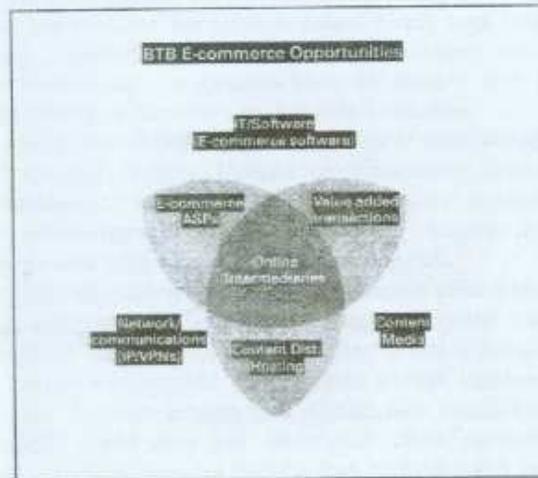


## BISNIS E-COMMERCE (BUSINESS TO BUSINESS E-COMMERCE)s

Oleh : Syafrudin Ahwanto

### Perkiraan Investasi

Peluang utama untuk teknologi dan media yang muncul beberapa tahun yang akan datang terletak dalam pemusatan antara *networks/komunikasi*, media dan *IT/software*. Keadaan menimbulkan cara penjualan baru, pelaku baru, aliran pendapatan yang baru. Dengan ruang BTB e-commerce dapat memetakan peluang investasi melalui model sebagai berikut:



Gambar 1. Peluang BTB E-commerce

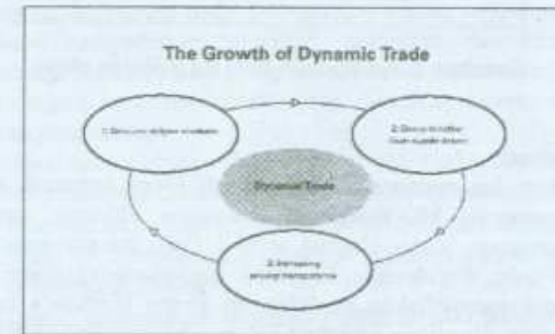
Setelah lima tahun dapat dilihat pertumbuhan yang cepat dari kemungkinan infrastruktur dan aplikasi e-commerce dan peningkatan efisiensi dengan menyederhanakan proses penjualan yang ada. Organisasi-organisasi ini yang sedang menawarkan IP yang didasarkan infrastruktur (IP VPNs) dan internet yang didasarkan aplikasi (*buy-side, sell-side, middleware, supply chain*) menggantikan keberadaan kertas, telpon, fax dan EDI networks. Perusahaan paling sukses telah melakukan itu semua yang mengalamatkan sektor paling tidak efisien. Sebagai contoh *e-procurement application vendors* (Infobank, Commerce One) yang difokuskan pada pembelian perawatan, perbaikan dan operasi (MRO).

Tahap kedua investasi telah membangun yang pertama pada keberadaan pemusatan antara sektor-sektor. Hal ini telah menunjukkan perkembangan

perpusatan fasilitas *hosting, e-commerce application service providers (ASPs)* dan *online komunitas penjualan (online Trading communities)*. Ini semua membantu untuk memusatkan isi, membawa bersama-sama industri yang terpisah-pisah dan keberadaan e-commerce secara fungsional menjadi organisasi yang lebih kecil melalui penawaran *network* yang didasarkan aplikasi e-commerce sebagai pelayanan. Pada saat yang sama komunitas penjualan sedang memperbaiki untuk membangun efisiensi pasar dan kemampuan bisnis untuk menjual dengan cara-cara baru (pelelangan, pertukaran).

### Penjualan Dinamik

Perkembangan internet telah memungkinkan pembeli dan penjual untuk lebih saling mengakses, yang menjadikan permintaan dalam menyuplai lebih tertutup. Hal ini meningkatkan tahapan yang lebih besar dari transparansi harga dan kompetisi dan pergeseran menuju permintaan daripada suplai penjualan yang dikendalikan (*demand rather than supply driven*). Dalam dunia BTC penjualan dinamik telah dikenalkan seperti *mass-market players* termasuk *eBay* pelelangan penawaran secara fungsional. Dalam dunia BTB pelelangan dan pertukaran mekanisme penjualan dikenalkan melalui *online komunitas penjualan*. Dalam kasus dimana tipe fungsional ini adalah tidak cocok (contoh alat-alat mesin) biaya komunikasi rendah yang difasilitasi internet yang memungkinkan perusahaan untuk menentukan kuota dari *range* penyuplai lebih lebar.



Gambar 2. Penjualan Dinamik

### Penghematan Biaya

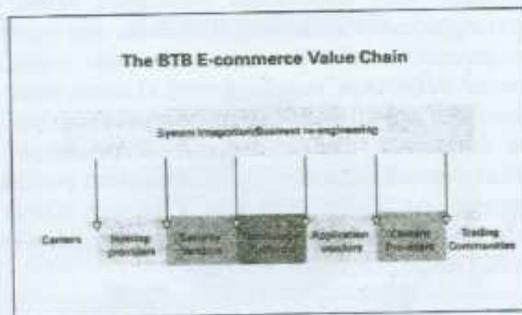
BTB e-commerce menjanjikan penghematan yang signifikan dalam pelayanan dan dalam perolehan yang langsung dan tidak langsung dengan baik. Pembeli yang lebih kecil dapat mengelompok bersama untuk negosiasi harga yang lebih baik dan penjual mengurangi harga untuk menjadikan pelanggan baru. Kedua

bagian ini menguntungkan karena biaya administrasi yang lebih rendah yang ditunjukkan melalui penghematan waktu dan mengurangi jumlah staff.

#### Komponen dari BTB Value chain

Pemandangan BTB e-commerce ini secara garis besar dapat dibagi menjadi *e-commerce enablers* (pembawa (*carriers*), penyedia *hosting*, Vendor sekuritas (*security Vendors*) dan *technology platform Vendors*), Penyedia pelayanan (*Service Providers*) (*application Vendors*, penyedia isi (*content providers*)) dan komunitas penjualan (*trading communities*).

#### COMPONENTS OF THE BTB VALUE CHAIN



Gambar 3. Komponen dari BTB Value chain

#### Pembawa (Carriers)

Pemilikan dan operator infrastruktur di Eropa termasuk operator telkom (BT, telkom perancis, MCIWorldcom, Deutsche Telcom), operator network alternatif (Mannesmann, Viatel, Cegetel, level 3, Colt) dan penyedia pelayanan yang besar (PSinet, Planet, Worldonline, EasyNet). Organisasi-organisasi ini adalah yang paling kuat untuk menyediakan perdagangan Eropa (Europe's commerce) yang didasar infrastruktur. Pembawa alternatif (*alternative carriers*) dan US Telcos yang besar telah mengalamatkan batasan PTT nasional pada tingkatan infrastruktur dan transportasi yang dibuat dengan kecepatan tinggi. IP yang berdasarkan Networks menghubungkan pusat bisnis utama Eropa. PTT ini tidak disukai karena tidak diadakan investasi dalam peninggalan infrastruktur dan tidak ada posisi kuat untuk keuntungan dari prediksi permintaan pengendalian kapasitas backbone dengan penambahan kecepatan volume mesin komunikasi dan munculnya trafik multimedia.

Kemungkinan dalam waktu tiga tahun yang akan datang akan diciptakan *Electronic Data Interchange (EDI)* yang didasarkan pada trading communities akan

migrasi ke IP didasarkan infrastruktur karena alasan biaya. Perusahaan dengan penawaran yang lebih baik, kualitas pelayanan, dan biaya yang menarik akan menjadi keuntungan utama dari migrasi ini. Vendor-vendor besar akan membagikan infrastruktur pada perusahaan-perusahaan besar (AT&T \$350 juta bekerjasama dengan General Motor dalam penyelesaian IP VPN dalam penyambungan 1.100 lokasi pada lebih dari 40 negara) yang sama baik dalam pelayanan bersama untuk ASP, ISP dan manufaktur hardware yang akan mengalamatkan sektor alamat SME.

#### Technology Platform Vendors

Mayoritas teknologi vendor seperti HP, Compaq, SUN dan IBM sedang berfokus pada perluasan penawaran untuk pengalaman kebutuhan e-commerce dari perusahaan SMEs, dot.com dan *online trading communities*. Vendor-vendor ini dengan mengalamatkan sektor SME dan dot.com dipusatkan pada penawaran pembangunan *application service provider (ASP)*. Model ASP memungkinkan technology platform vendor menjadikan paket teknologinya dan pendukung teknis (*technical support*) kerjasama penawaran perdagangan yang di *host*-kan dengan gabungan penyediaan network, *application vendors*, *hosting companies* dan perlengkapan infrastruktur vendor. Contoh compaq dengan \$500 juta bekerjasama dengan C&W bertujuan penyediaan SME dalam penyelesaian *end-to-end e-business* dan Suns bekerjasama dengan Oracle.

#### Security Players

Infrastruktur keamanan pada e-commerce adalah sangat penting. Macam-macam perusahaan menyediakan teknologi, kebijakan dan infrastruktur yang memungkinkan transaksi bisnis antara kelompok-kelompok dapat terjadi melalui *global public network* dengan kepastian mereka yang dijadikan tujuan, dan yang berisi pesan tidak diubah atau ditahan.

Keamanan (*security*) yang terdiri dari berbagai elements yaitu:

- Authentication : menjelaskan identitas kelompok yang bertransaksi.
- Encryption : menyakinkan bahwa pesan tidak tertahan atau diubah rutenya.
- Non-repudiation : menyakinkan bahwa kelompok-kelompok itu tidak mengalami perselisihan transaksi.
- Network security : memproteksi sistem dan database dari serangan luar.

#### Content Hosting

Fenomena *webhosting* di Eropa sangat kompetitif dikarenakan pasar kedatangan pendatang baru dari sektor penyedia *hardware* (HP, IBM, Compaq, Intel, SUN), ketetapan network (*network provision*) (Qwest, Level 3, Colt), Telkom (DT, FT, BT, Telia), ISP (PSINet, Verio, Planet, World Online, Easynet), dedicated hosting providers (exodus), datacentres (Debis Systemhouse) dan Tradisional LAN Vendors (Medge). Perusahaan-perusahaan ini sedang menawarkan ijin bersama,

lokasi bersama, dan fasilitas-fasilitas *hosting* yang di *share* yang ditargetkan pada sektor pasar yang berbeda.



Gambar 4. Content hosting

#### Application Vendors

Pasar Eropa didominasi oleh perusahaan-perusahaan Amerika, keuntungannya yaitu Amerika memulai lebih awal untuk memperluas bisnisnya di Eropa, tetapi perlu keahlian lokal yang membawa kreasi Vendor *European e-commerce software*, meskipun sangat sedikit pilihannya (Infobank, Intershop, Worldpay) telah dapat memunculkan kehadirannya secara global atau daerah yang sama. Pilihan-pilihan itu (infobank, Intershop, Worldpay) telah memfokuskan pada apa saja yang dibutuhkan di Eropa untuk pengeluaran misalnya *support* untuk 52 bahasa dan beberapa mata uang dalam infobank paket perolehan MRO, dan vendor aplikasi AS telah memfokuskan pada kebutuhan pasar AS.

#### Content Providers

Content Providers mempunyai tugas dalam fasilitas BTB Trade dan pembentukan fasilitas komunikasi penjualan dan juga mencari untuk mendistribusikan isi dalam berbagai bentuk melalui beberapa sarana yang berkategori sama baik dan menyederhanakan isi seperti tempat pasar yang khusus, penyuplai (supplier) dan individual. Komunitas BTB trade berkembang dalam volume transaksi, data yang sama yang akan membangkitkan tipe, volume, pola penjualan dan arah transaksi yang akan sangat berharga bagi pelaku-pelaku industri.

#### Trading Communities

Trading communities adalah internet yang didasarkan pusat (*hub*) yang berfokus pada vertikal industri khusus dan atau proses industri khusus (*horizontal marketplaces*) dan menggunakan beberapa pembuatan mekanisme pasar (pelelangan, pertukaran, pengelompokan) untuk menengahi antara bisnis bisnis dengan beberapa transaksi (*any to any transactions*). Trading communities terletak pada pusat pengarahannya antara isi, komunikasi dan penjualan, dan menawarkan

perusahaan-perusahaan potensial untuk menghubungkan satu dengan beberapa penjualan atau beberapa dengan satu penjualan (*one to many to one Trade*). Misalnya Trading communities sebagai pusat pembeli dan penjual untuk memperdagangkan barang elektronik, maka dengan *partner* yang sama dan dalam waktu yang sama mendapatkan akses ke pasar baru dan kelompok baru dari penyuplai (*supply chain*). Lokasi pasar dapat dipublikasikan, dan semua anggota (*member*) dapat membuka, komunitas penjualan dan pembelian interaktif, sendiri, dan komunitas yang diizinkan yang dapat berpartisipasi dalam susunan harga khusus dan penawaran produk dan pelayanan.

#### Daftar Pustaka

[www.durlacher.com](http://www.durlacher.com)