



## Mata Ajar

**STRATEGI DAN IMPLEMENTASI E-COMMERCE**

---

## Topik Bahasan

**TIGA TIPE ELEKTRONIC COMMERCE B2B**

---

## Versi

**2013/1.0**

---

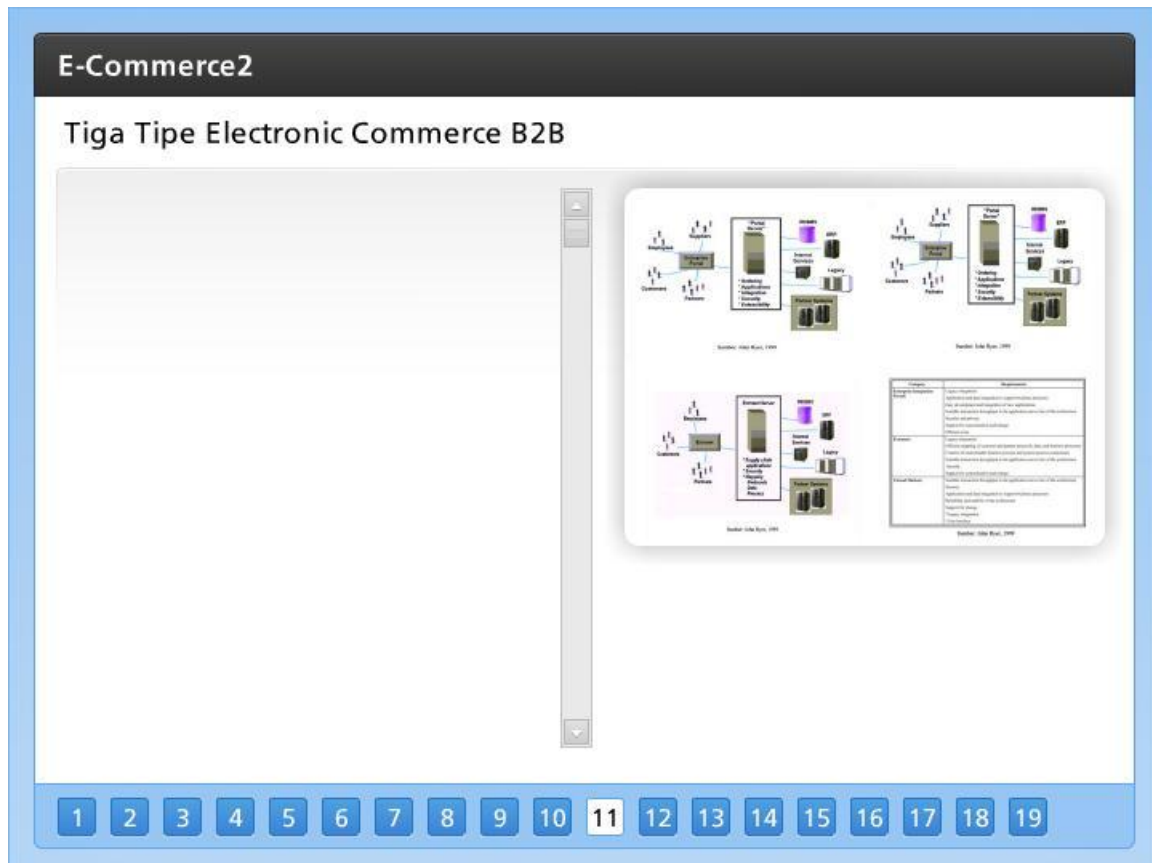
## Nama File

***SDIE-11D-TigaTipeElektronik.pdf***

---

## Referensi Pembelajaran

**11-D**



Forrester Research Inc., sebuah lembaga riset terkemuka di Cambridge - Massachusetts, melaporkan bahwa nilai pasar potensial untuk tipe bisnis e-commerce B2B masih jauh lebih besar dibandingkan dengan tipe B2C. Diperkirakan bahwa pada tahun 2002, di Amerika Serikat saja, nilainya dapat mencapai US\$ 3,8 miliar, suatu angka yang sangat fantastis. Tingginya nilai ini tidak hanya disebabkan karena besarnya potensi pasar yang ada, namun disebabkan pula karena tingkat kompleksitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan jenis B2C. Dari berbagai jenis model bisnis B2B yang ada, terlihat bahwa tiga jenis akan mendominasi pasar, yaitu model: Enterprise Portals, Extranet, dan Virtual Markets (Rymer, 1999).

### Enterprise Portals

Model bisnis ini merupakan jenis aplikasi yang paling menjadi primadona saat ini. Pertama kali diperkenalkan oleh Gartner Group pada tahun 1998, model ini merupakan pengembangan dari jenis consumer portal yang telah diperkenalkan terlebih dahulu oleh situs-situs semacam Yahoo, AOL, dan Microsoft. Bedanya

adalah jika consumer portals ditujukan untuk semua users yang terhubung ke internet, pada enterprise portal, akses hanya dibatasi pada orang-orang tertentu yang berada pada satu atau lebih domain. Misalnya adalah enterprise portal milik Merrill Lynch yang hanya ditujukan bagi konsumen, pegawai, mitra bisnis, dan pemilik perusahaan tersebut saja. Atau contoh lain adalah Campus Pipeline yang secara target hanya ditujukan pada kelompok demografis tertentu, yaitu para mahasiswa. Fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh portal terkait juga beragam, tergantung obyektif dan kebutuhan bisnis yang telah disepakati. Misalnya fasilitas untuk melakukan email, pencarian (searching), diskusi terbatas (workgroup), bercakap-cakap secara virtual (chatting), akses ke berbagai sumber daya (resources), dan lain sebagainya. Isu-isu utama yang harus secara intensif dikaji dan dipertimbangkan jika ingin membangun sebuah enterprise portal adalah sebagai berikut:

- Portal merupakan gerbang utama dari pusat enterprise knowledge yang merupakan hasil dari pengolahan data dan informasi sehingga dapat dipergunakan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan. Mengingat bahwa pada implementasinya seorang user dihadapkan pada sebuah situs, maka desain situs tersebut harus dibuat sedemikian rupa sehingga mempermudah proses yang ada. Tengoklah bedanya situs B2C Yahoo.com dan Altavista.com dalam menampilkan hasil proses pencarian informasi.
- Value yang ditawarkan sebuah portal kepada penggunaanya tidak hanya terbatas pada data, informasi, atau pengetahuan yang berkualitas saja, namun harus diperhitungkan aspek-aspek lainnya. Misalnya bagaimana menindaklanjuti hasil penemuan informasi yang diinginkan, apakah dilanjutkan dengan proses tanya jawab (frequently asked questions), menghubungi customer services, mencari sumber-sumber lain yang berkaitan dengannya, menawarkan produk-produk terkait dengan informasi yang dicari dan lain sebagainya. Artinya, komputer harus dapat "memperkirakan" permasalahan yang dihadapi users ketika yang bersangkutan melakukan pencarian terhadap sebuah informasi, sehingga seolah-olah komputer dapat berfikir dan menawarkan alternatif solusinya.
- Secara tidak langsung, perusahaan harus jeli dalam memilah-milah data dan informasi mana yang boleh diakses oleh berbagai users yang ada, karena

salah-salah dapat mengganggu hak privacy seseorang atau sekelompok orang. Contohnya adalah pada Sistem Informasi Kependudukan misalnya. Jika seorang penduduk dapat mengetahui informasi mengenai tanggal perkawinan dan tanggal kelahiran semua penduduk yang ada, maka mereka dapat mengetahui dan mengambil kesimpulan terhadap seorang wanita yang hamil di luar nikah (mengandung sebelum proses resmi perkawinan). Tentu saja hal ini akan menjadi bumerang jika tidak ditangani secara hati-hati.

- Semakin banyak fasilitas yang ditawarkan dalam sebuah portal, semakin tinggi kompleksitas arsitektur teknologi informasi yang harus dibangun. Tentu saja perusahaan harus benar-benar memperhitungkan dan menganalisa cost dan benefit untuk setiap pelayanan atau fasilitas baru yang ingin dibangun pada sebuah portal.

### Extranet

Sistem extranet sebenarnya bukan merupakan sebuah konsep baru, karena telah cukup lama dikenal dalam dunia sistem informasi korporat setelah konsep lainnya, yaitu internet dan intranet diperkenalkan. Pada paradigma lama, extranet pada dasarnya merupakan sistem tambahan yang dimiliki oleh sebuah perusahaan sebagai konsekuensi dari terintegrasinya sistem internal dengan sistem eksternal perusahaan, yaitu sistem informasi perusahaan lain yang merupakan mitra kerja, seperti pemasok (suppliers), vendor, dan lain sebagainya. Dalam paradigma baru, extranet memiliki peranan yang lebih dari sekedar sistem luar perusahaan yang terkoneksi dengan sistem perusahaan, namun lebih ditekankan pada terintegrasinya proses penciptaan produk atau jasa dalam suatu rangkaian rantai proses (value chain). Lebih jauh lagi, sistem extranet masa kini dibangun untuk mengimplementasikan apa yang diistilahkan sebagai supply chain management, yaitu bagaimana menyatukan proses-proses dari hulu (supplier) ke hilir (customers); dengan kata lain, bagaimana melibatkan dan memasukkan konsumen ke dalam proses internal perusahaan. Tujuannya jelas, yaitu untuk mencapai tingkat efisiensi, efektivitas, dan kontrol internal yang tinggi. Isu-isu utama yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut:

- Masalah yang sangat jelas terlihat adalah bagaimana mengintegrasikan sistem yang dimiliki perusahaan dengan beragam sistem yang dimiliki oleh perusahaan lain. Semakin berbeda platform sistem yang dipergunakan, akan semakin meningkatkan kompleksitas integrasi yang harus dilakukan. Paling tidak tiga aspek harus dapat terkoneksi dan terintegrasi dengan baik, yaitu pada level data, proses, dan teknologi.
- Pada mulanya, untuk mengintegrasikan beberapa sistem tersebut biasanya dibutuhkan investasi yang cukup besar, yang harus dikeluarkan oleh perusahaan sebelum yang bersangkutan dapat menuai manfaat yang signifikan untuk jangka menengah dan jangka panjang. Hubungan upstream yang merupakan integrasi perusahaan dengan pemasoknya biasanya bertujuan untuk mengurangi total biaya overhead; sementara hubungan downstream yang mengintegrasikan perusahaan dengan konsumennya diharapkan dapat meningkatkan potensi pendapatan perusahaan (revenue). Dengan dicapainya kedua obyektif tersebut, secara tidak langsung akan meningkatkan status profitabilitas perusahaan.
- Faktor keamanan merupakan hal ketiga yang menjadi bahan pertimbangan di sini, karena terjadinya arus pertukaran data antar beberapa entiti bisnis melalui medium internet yang merupakan public domain. Walaupun murah secara biaya, namun faktor keamanan di internet masih sangat kurang, terutama dibandingkan dengan sistem proprietary yang hanya eksklusif menghubungkan beberapa perusahaan tertentu. Untuk keperluan tersebut, tentu saja perusahaan harus memiliki sistem keamanan yang kuat, baik secara teknologi (firewalls) maupun secara proses (encryption).

### Virtual Markets

Yang dimaksud dengan pasar virtual di sini pada dasarnya adalah implementasi sistem perdagangan elektronik (electronic trading systems). Karena sifatnya yang B2B, maka pihak-pihak yang saling melakukan perdagangan adalah korporat atau perusahaan, bukan individu. Contohnya adalah NASDAQ Stock Exchange yang merupakan sebuah pasar besar di dunia maya. Alasan dipergunakannya teknologi internet adalah selain untuk meningkatkan efisiensi, dengan adanya keleluasaan

tersebut, maka diharapkan frekuensi dan volume perdagangan akan meningkat secara signifikan, sehingga meningkatkan value dari pasar tersebut. Secara prinsip, ada dua jenis virtual market yang telah diimplementasikan secara sukses di internet: internet stock trading system dan internet 'buying-selling' integration system.

Internet Stock Trading System merupakan sebuah sistem perdagangan saham perusahaan yang diimplementasikan dengan menggunakan prinsip free market, dimana penjual dan pembeli dapat bertemu secara langsung di dunia maya. Yang dilakukan sebenarnya hanya dua buah transaksi utama, yaitu "jual" dan "beli"; dimana korporat melalui situs yang ada melakukan mekanisme tersebut yang kemudian dikelola secara teknis oleh sistem backoffice. Charles Schwab dan E\*Trade merupakan dua buah perusahaan dotcom yang telah sukses menerapkan sistem ini.

Internet 'Buying-Selling' Integration System pada dasarnya mirip dengan Internet Stock Trading System, hanya saja tidak dilakukan dalam lingkungan transaksi bisnis yang free, karena pada dasarnya ada sebuah perusahaan yang berfungsi mempertemukan antara perusahaan-perusahaan penjual dan perusahaan-perusahaan pembeli. Dikatakan bukan free market adalah karena perusahaan dotcom yang bersangkutan turut "campur tangan" sebagai moderator atau fasilitator dalam mekanisme perdagangan yang terjadi. Contohnya adalah proses pelelangan melalui internet yang "memaksa" perusahaan untuk menjadi penengah untuk mencegah tidak terjadinya transaksi langsung antara penjual dan pembeli seandainya mereka saling tahu lokasi dan identitasnya (karena secara prinsip akan lebih murah, karena tidak ada biaya fee yang harus dibayarkan ke perusahaan).

Isu-isu yang berkaitan dengan sistem B2B ini adalah sebagai berikut:

- Dalam format free market, target utama dari sebuah sistem adalah untuk menciptakan efisiensi perdagangan, sehingga jika dengan adanya sistem B2B hal ini tidak tercapai, maka sistem yang ditawarkan akan "mati" dengan sendirinya karena tidak efektif.

- Scalability merupakan kata kunci kualitas arsitektur teknologi informasi yang harus dibangun dan dikembangkan. Karena keberhasilan implementasi business model akan terlihat dari meningkatnya frekuensi dan volume perdagangan dari waktu ke waktu secara cepat, dan cenderung dengan percepatan eksponensial.
- Sistem keamanan juga tidak kalah pentingnya dalam format perdagangan ini, karena terlepas dari jenis barang yang diperdagangkan (saham, produk, obligasi, komoditas, dsb.), pada internet yang mengalir adalah data digital. Jika ada orang yang dapat mengintervensi medium tersebut dan mengacaukan data yang ada, maka dampak negatifnya akan jelas terlihat dan akan menimbulkan kerugian yang sangat besar.

Sumber: John Ryer, 1999