



## Mata Ajar

**STRATEGI DAN IMPLEMENTASI E-COMMERCE**

---

## Topik Bahasan

**KOMUNITAS DUNIA MAYA DAN BATASANNYA**

---

## Versi

**2013/1.0**

---

## Nama File

**SDIE-9B-KomunitasDuniaMaya.pdf**

---

## Referensi Pembelajaran

**9-B**

## E-Commerce2

### Komunitas Dunia Maya dan Batasannya

Kebanyakan dari mereka yang ingin terjun untuk berbisnis di dunia maya mempertanyakan seberapa besar potensi pasar (potensial market) yang ada. Banyak yang sadar, bahwa pasar terbesar masih didominasi oleh negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, Cina, Inggris, Jerman, dan lain-lain. Praktisi bisnis tersebut menilai bahwa di negara-negara tersebutlah ratio antara jumlah penduduk, jumlah komputer, dan jumlah pengguna internet memiliki ranking yang tinggi. Sehingga mereka beranggapan, bahwa probabilitas terjadinya transaksi melalui medium internet akan tinggi pula. Alasan lainnya adalah tingkat kependidikan



Sumber: Eko Indrajit, 2000

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

Kebanyakan dari mereka yang ingin terjun untuk berbisnis di dunia maya mempertanyakan seberapa besar potensi pasar (potensial market) yang ada. Banyak yang sadar, bahwa pasar terbesar masih didominasi oleh negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, Cina, Inggris, Jerman, dan lain-lain. Praktisi bisnis tersebut menilai bahwa di negara-negara tersebutlah ratio antara jumlah penduduk, jumlah komputer, dan jumlah pengguna internet memiliki ranking yang tinggi. Sehingga mereka beranggapan, bahwa probabilitas terjadinya transaksi melalui medium internet akan tinggi pula. Alasan lainnya adalah tingkat kependidikan dan budaya yang sedemikian rupa yang secara langsung maupun tidak langsung membentuk sebuah lingkungan perdagangan internet yang kondusif (Indrajit, 2000). Faktor kesiapan infrastruktur teknologi informasi merupakan aspek penting lainnya yang semakin memperkuat penilaian di atas.

Sumber: Eko Indrajit, 2000

Bagaimana sebenarnya cara melihat secara mudah besarnya potensi pasar di suatu negara atau segmen komunitas tertentu untuk mendapatkan gambaran sekilas mengenai lingkungan bisnis dunia maya yang ada?

Anggaplah dengan menggunakan teori marketing klasik (segmenting, targeting, dan positioning), sebuah perusahaan telah membidik sekelompok komunitas (segmen pasar). Sebutlah total kelompok manusia ini sebagai sebuah populasi (sebutlah sebagai golongan Merah). Hal pertama yang dapat dilakukan adalah menghitung, atau memperkirakan, seberapa besar dari mereka yang telah menggunakan teknologi internet (golongan Kuning). Para internet users ini tentu saja memiliki kepentingan yang berbeda dalam menggunakan teknologi komputer yang tersedia, seperti untuk menunjang proses komunikasi (email), pencarian informasi (browsing), berkolaborasi (intranet), dan lain sebagainya. Dari sekian banyak pengguna tersebut, hal berikutnya yang dapat dilakukan adalah mencari tahu seberapa besar yang selama ini telah terlibat dalam melakukan perdagangan melalui dunia maya, baik sebagai penjual maupun sebagai pembeli (golongan Hijau). Teori sederhana memperlihatkan bahwa semakin banyak mereka yang dikategorikan sebagai golongan Hijau, akan semakin mempertinggi kemungkinan terjadinya perdagangan internet yang kondusif; sebaliknya, jika sebagian besar masyarakat masih berada dalam golongan Merah, maka akan semakin sulit untuk membangun sebuah komunitas yang siap untuk berdagang secara elektronik. Namun harap diperhatikan bahwa bukan berarti kesempatan bisnis menjadi tertutup jika ternyata golongan Merah masih mendominasi golongan Hijau atau Kuning, tetapi perusahaan harus jeli melihat peluang yang ada untuk membangun sebuah model bisnis yang dapat diterapkan. Untuk mempermudah mencari peluang tersebut, ada baiknya jika berdasarkan pembagian komunitas di atas, telaah terhadap tipe perdangan elektronik yang sesuai dapat dilakukan. Adapun tipe-tipe perdagangan yang dapat terjadi adalah sebagai berikut:

- Tipe Business-to-Business (B2B) dapat dilakukan antar komunitas golongan Hijau dengan cukup mudah, karena memang mereka telah terbiasa untuk melakukannya;

- Tipe Business-to-Consumers (B2C) dapat dilakukan antara komunitas golongan Hijau sebagai penjual dan komunitas golongan Kuning sebagai pembeli; dan
- Tipe Consumers-to-Consumers (C2C) akan secara efektif dapat dilakukan dalam kerangka free market antar pengguna internet yang berada dalam golongan Kuning.

Ketiga jenis transaksi di atas merupakan suatu jenis perdagangan elektronik murni, karena semua transaksi yang ada dilakukan secara on-line melalui komputer yang terhubung ke internet. Di samping ketiga jenis transaksi di atas, ada tiga tipe perdagangan lainnya yang dapat dipergunakan untuk memperbesar potensi pasar komunitas. Bedanya adalah bahwa ketiga tipe perdagangan ini merupakan kombinasi antara sistem on-line dengan off-line:

1. Para individu-individu yang kerap menggunakan internet (golongan Kuning) dapat dengan mudah memanfaatkan informasi yang diketahuinya untuk diperdagangkan ke golongan Merah. Katakanlah seorang petani yang dapat dengan mudah mengetahui harga beras atau tembakau panenannya di pasaran internasional hanya dengan membayar murah seorang mahasiswa komputer yang membantu mencarikan informasi terkait di internet. Atau seorang dosen yang dengan rajin mengumpulkan makalah-makalah atau jurnal-jurnal ilmiah dari berbagai sumber di internet untuk dijual kembali sebagai buku atau paket dokumen lainnya kepada masyarakat.
2. Perusahaan-perusahaan internet dalam komunitas golongan Hijau dapat melakukan penjualan terhadap masyarakat golongan Merah yang belum mengenal komputer. Contohnya adalah dengan menghubungkan informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan internet melalui media konvensional seperti televisi, radio, telepon, faksimili, dan lain sebagainya. Misalnya adalah sebuah perusahaan bursa efek yang meletakkan seluruh informasinya di internet yang dapat dengan mudah diakses oleh sebuah perusahaan televisi; atau sebuah perusahaan pencari tenaga kerja yang dapat dengan mudah diakses secara otomatis melalui telepon konvensional (yang bersangkutan menerapkan teknologi computer telephony).

3. Dampak dari kedua transaksi di atas adalah transaksi tidak langsung jenis ketiga antar mereka yang berada di dalam golongan Merah. Produk atau jasa yang mereka dapatkan dari transaksi perdagangan campuran (on-line dan off-line) di atas memungkinkan mereka untuk lebih lanjut melakukan pertukaran barang atau jasa di pasar konvensional.

Dengan memperhatikan beragam jenis transaksi di atas, jelas terlihat bahwa potensi pasar bisnis internet sangatlah besar. Konsep di atas secara tidak langsung menampik pendapat yang mengatakan bahwa potensi pasar yang dapat digarap oleh bisnis bermedium internet hanya terbatas pada mereka yang telah paham dan mahir menggunakan komputer.