

SISTEM PERDAGANGAN ELEKTRONIK

Pengenalan e-Commerce

E-Commerce is a dynamic set of technology, applications, and business process that link enterprises, consumers, and communities through electronic transactions and electronic exchange of goods, services, and information. (David Baum)

Bagi sebagian besar perusahaan saat ini, e-commerce lebih dari sekedar membeli dan menjual produk secara online. Sebaliknya, e-commerce meliputi seluruh proses dari pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran untuk berbagai produk dan jasa yang diperjualbelikan dalam pasar global berjejaring para pelanggan, dengan dukungan dari jaringan mitra bisnis di seluruh dunia.

Beberapa keuntungan dari e-commerce adalah

1. Biaya operasional berkurang
2. Meningkatkan kualitas pelayanan
3. Memperbesar aliran pendapatan baru
4. Meningkatkan pangsa pasar
5. Melebarkan jangkauan pasar

Kerugian bagi pihak konsumen antara lain

1. Rasa kurang puas terhadap fisik barang
2. Kurang percaya dengan barang yang dipesan
3. Kultur bahwa belanja rekreasi

Kerugian bagi pihak produsen antara lain

1. Kerusakan sistem secara tiba-tiba
2. Kerusakan dari penyelenggara ISP

Resiko pada e-Commerce antara lain

1. Kehilangan financial secara langsung
Berubahnya data financial yang dilakukan oleh orang yang tidak bertanggung jawab dengan cara mentransfernya secara ilegal.
2. Pencurian informasi rahasia
Terbukanya data-data penting yang dirahasiakan, sehingga diketahui orang lain yang mengakibatkan kerugian bagi lembaga yang menyimpannya.
3. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan

Akibat sistem yang rusak secara tiba-tiba atau listrik mati yang mengakibatkan hilangnya kesempatan bisnis dalam waktu yang tidak dapat diperkirakan.

4. Akses kesumber oleh yang tidak berhak
Seorang hacker yang berhasil membobol sebuah sistem perbankan kemudian dapat dengan bebas memindahkan saldo dalam jumlah tertentu kerekening pribadinya.
5. Hilangnya kepercayaan dari konsumen
Usaha pihak lain yang dapat menjatuhkan reputasi perusahaan, sehingga pelayanan menjadi salah dan kacau yang mengakibatkan hilangnya kepercayaan konsumen.
6. Kerugian-kerugian yang tidak terduga
Gangguan-gangguan lain dari luar terhadap transaksi bisnis yang sedang dilakukan sehingga konfirmasi transaksi tersebut tidak dapat diterima dengan baik

Berbagai kategori e-commerce, yaitu:

- E-commerce Business to Consumer (B2C).
Dalam bentuk e-commerce semacam ini, perusahaan harus mengembangkan pasar elektronik yang menarik untuk menjual berbagai produk dan jasa ke para pelanggan. Contohnya, banyak perusahaan menawarkan situs web e-commerce yang menyediakan pajangan virtual dan catalog multimedia, pemrosesan pesanan interaktif, system pembayaran yang aman, dan dukungan pelanggan online.
- E-commerce Business to Business (B2B).
Kategori e-commerce ini melibatkan pasar e-business dan hubungan pasar langsung antar perusahaan. Contohnya, banyak perusahaan menawarkan situs web yang aman berisi catalog e-commerce melalui internet dan ekstranet untuk para pelanggan dari perusahaan dan para pemasok.
- E-commerce Consumer to Consumer (C2C).
Keberhasilan besar dari lelang online, tempat para pelanggan dan juga perusahaan dapat membeli serta menjual ke satu sama lain dalam proses situs web lelang, menjadikan C2C sebuah strategis bisnis e-commerce yang penting. Jadi, berpartisipasi atau mensponsori lelang pelanggan atau perusahaan adalah alternative e-commerce yang penting untuk B2C, C2B, atau B2B. Iklan personal elektronik dari produk atau jasa untuk membeli atau menjual oleh para pelanggan di situs Koran elektronik, portal e-commerce pelanggan, atau situs web personal juga merupakan bentuk e-commerce C2C yang penting lainnya.

Proses pembayaran elektronik

Pembayaran untuk produk dan jasa yang dibeli adalah rangkaian proses nyata dan penting dalam transaksi e-commerce. Akan tetapi proses pembayaran tidaklah sederhana, karena sifat elektronik transaksi yang hampir anonym terjadi diantara berbagai sistem komputer jaringan pembeli dan penjual serta banyak isu keamanan yang dilibatkan. Proses pembayaran juga rumit karena banyaknya jenis alternatif debit dan kredit serta lembaga keuangan dan perantara yang menjadi bagian dari proses tersebut.

Proses pembayaran web

Kebanyakan sistem e-commerce dibisnis yang terlibat di dalam web dan B2C pelanggan bergantung pada proses pembayaran kartu kredit. Akan tetapi, banyak sistem e-commerce B2B yang bergantung pada proses pembayaran yang lebih rumit berdasarkan pada penggunaan pesanan pembelian.

Sistem transfer dana elektronik (electronic fund transfer-EFT) adalah bentuk umum dari pembayaran elektronik dalam industri perbankan serta ritel. Sistem EFT menggunakan berbagai TI untuk menangkap dan memproses uang serta kredit antara bank, perusahaan dan para pelanggan mereka. Contohnya, jaringan perbankan mendukung terminal teller di semua kantor bank dan ATM di berbagai lokasi diseluruh dunia.

Pembayaran elektronik yang aman

Ketika melakukan pembelian online di internet, informasi kartu kredit sangat rawan dari para pencedus jaringan (network sniffer), software yang dengan mudah mengenali format nomor kartu kredit. Beberapa alat keamanan dasar yang digunakan untuk mengatasi masalah ini, adalah:

1. Enkripsi (kode dan pengacakan) data antara pelanggan dan pedagang.
2. Enkripsi data yang lewat antara pelanggan dengan transaksi otorisasi kartu kredit perusahaan.
3. Mengambil informasi sensitive secara offline.

Tren aplikasi e-commerce

Aplikasi e-commerce di banyak perusahaan telah melalui beberapa tahap utama sejalan dengan makin matangnya e-commerce di dunia bisnis. Contohnya, e-commerce antara perusahaan dengan pelanggan (B2C) berpindah dari hanya menawarkan informasi multimedia atas perusahaan di situs web perusahaan, menjadi penawaran produk dan jasa disitus pajangan web melalui catalog elektronik dan transaksi penjualan online.

Jenis – jenis pasar e-commerce

- Satu ke banyak (one to many): Sisi jual pasar. Menjalankan satu ke pemasok besar, yang menetapkan penawaran catalog produk dan harga. Contohnya, Cisco.com dan Dell.com.
- Banyak ke satu (many to one): Sisi beli pasar. Menarik banyak pelanggan yang mengerumuni tempat jual beli ini untuk menawar bisnis dari pembeli besar seperti GE atau AT&T.
- Beberapa ke banyak (some to many): Pasar distribusi. Menggabungkan para pemasok besar yang menggabungkan catalog produk mereka untuk menarik lebih banyak pembeli. Contohnya, VerticalNet dan Works.com.
- Banyak ke beberapa (many to some): Pasar pengadaan barang. Menggabungkan para pembeli pasar yang menggabungkan catalog pembelian mereka untuk menarik lebih banyak pemasok dan lebih banyak persaingan serta harga yang lebih rendah. Contohnya, Covisint dalam industri otomotif dan Pantellos dalam industri ketenagaan.
- Banyak ke banyak (many to many): Pasar lelang yang di gunakan oleh banyak pembeli dan penjual yang dapat membuat berbagai lelang dari pembeli atau pembeli untuk secara dinamis mengoptimalkan harga. Contohnya, eBay dan FreeMarkets.

Clicks dan Bricks dalam e-commerce

Perusahaan mengetahui bahwa keberhasilan akan datang bagi siapa saja yang dapat menjalankan strategi Clicks and bricks (perusahaan memiliki baik toko virtual maupun toko yang sesungguhnya), yang menjembatani dunia nyata dengan dunia virtual. Perusahaan yang berbeda akan perlu mengikuti jalur yang sangat berbeda untuk memutuskan seberapa dekat atau jauhnya integrasi usaha internet mereka dengan operasi tradisional mereka.