



Mata Ajar

STRATEGI DAN IMPLEMENTASI E-COMMERCE

Topik Bahasan

MEMAHAMI BISNIS PORTAL DI INTERNET

Versi

2013/1.0

Nama File

SDIE-12D-MemahamiBisnis.pdf

Referensi Pembelajaran

12-D

E-Commerce2

Memahami Bisnis Portal di Internet

Bisnis mengembangkan situs portal terasa semarak belakangan ini. Tidak sedikit pemain-pemain lokal yang telah terjun di bisnis ini, sementara beberapa lainnya sedang berancang-ancang untuk turut berpartisipasi. Terdapat beberapa hal prinsip yang baik untuk dicermati bagi mereka yang ingin mengadu untung di bisnis ini (Indrajit, 2000).

Pertama, bagi komunitas Silicon Valley, bisnis portal sering disebut sebagai hit and run business karena sang pendiri biasanya hanya melakukan dua hal dalam waktu singkat: menjual perusahaan yang bersangkutan ke pihak lain, atau

1. Understand the principles of new economy
2. Have a good vision
3. Excellence in working stamina
4. Able to cope with change
5. Can manage people
6. Collaborate to compete
7. Combine professional with entrepreneur



Sumber: Eko Indrajit, 2000

12345678910111213141516171819

Bisnis mengembangkan situs portal terasa semarak belakangan ini. Tidak sedikit pemain-pemain lokal yang telah terjun di bisnis ini, sementara beberapa lainnya sedang berancang-ancang untuk turut berpartisipasi. Terdapat beberapa hal prinsip yang baik untuk dicermati bagi mereka yang ingin mengadu untung di bisnis ini (Indrajit, 2000).

Pertama, bagi komunitas Silicon Valley, bisnis portal sering disebut sebagai hit and run business karena sang pendiri biasanya hanya melakukan dua hal dalam waktu singkat: menjual perusahaan yang bersangkutan ke pihak lain, atau menawarkan sahamnya kepada publik (dengan cara IPO). Hal ini sangat dimungkinkan terjadi di Amerika, karena begitu situs portal yang bersangkutan berhasil mencapai target traffic tertentu (jumlah orang yang aktif mengakses portal setiap harinya, biasanya ditargetkan mencapai jutaan pelanggan), nilai perusahaan tersebut menjadi berlipat ganda, yang jika dijual akan mendatangkan keuntungan sangat besar dan cepat bagi pemiliknya.

Kedua, seperti halnya bisnis media massa yang harus mencapai target eksemplar terlebih dahulu sebelum dapat menaikkan harga alokasi iklan, di dalam bisnis portal, traffic menjadi obyektif pertama yang harus dicapai dalam waktu singkat. Harap diingat, walaupun secara kuantitatif 1 juta orang di Indonesia sama dengan 1 juta orang di Amerika, namun secara kualitatif belum tentu keduanya berhasil meningkatkan nilai perusahaan pada level yang sama. Secara umum, komunitas di Amerika memiliki nilai yang lebih tinggi karena mereka lebih berpotensi menjadi calon pelanggan situs e-commerce tertentu dan melakukan transaksi bisnis via internet, dibandingkan dengan orang Indonesia yang lebih banyak menggunakan internet untuk mengecek email dan browsing informasi. Kualitas dan kuantitas traffic inilah yang selain menentukan nilai perusahaan, juga akan menentukan harga jual alokasi situs untuk pemasangan iklan (advertising).

Ketiga, pendapatan utama (revenue) dari situs portal biasanya berasal dari empat sumber: members, content partners, advertisers, dan merchants. Sesuai dengan konsep bisnis portal, tentu saja pendapatan terbesar yang diharapkan harus berasal dari members, dalam arti kata jutaan orang yang mengakses situs portal setiap harinya merupakan pasar yang harus dimanfaatkan. Disini dibutuhkan keahlian manajemen dalam mengembangkan strategi khusus agar para pelanggan ini secara aktif melakukan kegiatan yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan terkait. Bayangkan berapa pendapatan yang dapat diperoleh seandainya saja setiap anggota memberikan kontribusi US\$1 setiap harinya bagi situs dengan 2 juta pelanggan? Dalam bisnis ini, bekerja sama dengan rekanan merupakan kunci untuk memperoleh sumber pendapatan yang memadai.

Sumber: Eko Indrajit, 2000

Keempat, harap diingat bahwa dalam dunia maya telah berlaku hukum pasar bebas (free market) yang menyebabkan begitu banyaknya pesaing dalam bisnis serupa. Di sinilah sulitnya bisnis portal, karena pelanggan akan memilih situs yang terbaik,

tercepat, dan termurah. Hal inilah yang menyebabkan diperlukannya investasi yang sangat besar dan berkali-kali untuk membangun fasilitas teknologi informasi demi tercapainya kinerja situs yang terbaik di antara situs-situs serupa lainnya, dan tentu saja mempertahankannya untuk tetap menjadi yang paling handal. Tidaklah mengherankan jika pada akhirnya, bisnis portal tidak akan mendatangkan profit dalam waktu singkat karena besarnya biaya investasi dan operasional yang harus dialokasikan di tahap-tahap awal pengembangan.

Kelima, kelangsungan hidup sebuah situs terletak pada kemampuan manajemen untuk selalu berkreasi dan berinovasi setiap harinya. Berbeda dengan bisnis pada dunia nyata, dalam dunia maya keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) sangat sulit untuk dipertahankan karena sifatnya yang mudah ditiru oleh para pesaing.

Dengan kata lain, manajemen sebuah situs portal tidak boleh pernah merasa puas akan keunggulan produk atau jasa yang ditawarkan. Meniru seperti yang terjadi pada bisnis perangkat lunak, pada saat sebuah situs portal menyediakan fasilitas pelayanan versi 1, di dalam kepala para manajemen dan staf sudah harus dipikirkan versi 2, 3, 4 dan seterusnya. Tentu saja pengertian akan kebutuhan pelanggan dan tingkat kreativitas dan intelektualitas sumber daya manusia yang direkrut oleh perusahaan penyedia situs portal merupakan kunci utama sukses tidaknya bisnis tersebut.

Pada akhirnya hal utama yang harus menjadi pertimbangan sebelum ikut-ikutan latah untuk terjun ke bisnis portal adalah bahwa sejauh ini, bisnis membangun situs portal masih merupakan aktivitas yang relatif baru di industri internet. Euforia masih terjadi di sana sini. Secara jangka pendek, walaupun perusahaan terkait belum berhasil mencapai tingkat profitabilitas tertentu, telah banyak dilahirkan milyuner baru di seluruh lapisan dunia. Bersamaan dengan itu, tidak sedikit praktisi yang mengalami kegagalan dalam mengembangkan bisnis yang ada. Waktu akan segera

menentukan, apakah bisnis portal merupakan investasi yang baik untuk jangka panjang atau tidak.