

## BAB III

### LANDASAN TEORI

#### 3.1 Konsep Dasar *E-Commerce*

*Electronic Commerce (e-Commerce)* adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer. *e-Commerce* merupakan bagian dari *e-business*, di mana cakupan *e-business* lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dll. Selain teknologi jaringan internet, *e-Commerce* juga memerlukan teknologi basis data atau pangkalan data (database), e-surat atau surat elektronik (e-mail), dan bentuk teknologi non komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang, dan alat pembayaran untuk *e-Commerce* ini (Williams dan Sawyer, 2007).

Menurut Catherine L Mann (2010), *e-Commerce* bukan sebuah jasa atau sebuah barang, tetapi merupakan perpaduan antara jasa dan barang. *E-Commerce* dan kegiatan yang terkait melalui internet dapat menjadi penggerak untuk memperbaiki ekonomi domestik melalui liberalisasi jasa domestik dan mempercepat integrasi dengan kegiatan produksi global. Karena *e-Commerce* akan mengintegrasikan perdagangan domestik dengan perdagangan dunia, berbagai bentuk pembicaraan atau negosiasi tidak hanya akan terbatas dalam aspek perdagangan dunia, tetapi bagaimana kebijakan domestik tentang pengawasan di sebuah negara, khususnya dalam bidang telekomunikasi, jasa keuangan, dan pengiriman serta distribusi.

Sedangkan menurut Kalakota dan Whinston (1997) dalam buku M. Suyanto (2003) mendefinisikan *e-Commerce* dari beberapa perspektif berikut:

1. Perspektif Komunikasi: *e-Commerce* merupakan pengiriman informasi, produk/layanan, atau pembayaran melalui lini telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya.
2. Perspektif Proses Bisnis: *e-Commerce* merupakan aplikasi teknologi menuju otomatisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan.
3. Perspektif Layanan: *e-Commerce* merupakan salah satu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen dan manajemen dalam memangkas service cost ketika meningkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan.
4. Perspektif Online: *e-Commerce* berkaitan dengan kapasitas jual beli produk dan informasi di internet dan jasa online lainnya.

Penggolongan *e-Commerce* berdasarkan sifat transaksinya. Menurut M. Suyanto (2003) dibedakan menjadi antara lain:

1. *Business to business (B2B)*

Karakteristik dari B2B adalah pertama, *trading partners*-nya telah diketahui dan umumnya memiliki hubungan yang cukup lama serta informasi hanya dipertukarkan dengan *partner* tersebut. Karakteristik ini memungkinkan terjadinya hubungan yang harmonis dan saling percaya. Kedua, pertukaran data berlangsung berulang-ulang dan secara berkala.

## 2. *Business to Consumer (B2C)*

B2C mempunyai karakteristik, pertama terbuka untuk umum, dimana informasi disebarakan ke umum. Kedua, servis yang diberikan bersifat umum dimana mekanismenya dapat digunakan oleh khalayak ramai. Ketiga, pelayanan yang diberikan berdasarkan permohonan (*on demand*) maka produsen mempersiapkan responnya sesuai dengan permohonan tersebut. Keempat, pendekatan *client* atau *server* sering digunakan dimana diambil asumsi *client (consumer)* menggunakan sistem yang minimal (berbasis Web) dan *processing (business procedure)* diletakkan di sisi server.

## 3. *Consumer to Consumer (C2C)*

Dalam sistem consumer to consumer (C2C) adalah sistem e-commerce dimana terdapat konsumen yang menjual barang atau jasa langsung ke konsumen lain, dengan menggunakan bantuan pihak ketiga (perusahaan lelang online). Pihak ketiga menjadi perantara atau mediator antara konsumen yang ingin membeli dan menjual.

### 3.2 Tujuan dan manfaat *e-commerce*

Dalam banyak kasus, sebuah perusahaan *e-Commerce* bisa bertahan tidak hanya mengandalkan kekuatan produk saja, akan tetapi dengan adanya tim manajemen yang handal, pengiriman yang tepat waktu, pelayanan yang bagus, struktur organisasi bisnis yang baik, jaringan infrastruktur dan keamanan, desain situs web yang bagus, beberapa faktor yang termasuk:

1. Menyediakan harga kompetitif
2. Menyediakan jasa pembelian yang tanggap, cepat, dan ramah.
3. Menyediakan informasi barang dan jasa yang lengkap dan jelas.
4. Menyediakan banyak bonus seperti kupon, penawaran istimewa, dan diskon.
5. Memberikan perhatian khusus seperti usulan pembelian.
6. Menyediakan rasa komunitas untuk berdiskusi, masukan dari pelanggan, dan lain-lain.
7. Mempermudah kegiatan perdagangan

Beberapa aplikasi umum yang berhubungan dengan *e-Commerce* adalah:

1. *E-mail dan Messaging*
2. *Content Management Systems*
3. Dokumen, *spreadsheet, database*
4. Akunting dan sistem keuangan
5. Informasi pengiriman dan pemesanan
6. Pelaporan informasi dari klien dan *enterprise*
7. Sistem pembayaran domestik dan internasional
8. *Newsgroup*
9. *On-line Shopping*
10. *Conferencing*
11. *Online Banking*

Jika penggunaan *e-commerce* ini dapat dilakukan dengan maksimal maka akan banyak mendatangkan keuntungan bagi perusahaan yang menjalankan bisnis melalui platform *e-commerce*, keuntungan yang dapat diambil antara lain :

1. Mendapatkan pelanggan baru. Dengan berkembang teknologi saat ini maka tidak menutup kemungkinan penggunaan *e-commerce* dapat menjangkau lebih luas pelanggan dengan memanfaatkan jaringan internet.
2. Memberikan pengalaman baru bagi pelanggan. Dalam banyak kasus banyak perusahaan yang mendesain platform *e-commerce* dengan menarik sehingga mendatangkan pelanggan baru atau mempertahankan pelanggan lama, sebagai contoh : [www.nike.com](http://www.nike.com), [www.portegoods.com](http://www.portegoods.com).
3. Mempertahankan hubungan dengan pelanggan. Dibanyak kasus juga beberapa perusahaan membuat sistem *e-commerce* yang terintegrasi dengan pelanggan secara langsung.
4. *Realtime services*. Pelanggan dapat melakukan transaksi kapan pun dan dimanapun sedang berada.

E-commerce memberikan pilihan kepada produsen tentang jenis usaha dan skala usaha yang akan dikembangkan. Dengan mengimplementasikan e-commerce, produsen dapat memilih untuk mengembangkan target pasar kepada pasar global atau hanya fokus terhadap segmen pasar tertentu. Bagi usaha kecil dan menengah, dengan menggunakan e-commerce dapat menawarkan sesuatu yang berkualitas dan terjangkau serta memiliki kepercayaan diri menghadapi pesaing. Biaya tidak kemudian menjadi kendala utama, tetapi yang terpenting bagaimana usaha kecil dan menengah dapat menunjukkan produk atau jasa yang

ditawarkan melalui websitenya dan dapat dilakukan melalui penjualan secara online.

### **3.3 Model – model bisnis e-commerce**

Dari beberapa literatur dan iklan-iklan bisnis e-commerce di internet kita bisa melihat banyak model-model bisnis yang ditawarkan, dimulai dari model arisan berantai sampai bermain valas atau forex secara online. Empat contoh model bisnis e-commerce yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

#### **a. Bisnis Afiliasi**

Model bisnis afiliasi adalah dimana kita menjual produk orang lain, bisnis ini dapat digunakan oleh yang tidak memiliki produk sendiri untuk dijual tetapi sangat ingin berbisnis di internet. Disini kita akan mendapatkan penghasilan melalui komisi hasil penjualan, biasanya berkisar antara 4% sampai 60% dari harga produk.

#### **b. Bisnis Reseler**

Model bisnis reseler adalah dimana pada prinsipnya hampir sama dengan model bisnis afiliasi, hanya saja untuk bisa bergabung dengan bisnis model ini terlebih dahulu diharuskan untuk membeli salah satu produk yang mereka miliki, baru setelah itu diijinkan untuk memasarkannya. Biasanya hasil yang bisa kita dapatkan dari bisnis model ini sebesar 20% sampai 50%.

#### **c. Bisnis Pribadi (Menjual Produk Sendiri)**

Bila kedua model bisnis e-commerce di atas sumber penghasilan adalah dengan menjual produk-produk orang lain, dalam bisnis pribadi ini bisa menawarkan

produk yang merupakan hasil karya kita sendiri. Karya di sini tidak hanya berbentuk benda hasil produksi saja, namun hasil dari keahlian kita juga bisa. Misalnya dalam membuat sebuah e-book tentang bagaimana cara menghemat listrik sampai 80% lalu anda memasarkannya melalui internet.

#### **d. Publisher**

Model bisnis publisher ini sangat menarik, karena tidak menjual sebuah produk atau jasa sama sekali, tetapi hanya membuat sebuah situs/blog yang berisi informasi yang unik dan sedang dicari banyak orang, lalu anda bisa daftarkan situs/blog anda ke sebuah perusahaan periklanan/advertising online. Jika situs/blog anda memenuhi syarat maka anda akan mendapat komisi dari setiap pengunjung yang datang ke situ/blog anda dan membaca iklan yang berasal dari perusahaan advertising tersebut. Contoh perusahaan advertising yang sudah sangat terkenal adalah google.

### **3.4 Kebutuhan Aplikasi**

#### **3.4.1 Web Server**

Dalam membangun *e-commerce* dibutuhkan sebuah web server dalam menjalankan aplikasinya. Fungsi utama sebuah server web adalah untuk mentransfer berkas atas permintaan pengguna melalui protokol komunikasi yang telah ditentukan. Disebabkan sebuah halaman web dapat terdiri atas berkas teks, gambar, video, dan lainnya pemanfaatan server web berfungsi pula untuk mentransfer seluruh aspek pemberkasan dalam sebuah halaman web yang terkait; termasuk di dalamnya teks, gambar, video, atau lainnya.

Pengguna, biasanya melalui aplikasi pengguna seperti *browser*, meminta layanan atas berkas ataupun halaman web yang terdapat pada sebuah server web, kemudian server sebagai manajer layanan tersebut akan merespon balik dengan mengirimkan halaman dan berkas-berkas pendukung yang dibutuhkan, atau menolak permintaan tersebut jika halaman yang diminta tidak tersedia.

Pada saat ini pengguna sudah tidak hanya membuka web hanya lewat browser pada PC tetapi sudah merambah ke device lain seperti smartphone, dan tablet. Sehingga aplikasi harus sudah *mobile friendly*.

### 3.4.2 Wordpress

Wordpress adalah sebuah aplikasi cms (*Content Management System*) sumber terbuka (*open source*) yang sangat populer digunakan sebagai mesin blog (*blog engine*). WordPress dibangun dengan bahasa pemrograman PHP dan basis data (*database*) MySQL. yang mana kedua bahasa program tersebut merupakan jenis perangkat lunak sumber terbuka (*open source software*).

Selain hanya digunakan sebagai *blog engine* untuk pembuatan blog, dalam perkembangannya wordpress sudah dapat dikembangkan sebagai e-commerce, portal berita, dan pembuatan forum, tentu saja membutuhkan beberapa penambahan settingan dan plugin untuk dapat mendukung dalam mengerjakan tugasnya.

Sesuai dengan arti dari CMS sendiri ‘sistem manajemen konten’ itu berarti sebuah sistem perangkat lunak yang digunakan untuk menambahkan atau memanipulasi (mengubah) isi dari suatu situs web. Pendek kata, CMS



diperuntukkan bagi siapa saja yang ingin membuat situs namun tidak memiliki keahlian sebagai seorang webmaster. Dan diantara banyak CMS, diantaranya;

- a. Drupal
- b. Joomla
- c. WordPress
- d. VBulletin
- e. Moodle
- f. MediaWiki
- g. Opencart

CMS WordPress merupakan pilihan yang tepat dan mudah (setidaknya menurut popularitas pengguna diseluruh dunia, WordPress (WP) mempunyai pengguna terbanyak).

Keuntungan dalam membangun sebuah web dengan menggunakan cms wordpress antara lain :

1. Proses development jadi lebih cepat, karena tidak harus membuat dari awal.
2. Banyak cms yang tersedia gratis.
3. Dukungan komunitas sangat luas.
4. Banyak tersedia ekstensi (modul/template) untuk penambahan fungsi web.

Selain memiliki kelebihan pasti e-commerce berbasis cms wordpress juga memiliki kekurangan juga yang diantaranya adalah

1. Fitur dan fungsi website terbatas, tidak 100% sesuai dengan keinginan pemilik website tentunya ini dapat diatasi dengan menggunakan module yang sesuai dengan kebutuhan atau memodifikasi sendiri.
2. Stuktur website akan sama dengan yang lain.

