



## Mata Ajar

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

---

## Topik Bahasan

***KIAT SUKSES BISNIS DI INTERNET***

---

## Versi

***2013/1.0***

---

## Nama File

***SDIE-12C-KiatSukses.pdf***

---


## Referensi Pembelajaran

***12-C***

## E-Commerce2

### Kiat Sukses Bisnis di Internet

Semarak bisnis di dunia maya (cyber space) dalam berbagai bentuk telah menggejala di tanah air belakangan ini. Berbagai berita mengenai berdirinya perusahaan-perusahaan ".dot.com" menghiasi hampir seluruh media massa berorientasi bisnis dan teknologi. Terlepas dari apakah fenomena yang berkembang merupakan trend bisnis di masa depan atau sekedar latah belaka, adalah fakta bahwa jumlah perusahaan yang menawarkan produk dan jasanya di dunia maya semakin berkembang secara sangat cepat dan signifikan. Uniknya, persentasi perusahaan yang dapat dikatakan berhasil dalam



1. Difficult to maintain competitive advantage
2. Compete with a great number of players
3. Operate within a free market environment
4. Work with other business partners
5. Require good competencies and skills

Sumber: Eko Indrajit, 2000

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

Semarak bisnis di dunia maya (cyber space) dalam berbagai bentuk telah menggejala di tanah air belakangan ini. Berbagai berita mengenai berdirinya perusahaan-perusahaan ".dot.com" menghiasi hampir seluruh media massa berorientasi bisnis dan teknologi. Terlepas dari apakah fenomena yang berkembang merupakan trend bisnis di masa depan atau sekedar latah belaka, adalah fakta bahwa jumlah perusahaan yang menawarkan produk dan jasanya di dunia maya semakin berkembang secara sangat cepat dan signifikan. Uniknya, persentasi perusahaan yang dapat dikatakan berhasil dalam mengembangkan bisnis modern ini teramat sangat kecil dibandingkan dengan jumlah total pelaku bisnis yang ada. Fenomena bisnis di dunia maya dapat dikatakan sebagai "easy come, easy go", dalam arti kata bahwa sangat mudah untuk terjun ke dalam bentuk bisnis ini, namun dengan besarnya tantangan yang ada, sangat mudah pula bagi sebuah perusahaan untuk gulung tikar. Ada beberapa hal penting yang menyebabkan terjadinya hal tersebut (Indrajit, 2000).

Pertama, sangat sulit untuk mempertahankan keunggulan kompetitif (competitive advantage) di dalam model bisnis ini. Diferensiasi produk atau pelayanan yang ditawarkan melalui media internet, dapat dengan mudah ditiru oleh para pesaing dalam tempo yang sangat cepat, yaitu dalam hitungan hari. Hal ini terjadi karena pada dasarnya bisnis berbasis internet berangkat dari ide-ide unik yang diimplementasikan secara teknis. Perkembangan perangkat lunak dan perangkat keras yang sedemikian cepat telah mempermudah siapa saja yang berminat untuk mengimplementasikan ide-ide bajakan tadi secara mudah dan cepat. Ditambah pula belum adanya hukum di dunia maya (cyber law) yang efektif dan disepakati secara internasional telah membuat mudahnya para pemain untuk meniru ide-ide kreatif perusahaan lain tanpa harus takut dituntut dan dihukum.

Kedua, sekali memutuskan untuk bergabung dengan komunitas digital, maka pada saat itu pula perusahaan harus siap untuk berkompetisi dengan berpuluh-puluh bahkan beratus-ratus pemain lama dan baru dari seluruh dunia yang menawarkan produk atau jasa sejenis. Mengingat bahwa situs yang ada akan diakses oleh seluruh pelanggan di dunia, maka perusahaan harus beroperasi penuh selama 24 jam sehari, dan 7 hari seminggu. Tidak ada kata istirahat untuk melayani pelanggan dan menawarkan produk-produk atau jasa-jasa baru, karena sedikit saja kelalaian terjadi, calon pelanggan akan pindah ke perusahaan lain. Tentu saja strategi bisnis yang tepat harus diterapkan untuk menunjang model bisnis yang ada.

Ketiga, berlakunya konsep pasar bebas (free market) yang mendekati sistem persaingan sempurna (perfect competition) menyebabkan sangat mudahnya seorang pelanggan untuk pindah dari satu perusahaan ke perusahaan yang lain sejauh produk atau jasa yang ditawarkan lebih murah, lebih baik, dan lebih cepat (cheaper, better, faster). Tentu saja situs yang didukung oleh investasi keuangan yang kuat memiliki keunggulan untuk mempergunakan teknologi yang tercanggih (state-of-the-art technology) dan merekrut sumber daya manusia yang handal. Dengan kata lain, walaupun pada mulanya biaya untuk memulai bisnis di internet relatif kecil,

namun pada akhirnya akan sulit bagi sebuah perusahaan untuk dapat bertahan dalam jangka waktu cukup lama tanpa adanya dukungan biaya besar.

Keempat, untuk dapat sukses menjalankan model bisnis yang ada, perusahaan harus bekerja dengan berbagai institusi lain sebagai rekanan (strategic partner). Semangat "collaboration to compete" harus menjadi dasar dalam bisnis ini mengingat sangat sulit untuk dapat menjalankan proses usaha tanpa dukungan dari rekanan bisnis seperti vendor teknologi, content partners, merchants, dan lain-lain. Dengan kata lain, pemilihan rekanan yang tepat merupakan salah satu kunci keberhasilan usaha di dunia maya.

Kelima, kompetensi sumber daya manusia merupakan kunci keberhasilan utama membangun perusahaan berbasis internet. Statistik memperlihatkan bahwa hampir semua situs-situs besar berhasil menjadi perusahaan sukses berkat tangan dingin manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan, yang didukung oleh keahlian para staf operasional. Yang menjadi masalah di sini adalah tingginya rasio perpindahan (turn over ratio) para praktisi teknologi informasi (programmer, system analysts, network specialist, dsb.) dari satu perusahaan ke perusahaan lain dengan alasan yang beragam, mulai dari inisiatif pribadi sampai dengan tawaran gaji yang lebih tinggi. Dengan kata lain, harus dicari jalan keluar agar loyalitas manajemen dan staf dapat terbentuk sehingga kemungkinan mereka untuk "dibajak" perusahaan lain menjadi kecil. Sistem penggajian dan pembagian keuntungan merupakan kunci penyelesaian tantangan ini.

Kelima hal tersebut di atas memperlihatkan bahwa bisnis di dunia maya tidak sekedar berarti melakukan penjualan produk atau jasa melalui media internet, namun lebih dari pada itu. Dibutuhkan pemahaman yang mendalam terhadap sejumlah paradigma baru yang berlaku di arena e-conomy. Kesimpulannya, untuk dapat berhasil menjadi pemain besar di dunia maya, perusahaan yang bersangkutan harus tampil "all out", anti "status quo", kreatif, dan gesit beradaptasi dengan setiap

perubahan. Artinya, pemain-pemain baru dari generasi mudalah yang menjadi tulang punggung bisnis ini di Indonesia.