelelangan. Pendapatan bisnis ini sendiri dapat berasal dari berbagai sumber atau cara, seperti uang anggota (membership fees), porsi transaksi, pembagian keuntungan, kompensasi jasa, dan lain sebagainya. Salah satu jenis lelang yang cukup digemari di dunia maya adalah "Reverse Auction", yang pada dasarnya bekerja berlawanan dengan proses pelelangan biasa yang dikenal. Di dalam reverse auction, para calon pembeli akan melihat bagaimana calon penjual "beradu harga" untuk suatu produk atau jasa tertentu, sehingga secara bebas si pembeli akan mendapatkan harga yang termurah untuk barang atau jasa yang sama.

### Supply Chain

Untuk perusahaan-perusahaan kelas menengah dan besar yang telah memiliki sistem informasi internal yang handal, mengimplementasikan manajemen rantai pasokan (supply chain management) merupakan pilihan favorit. Inti dari supply chain management adalah mengintegrasikan rantai proses internal perusahaan dengan rantai proses yang dimiliki oleh pemasok dan pelanggan. Tentu saja jika pemasok maupun pelanggan telah memiliki sistem internal yang telah terkomputerisasi dengan baik, penyatuan rantai nilai yang ada secara signifikan akan meningkatkan efisiensi perusahaan, sejalan dengan meningkatnya potensi pendapatan (revenue) perusahaan.

- Berbagai manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dengan disatukannya rantai proses antar perusahaan antara lain:



- 
- Mempercepat siklus waktu proses manufaktur;
  - Memperpendek rantai penciptaan dan pengembangan produk;
  - Mempersingkat periode distribusi dan penjualan;
  - Memperkecil biaya penyimpanan barang;
  - Meningkatkan potensi pendapatan;
  - Menurunkan harga barang; dan lain sebagainya.

Model bisnis untuk perusahaan yang mengimplementasikan tipe B-to-B supply chain ini biasanya sangat tergantung dari siapa di antara beberapa pihak yang bekerja sama tersebut yang memiliki "bargaining position" terbesar. Contohnya adalah jaringan supermarket yang dapat "mendikte" para distributor consumer goods untuk menggunakan sistem yang dimilikinya, atau pabrik sepatu merek terkenal yang dapat mendikte para distributornya untuk menggunakan standard sistem komputer yang dimilikinya (dalam format ini perusahaan dapat mengenakan biaya pemeliharaan dan implementasi sistem).