

# E-Commerce

Model Bisnis Perusahaan DotCom

# Model Bisnis

- Inti dari sebuah *business model* adalah *revenue stream*, dalam arti kata bagaimana perusahaan mendefinisikan sumber-sumber pendapatan bisnisnya.
- Jika dilihat secara lebih mendalam, *revenue stream* akan tergantung pada bagaimana perusahaan menerapkan sebuah mekanisme atau skenario pengumpulan uang (*cash in*) dari berbagai sumber yang mungkin.

# Model Bisnis

- Pada bisnis tradisional, satu-satunya sumber uang jelas berasal dari hasil penjualan produk atau jasa secara langsung kepada konsumen.
- Bagaimana dengan perusahaan dotcom di dunia maya?
- Setidak-tidaknya ada beberapa cara yang kerap dipergunakan untuk mendapatkan sumber-sumber finansial dari berbagai pihak.

# Sumber Finansial

- Pertama, sumber pendapatan utama tetap terletak pada penjualan produk atau jasa secara langsung baik kepada konsumen retail maupun korporat.
- Karena perusahaan adalah satu-satunya pihak yang menciptakan produk atau jasa terkait, secara utuh pendapatan yang ada masuk ke dalam kas perusahaan.
- Dengan kata lain, jumlah pendapatan yang diperoleh akan berbanding lurus dengan total kuantitas produk atau jasa yang berhasil dijual.
- Pembayaran secara online maupun offline.

# Sumber Finansial

- Kedua, perusahaan dapat menciptakan produk atau jasa bersama-sama dengan perusahaan lain dan menjualnya di dunia maya, dengan catatan hasil dari penjualan produk atau jasa tersebut harus dibagi dua dengan format yang telah disepakati (*profit sharing*).
- Berprinsip bahwa tanpa adanya kerjasama tersebut, mustahil produk atau jasa dapat ditawarkan.
- Pembayaran secara online maupun offline.

# Sumber Finansial

- Ketiga, bagi perusahaan dotcom yang telah memiliki customer base dengan kuantitas dan kualitas yang memadai, dapat dengan mudah memanfaatkan halaman situsnya untuk dipergunakan sebagai advertising space bagi pihak-pihak yang tertarik.
- Cara pembayaran : Mulai dari yang konservatif seperti layaknya sebuah surat kabar atau majalah (berdasarkan frekuensi dan durasi penayangan) sampai dengan yang paling inovatif seperti berdasarkan total unique user clicks.

# Sumber Finansial

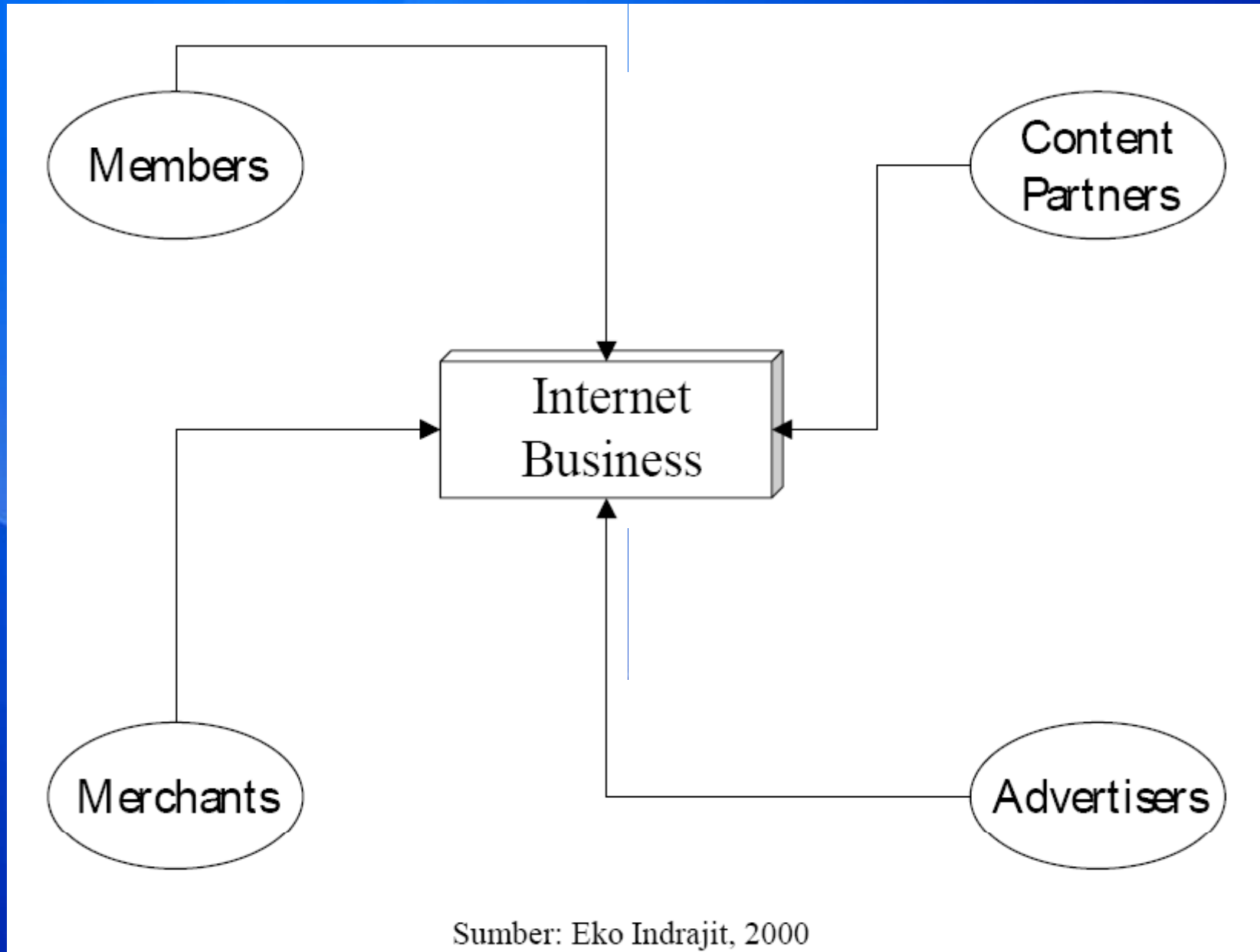
- Keempat, walaupun secara hukum masih diperdebatkan, *customer database* yang berhasil dihimpun oleh perusahaan dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan pula.
- Tidak hanya data demografi saja yang memiliki nilai tinggi, namun data perilaku konsumen selama berinteraksi dengan perusahaan dapat memiliki arti yang sangat strategis bagi mereka yang membutuhkan.

# Pihak dalam Implementasi *Business Model*

- Members, yang merupakan domain calon konsumen maupun pelanggan tetap dari perusahaan
- Content Partners, yang merupakan domain perusahaan yang memasok berbagai informasi berharga (*valuable contents*) yang secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap proses penciptaan produk atau jasa di dunia maya
- Merchants, yang merupakan domain pedagang, pemilik, atau pemasok produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan
- Advertisers, yang merupakan domain entitas yang ingin memanfaatkan situs perusahaan sebagai sarana untuk pemasaran (*marketing*).



# Model Bisnis



Sumber: Eko Indrajit, 2000

# Variasi *Business Model*

- Fee-Based Structure, dimana perusahaan memperoleh pendapatan karena jasanya sebagai *broker* atau *infomediary* yang mempertemukan penjual (*supply*) dan pembeli (*demand*) di dunia maya.
- Membership Model, dimana secara berkala perusahaan memperoleh pendapatan dari uang langganan anggota yang menikmati produk atau jasa yang ditawarkan.
- Multi-Level Marketing, dimana seorang individu atau perusahaan dapat memperoleh total penghasilan yang bergantung pada kemampuannya mengembangkan jaringan atau struktur keanggotaan yang ada (*members-getmembers program*).

# Variasi *Business Model*

- Reverse Auction System, dimana dengan memanfaatkan hukum *economic of scale*, sebuah perusahaan dapat menjual produk dengan harga yang didasari pada jumlah total produk yang dipesan untuk dibeli (semakin banyak membeli produk, harga akan semakin murah).
- Visiting Site Charge, dimana perusahaan akan memperoleh pendapatan dari mereka yang meletakkan *company icon* di situs perusahaan, dengan total pembayaran yang didasarkan pada kuantitas pengunjung situs yang melakukan pemilihan *icon* terkait.
- dan lain sebagainya.

# Business Model

- Saat ini telah terdapat ratusan *business model* yang secara unik berkembang di dalam dunia maya, yang merupakan hasil inovasi dari para pelaku dan praktisi bisnis internet.
- Di Amerika sendiri, berbagai *business model* telah didaftarkan untuk dipatenkan sebagai hasil karya intelektual. Hal ini sangat krusial untuk dilakukan mengingat bahwa salah satu ciri khas di dunia internet adalah mudahnya perusahaan lain meniru *business model* yang dikembangkan oleh sebuah perusahaan dotcom dalam waktu yang singkat, tanpa memakan biaya yang besar seperti layaknya pada bisnis di dunia nyata.

# Business Model

- Pada akhirnya, implementasi sebuah *business model* hanya dapat dikatakan berhasil jika perusahaan benar-benar dapat memperoleh *cash in* dari konsumen maupun mitra bisnisnya.
- Sehingga yang tidak kalah pentingnya untuk diperhatikan adalah menentukan dan merancang *business process* yang tepat untuk menangani proses pembayaran dari pihak-pihak tersebut (*payment system*).

# Strategi Pengadaan Software E-Commerce

Bagi perusahaan yang ingin mengembangkan sistem perangkat lunak (software) dan teknologi informasinya agar dapat mengimplementasikan konsep E-Commerce, ada tiga pilihan pengadaan aplikasi yang dapat dilakukan (Fingar, 2000).

- Pilihan pertama adalah membeli paket E-Commerce siap pakai (siap terap) yang telah tersedia di pasar.
- Pilihan kedua adalah membuat sendiri aplikasi yang dibutuhkan (bekerja sama dengan Divisi Teknologi Informasi internal perusahaan).
- Pilihan ketiga berupa pembelian komponen-komponen E-Commerce yang kemudian saling dikoneksikan dan diintegrasikan.

# Membeli Paket Siap Terap

- Ditinjau dari jenisnya, paling tidak ada dua karakteristik paket yang beredar secara luas di pasaran.
- Jenis paket pertama adalah aplikasi siap terap yang standar data dan fasilitasnya telah baku, sehingga perusahaan tidak dapat mengadakan perubahan terhadap alur kerja program maupun jenis datanya. Aplikasi ini biasa diistilahkan sebagai software yang bersifat statis.
- Jenis paket kedua adalah aplikasi siap terap dimana susunan data dan alur kerja program dapat sedikit banyak dirubah atau diganti sesuai dengan kebutuhan perusahaan (*customisation*). Aplikasi dengan kemampuan demikian dikatakan sebagai software yang bersifat dinamis.

# Membeli Paket Siap Terap

- Kelebihan dari aplikasi pertama : harganya yang relatif murah, karena prinsip bisnis dari sang pembuat software adalah “mass product” , membuat software statis sebanyak-banyaknya untuk dipasarkan secara retail ke perusahaan-perusahaan.
- Jenis aplikasi ini baik dipergunakan untuk perusahaan-perusahaan kecil yang tidak perlu membangun sistem E-Commerce besar dan kompleks.
- Kelebihan lainnya adalah bahwa biasanya software jenis ini mudah dipelajari dan cepat diimplementasikan karena sederhana dan lugas. Dengan berbekal buku panduan (manual), maka perusahaan dapat dengan mudah mempelajarinya.



# Membeli Paket Siap Terap

- Keuntungan lainnya adalah tersedianya cukup dukungan supports dan services dari berbagai kalangan karena sifatnya yang umum dan mudah dimengerti.
- Kekurangannya jelas terletak pada keberadaannya sebagai “black box”, dalam arti kata tidak dapat diubah-ubah alur programnya sesuai dengan keinginan perusahaan karena pabrik pembuat software tersebut tidak memberikan “source code” programnya.
- Sehingga tingkat integritasnya kurang.

# Membeli Paket Siap Terap

- Software jenis kedua yang bersifat dinamis, secara prinsip lebih baik dan lebih fleksibel dibandingkan dengan yang berjenis statis. Tentu saja konsekuensinya adalah lebih mahalnya harga jual dari software terkait.
- Namun tingkat fleksibilitas yang ada biasanya sangat terbatas, sehingga tidak dapat secara utuh (seratus persen) memenuhi kebutuhan unik perusahaan.

# Membeli Paket Siap Terap

- Karena adanya proses kustomisasi dari perusahaan, maka jelas implementasinya agak lebih lambat dibandingkan dengan software jenis statis, karena alasan adanya proses-proses instalasi yang harus dilakukan terlebih dahulu.
- Perusahaan juga harus menyusun manualnya diluar manual yang ada agar para pengguna dapat mengetahui fasilitas-fasilitas yang ada setelah proses kustomisasi dilakukan.

# Membeli Paket Siap Terap

- Secara umum, membeli paket statis bukanlah merupakan pilihan terbaik di saat lingkungan bisnis secara dinamis berganti dari waktu ke waktu. Selain karena tidak fleksibel, perusahaan tidak akan dapat memperoleh keuntungan yang signifikan darinya karena tidak secara utuh mensimulasikan kebutuhan perusahaan sesungguhnya.
- Membeli paket dinamis merupakan pilihan yang cukup baik sejauh perusahaan yang bersangkutan memiliki alokasi finansial yang cukup karena biasanya semakin tinggi tingkat fleksibilitas software, akan semakin mahal pula harganya.
- Hal lain yang perlu diingat adalah akan tergantungnya perusahaan terkait dengan vendor, konsultan, atau pihak ketiga lain yang mengerti benar mengenai seluk beluk software tersebut, sehingga perusahaan harus memiliki hubungan kerja yang terkoordinasi dengan baik.

# Membangun Aplikasi Mandiri

- Strategi ini biasa pula dilakukan oleh perusahaan yang memiliki Divisi Teknologi yang cukup kuat, dalam arti kata memiliki anggaran dana yang cukup, dan diisi oleh berbagai sumber daya manusia yang memiliki kompetensi dan keahlian memadai untuk membangun dan mengembangkan aplikasi bisnis.
- Selain dapat memenuhi kebutuhan rinci dari perusahaan, kelebihan lain dari membangun aplikasi secara mandiri adalah tidak tergantungnya perusahaan terhadap pihak-pihak lain.
- Keuntungan selanjutnya adalah kemungkinan dirubahnya software terkait karena merupakan "white box", artinya perusahaan memiliki kode-kode program yang dibutuhkan.
- Dan keuntungan terakhir adalah memperkecil kemungkinan pesaing untuk memiliki aplikasi serupa karena sifatnya yang unik dan hanya diketahui oleh perusahaan pembuatnya

# Membangun Aplikasi Mandiri

- Kekurangan dari strategi ini cukup banyak. Yang pertama adalah sangat menyita waktu, karena proses pembuatan yang cukup lama, terutama jika ingin mengikuti siklus pengembangan software dengan kualitas yang diinginkan.
- Kekurangan selanjutnya adalah kebutuhan perusahaan akan tenaga pembuat software yang handal dan berpengalaman agar kualitas software yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan dengan baik.

# Membangun Aplikasi Mandiri

- Kekurangan selanjutnya adalah kesulitan perusahaan yang akan dialami jika terjadi perubahan kebutuhan bisnis yang secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap spesifikasi software yang dibangun. Dengan kata lain, tingkat adaptasi software terhadap perubahan bisnis akan sangat rendah.
- Kekurangan lain adalah sulitnya membangun software ideal dalam arti kata yang dapat dengan mudah beradaptasi dengan pertumbuhan teknologi yang sedemikian cepat.

# Membangun Aplikasi Mandiri

- Pada akhirnya, membangun aplikasi secara mandiri pada masa-masa ini bukanlah pilihan yang bijaksana.
- Alasan pertama adalah karena bagi mayoritas perusahaan, fungsi teknologi informasi bukanlah merupakan proses bisnis inti (core processes), tapi merupakan fungsi penunjang. Dengan kata lain, keberadaan aktivitas yang berhubungan dengan pengembangan teknologi informasi oleh departemen terkait di perusahaan dimata manajemen merupakan suatu "cost center".
- Alasan kedua adalah karena kegiatan tersebut memakan waktu dan biaya yang sangat tinggi dengan tingkat kesuksesan yang masih harus dipertanyakan.
- Alasan ketiga adalah keberadaan proses ini justru akan memperlambat gerak perusahaan, terutama dalam bergerak cepat beradaptasi dengan setiap perubahan lingkungan bisnis yang terjadi.



# Menyusun Komponen Aplikasi

- Pada pendekatan ketiga ini, perusahaan berusaha untuk membeli beragam komponen aplikasi berukuran kecil yang tersedia di pasaran, dan menghubung-hubungkannya secara mandiri agar tercipta sebuah aplikasi yang lebih besar sesuai dengan kebutuhan spesifik perusahaan.
- Konsep yang sama diterapkan pada aplikasi E-Commerce, dimana perusahaan mencoba untuk merencanakan dan mengembangkan sistem informasi E-Commerce-nya dengan cara membangunnya secara kontinyu dan berkesinambungan.

# Menyusun Komponen Aplikasi

- Kelebihan pertama dari pendekatan ini adalah biayanya yang relatif murah karena masing-masing komponen berukuran kecil dan diperjualbelikan secara eceran (retail).
- Kelebihan kedua adalah kemampuan perusahaan untuk membangun sistem dengan spesifikasi unik yang dibutuhkan, karena yang bersangkutan hanya tinggal menyambungnyambungkan komponen yang ada.
- Kelebihan ketiga adalah mudahnya dilakukan perubahan secara cepat tanpa merusak kinerja total dari sistem secara signifikan, karena jika terjadi perubahan kebutuhan, hanya komponen terkait saja yang perlu diganti dengan komponen baru sesuai dengan keperluan.

# Menyusun Komponen Aplikasi

- Kelebihan keempat adalah tingginya tingkat skalabilitas aplikasi karena sejalan dengan perkembangan perusahaan, sistem aplikasi Ecommerce yang ada dapat “tumbuh” menyesuaikan ukuran dan kebutuhan perusahaan yang lebih besar dan kompleks.
- Kelebihan kelima adalah rendahnya biaya pembangunan sistem dan cepatnya durasi implementasi karena proses pengembangannya tidak memakan waktu yang lama.
- Kelebihan keenam adalah sifat komponen yang siap terap (ready-to-use) dan mudah dipahami (user friendly), sehingga perusahaan tidak perlu membutuhkan sumber daya manusia dengan kemampuan dan keahlian khusus yang di atas rata-rata.

# Menyusun Komponen Aplikasi

- Kelebihan lainnya adalah kemampuan komponen-komponen tersebut untuk berkomunikasi dengan aplikasi besar lainnya karena dibangun dengan berpedoman pada standar yang telah disepakati luas secara internasional.
- Ketergantungan kepada pihak ketiga pun menjadi berkurang karena pada dasarnya banyak sekali pihak-pihak yang menyediakan komponen-komponen serupa di pasaran, bahkan tidak berlebihan jika banyak diantaranya yang diberikan secara gratis (free shareware).

# Menyusun Komponen Aplikasi

- Kekurangan dari pendekatan ini pun ada, namun tidak dinilai sangat signifikan oleh perusahaan karena kelebihan-kelebihan yang ditawarkan.
- Pertama adalah adanya kemungkinan penurunan kinerja software (kurang optimum) sejalan dengan meningkatnya jumlah komponen yang dipergunakan (berbanding lurus dengan durasi total pengiriman data dari satu tempat ke tempat lainnya, atau sering dikatakan sebagai "throughput").
- Kedua adalah bahwa perusahaan harus memiliki cetak biru (blue print) desain aplikasi E-Commerce yang akan dikembangkan agar tidak terjadi fenomena pembangunan sistem secara tambal sulam, yang dapat merendahkan tingkat realibilitas software.

# Menyusun Komponen Aplikasi

- Hal terakhir adalah diperlukannya manajemen pengelolaan yang baik, karena banyaknya komponen-komponen yang terlibat.
- Dokumentasi teknis secara teratur dan berkala harus direvisi dan dikelola dengan baik sehingga perusahaan dapat melacak sejarah dan rencana pengembangan software yang dilakukan.
- Pada akhirnya, perusahaan-perusahaan modern lebih memilih untuk menggunakan pendekatan terakhir, yaitu membangun sistem E-Commerce melalui penggabungan komponen-komponen mandiri karena selain mudah dan murah, cara tersebut sejalan dengan kebutuhan bisnis yang berubah secara cepat dari waktu ke waktu.