

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Internet

Menurut (Iskandar, 2009) dalam buku *Panduan Lengkap Internet*, *Internet* atau *interconnected network* adalah sebuah sistem komunikasi *global* yang menghubungkan komputer-komputer dan jaringan-jaringan komputer di seluruh dunia. Setiap komputer dan jaringan terhubung secara langsung maupun tidak langsung ke beberapa jalur utama yang disebut *internet backbone*. Masing-masing dibedakan antara satu dengan yang lainnya menggunakan *unique name* yang disebut alamat *IP* 32 bit.

Komputer dan jaringan dengan berbagai platform (*Unix, Linux, Windows, Mac* dan lain-lain) dapat bertukar informasi dengan adanya sebuah protokol standar yang dikenal dengan nama *TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol)*. *TCP/IP* tersusun atas 4 layer, yaitu *network access, internet, host-to-host transport*, dan *application*.

Internet merupakan sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan situs akademik, pemerintahan, komersial, organisasi, maupun perorangan. *Internet* menyediakan akses untuk layanan telekomunikasi dan sumber daya informasi untuk jutaan pemakainya yang tersebar di seluruh dunia. Layanan *internet* meliputi komunikasi langsung (*email, chat*), diskusi (*Usenet news, email, milis*), sumber daya informasi yang terdistribusi

(*World Wide web, Gopher*), *remote login*, lalu lintas file (*Telnet,FTP*) dan aneka layanan lainnya.

2.1.1 Aplikasi Internet

Internet memiliki aplikasi yang paling sering digunakan oleh pengguna *internet*, antara lain :

A. WWW (*World Wide Web*)

WWW atau *web* merupakan aplikasi *internet* yang paling populer. Secara teknis, *web* merupakan sebuah sistem dengan informasi dalam bentuk teks, gambar, suara, dan lain-lain yang tersimpan dalam sebuah *internet webserver* dan dipresentasikan dalam bentuk *hypertext*. Informasi dalam *web* yang berupa teks umumnya ditulis dalam format *HTML (Hypertext Markup Language)*. Informasi lainnya disajikan dalam bentuk grafis (dalam format *GIF, JPG, PNG*), suara (dalam format *AU, WAV*), dan objek multimedia lainnya (seperti *MIDI, Shockwave, Quicktime Movie, 3D World*).

B. Email

Email adalah aplikasi yang memungkinkan para pengguna *internet* saling berkiriman pesan melalui alamat elektronik di *internet*. Para pengguna *email* memiliki sebuah *mailbox* elektronik yang tersimpan dalam suatu *mailserver*. Suatu *mailbox* memiliki sebuah alamat sebagai pengenal agar dapat berhubungan dengan *mailbox* lainnya, baik dalam bentuk penerimaan maupun pengiriman pesan. Pesan yang diterima akan ditampung dalam *mailbox* sewaktu-waktu dapat mengecek isinya,

menjawab pesan, menghapus, atau menyunting dan mengirimkan pesan *email*.

C. File Transfer

Fasilitas ini memungkinkan para pengguna internet untuk melakukan pengiriman (*upload*) atau penyalinan (*download*) *file* antar komputer lokal dengan komputer lain yang terhubung dalam jaringan *internet*. Protokol standar yang digunakan untuk keperluan ini disebut *File Transfer Protocol (FTP)*. *FTP* umumnya dimanfaatkan sebagai sarana pendukung untuk kepentingan pertukaran maupun penyebarluasan *file* melalui jaringan *internet*. *FTP* juga dimanfaatkan untuk mengunggah (meng-*upload*) halaman *web* ke *webserver* agar halaman *web* tersebut dapat diakses oleh pengguna *internet* lainnya.

D. Remote Login

Layanan *remote login* mengacu pada program atau protokol yang menyediakan fungsi yang memungkinkan pengguna *internet* untuk mengakses (*login*) ke sebuah terminal (*remote host*) dalam lingkungan jaringan *internet*. Dengan memanfaatkan *remote login*, pengguna *internet* dapat mengoperasikan sebuah *host* dari jarak jauh tanpa harus secara fisik berhadapan dengan *host* bersangkutan. Dari sana dapat melakukan pemeliharaan (*maintenance*), menjalankan sebuah program, atau malahan menginstal program baru di *remote host*.

E. IRC (Internet Relay Chat)

Layanan *IRC* atau biasa disebut *chat* adalah sebuah bentuk komunikasi di *internet* yang menggunakan sarana baris-baris tulisan yang diketikkan

melalui *keyboard*. Dalam sebuah sesi *chat*, komunikasi terjalin melalui tukar-menukar pesan singkat. Kegiatan ini disebut *chatting* dan pelakunya disebut *chatter*. Kegiatan *chatting* membutuhkan *software* yang disebut *IRC Client*. Salah satunya yang paling populer adalah *software mIRC*.

2.2. E-marketplace

Dunia maya yang tercipta karena berkembangnya teknologi internet, secara tidak langsung membentuk sebuah pasar atau arena perdagangan tersendiri yang kerap dinamakan sebagai e-Marketplace (beberapa praktisi manajemen menyebutnya sebagai Marketspace). Sebagaimana pasar dalam pengertian konvensional, yaitu tempat bertemunya penjual dan pembeli, di dalam eMarketplace berinteraksi pula berbagai perusahaan-perusahaan di dunia tanpa dibatasi oleh teritori ruang (geografis) maupun waktu. Beragam produk dan jasa dalam berbagai bentuknya dicoba ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan yang telah “go internet” ini dalam berbagai domain industri, sehingga menghasilkan suatu nilai dan volume perdagangan yang tidak kalah besar dari pasar konvensional. Di dalam dunia maya, secara prinsip, e-Marketplace berkembang melalui empat tahapan evolusi berdasarkan konsep yang dikembangkan oleh Warran D. Raisch. Keempat tahapan evolusi tersebut masing-masing adalah:

- A. Commodity Exchanges
- B. Value-Added Services
- C. Knowledge Networks

D. Value Trust Networks

2.2.1 Commodity Exchanges

Pada bentuk awal ini, e-Marketplace merupakan arena tempat bertemunya berbagai pihak atau entiti yang memiliki tujuan utama untuk berdagang transaksi jual-beli yang bersifat komoditas. Alasannya adalah karena selain sesuai dengan karakteristik transaksi dagang yang cepat dan berjangka pendek, barang-barang komoditas ini mudah sekali menentukan harganya sehingga tidak sulit jika dipertukarkan secara internasional (dengan memakai standar pembayaran semacam kartu kredit dan transfer bank). Perbedaan yang mendasar antara pasar konvensional dengan e-Marketplace jenis ini adalah pada konsep transparansi. Di sisi pembeli (buyer transparency), besar sekali manfaat yang diperoleh jika bertransaksi di pasar ini karena melalui internet harga-harga produk maupun jasa dapat secara transparan diketahui. Artinya, karena begitu banyaknya pemasok (suppliers) produk atau jasa yang sama, maka seorang calon pembeli dapat melakukan pengecekan dan perbandingan antara masing-masing harga yang ditawarkan tersebut, tentu saja dengan tujuan untuk mencari harga termurah.

2.2.2 Value-Added Services

Perkembangan berikutnya dari e-Marketplace akan menuju kepada terbentuknya sebuah arena dimana terciptanya sebuah bentuk penawaranpenawaran baru terhadap sebuah metode jual-beli yang

belum/sulit terjadi di pada pasar konvensional (value added services). Filosofi utama yang mendasari jenis perdagangan ini adalah suatu pandangan yang mengatakan bahwa setiap konsumen (atau calon pembeli) adalah unik, sehingga mereka sebenarnya mengharapkan untuk memperoleh atau dapat membeli produk atau jasa yang khusus sesuai dengan kebutuhan atau kesukaan masing-masing individu.

2.2.3 Knowledge Networks

Perkembangan berikutnya dari e-Marketplace adalah menuju ke sebuah komunitas yang berbasis pengetahuan (knowledge). Perusahaan adalah merupakan kumpulan dari sumber daya manusia dengan kompetensi dan keahlian yang beragam. Interaksi antara perusahaan dengan mitra bisnis, stakeholder (yang berkepentingan), dan konsumen merupakan tidak hanya merupakan sebuah komunikasi pasif belaka, namun di dalamnya terkandung aspek-aspek pengetahuan yang secara sadar atau tidak saling dipertukarkan. Lihatlah bagaimana dengan hanya berbekal fasilitas browsing dan situs-situs portal, seseorang yang sangat awam di bidang tertentu dalam waktu singkat dapat memiliki berbagai referensi berharga berkualitas tinggi untuk dipelajari. Tidak pernah terbayangkan sebelumnya bahwa hanya dengan berbekal email dan situs (homepage), seorang individu dapat mengembangkan bisnis dengan berbagai sumber daya data dan informasi yang telah tersedia gratis di internet.

2.2.4 Value Trust Networks

Akhirnya e-Marketplace akan berkembang ke sebuah jejaring yang merupakan pusat bertemunya berbagai individu, komunitas, institusi, perusahaan, bisnis, pemerintah, negara, dan entiti-entiti lain yang kehadirannya merupakan bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Berbagai interaksi yang tidak efisien dan efektif lagi dilakukan di pasar konvensional akan segera beralih ke e-Marketplace. Komunitas manusia akan terbentuk di dunia maya berdasarkan kepentingannya masing-masing (workgroups). Tentu saja interaksi tersebut dapat terwujud jika jejaring e-Marketplace yang ada dapat dipercaya. Berbagai prasyarat yang harus dipenuhi oleh e-Marketplace untuk menuju kepada lingkungan tersebut di antaranya adalah: faktor keamanan dalam bertransaksi, jaminan privasi dalam berkomunikasi, adanya standar pertukaran informasi antar institusi yang disepakati, dan berlakunya hukum dunia maya yang efektif.

(sumber : Buku E-Business, Dr. Richardus Eko Indrajit)

2.3. Website

Menurut (Abdul Kadir dan Triwahyuni Terra CH, 2003) dalam buku Pengenalan Teknologi Informasi, website / situs web atau sering dingkat dengan istilah situs adalah sejumlah halaman web yang memiliki topik saling terkait, terkadang disertai pula dengan berkas-berkas gambar, video, atau jenis-jenis berkas lainnya. Sebuah situs web biasanya ditempatkan setidaknya pada sebuah server web yang dapat diakses melalui jaringan seperti internet, ataupun jaringan wilayah lokal (LAN)

melalui alamat *internet* yang dikenali sebagai *URL*. Gabungan atas semua situs yang dapat diakses publik di *internet* disebut pula sebagai *Waring Wera Wanua* atau lebih dikenal dengan singkatan *WWW*. Meskipun setidaknya halaman beranda situs *internet* umumnya dapat diakses publik secara bebas, pada prakteknya tidak semua situs memberikan kebebasan bagi publik untuk mengaksesnya, beberapa situs *web* mewajibkan pengunjung untuk melakukan pendaftaran sebagai anggota, atau bahkan meminta pembayaran untuk dapat menjadi anggota untuk dapat mengakses isi yang terdapat dalam situs *web* tersebut, misalnya situs-situs yang menampilkan pornografi, situs-situs berita, layanan surel (*e-mail*), dan lain-lain. Pembatasan-pembatasan ini umumnya dilakukan karena alasan keamanan, menghormati privasi, atau karena tujuan komersil tertentu.

Perlu, diketahui struktur desain website dibagi menjadi :

- a. *Header web* adalah bagian judul dari *website*, biasanya berisi alamat *website* atau judul yang menerangkan secara jelas mengenai tema *website* yang dibangun.
- b. *Navigasi* adalah bagian menu utama yang posisinya bisa *vertical* atau *horizontal*. Pada bagian ini, pemilik *web* juga dapat meletakkan tools.
- c. *Content* adalah bagian utama dari *website* yang digunakan untuk menampilkan semua informasi yang dihasilkan dari *link* menu dan tombol.
- d. *Link* adalah bagian dari *website* yang berfungsi untuk berpindah halaman atau *website* yang telah ditentukan.

- e. *Footer web* adalah bagian paling bawah *website*. Pada bagian ini, biasanya berisi informasi pemilik *web* atau hal penting yang terkait dengan pengembang *web*.

2.3.1 Kelebihan Aplikasi Web

Kelebihan Aplikasi Web sendiri antara lain:

1. Jangkauan pasar yang sangat luas. Karena pengguna Internet yang begitu banyak dan semakin hari semakin meningkat, tentu saja peluang bisnis di Internet semakin besar.
2. Bisa diakses oleh siapa saja, dimana saja, dan kapan saja. Internet adalah dunia tanpa batas. Informasi Perusahaan atau Bisnis bisa dilihat oleh siapa saja, dimana saja, dan kapan saja.
3. Akses Informasi yang sangat mudah. Hanya dengan beberapa klik mouse, pengunjung bisa melihat informasi tentang bisnis Anda, produk dan jasa.
4. Update Informasi yang fresh Melalui website, Perusahaan bisa memberikan Informasi terbaru dengan sangat cepat.
5. Publikasi dan periklanan.
6. Link dan Viral Marketing. Keuntungan lain berbisnis di Internet, ketika suatu perusahaan atau bisnis baik dan mendapat kepercayaan, maka perusahaan tersebut akan mendapat pengakuan dari klien yang berupa link. Semakin bagus dan diakui bisnis Anda, semakin banyak link yang akan didapatkan.
7. Proteksi Brands.

8. Di Internet tidak mungkin terdapat 2 nama domain yang sama. Nama Domain yang sudah dimiliki bisa digunakan sebagai Brands Perusahaan atau Bisnis, karena tidak mungkin ada pesaing yang menggunakan nama domain yang sama.

2.4. PHP

Bahasa pemrograman PHP merupakan bahasa pemrograman untuk membuat web yang bersifat server-side scripting. PHP memungkinkan kita untuk membuat halaman web yang bersifat dinamis. PHP dapat dijalankan pada berbagai macam Operating System (OS), misalnya Windows, Linux dan Mac OS. Selain Apache, PHP juga mendukung beberapa web server lain, misalnya Microsoft IIS, Caudium, PWS dan lain-lain. Sistem manajemen database yang sering digunakan bersama PHP adalah MySQL. Namun PHP juga mendukung system manajemen Database Oracle, Microsoft Acces, Interbase, d-Base, PostgreSQL dan sebagainya

PHP mendukung penuh Object Oriented Programming (OOP), integrasi XML, mendukung semua ekstensi terbaru MySQL, pengembangan web services dengan SOAP dan REST, serta ratusan kemampuan. Sama dengan web server lainnya PHP juga bersifat open source sehingga setiap orang dapat menggunakannya dengan gratis. .(*Buku Sakti Menjadi Programmer Sejati PHP Lukmanul Hakim dan Uus Musalini :2005*)

2.5 JAVASCRIPT

JavaScript adalah suatu bahasa script yang di-*interpreter* oleh browser (*client side*). Pada awalnya bahasa ini dinamakan “*LiveScript*” yang berfungsi sebagai bahasa sederhana untuk browser *Netcape Navigator2*. Sintak penulis Javascript memiliki kemiripan dengan bahasa pemrograman Java dan juga C sehingga banyak aturan dari bahasa Java atau C yang bias diterapkan dalam JavaScript, tetapi perlu diingat JavaScript tidak sama dengan Java, karena JavaScript yang dikembangkan oleh Netscape, produknya untuk web disebut *web script*

JavaScript bergantung pada browser (*Navigator*) yang memanggil halaman *web* yang berisi script dari JavaScript dan tentu saja tersisipkan didalam dokumen HTML. JavaScript juga tidak memerlukan *compiler* atau penerjemah khusus untuk menjalankannya (karena pada kenyataannya compiler JavaScript sendiri sudah termasuk didalam browser tersebut). Penulisan kode JavaScript diletakkan diantara tag HTML. Dengan menambahkan JavaScript akan membuat halaman *web* menjadi lebih menarik dan interaktif. Menggunakan JavaScript, memungkinkan kustomisasi terhadap dokumen HTML pada saat diakses dengan menulis melalui penanganan *event* terhadap elemen-elemen tag HTML dalam halaman tersebut, memeriksa data *Jorm* pada sisi client dan melakukan perhitungan pada sisi *client* hingga membuat animasi kursor mouse dan sebagainya. (Komang Wiswakarma: *Panduan Lengkap Menguasai Pemrograman CSS:2009*)

Contoh Body coding javascript dalam dokumen HTML.

```
<BODY>  
  
  <script language="javascript">  
  
    //Baris kode Javaskrip diketikkan disini  
  
    //Setiap perintah diakhiri tanda;  
  
  </script> </BODY>
```

2.6 CSS

CSS adalah singkatan dari Cascading Style Sheet, digunakan untuk mengatur style atau tampilan dari dokumen HTML. CSS adalah suatu bahasa stylesheet yang digunakan untuk mengatur tampilan suatu website, baik tata letak, jenis huruf, warna, dan semua yang berhubungan dengan tampilan atau gaya suatu web (Menurut Wikipedia 2009). Disamping itu, desain web yang dibuat dengan CSS lebih cepat loadingnya dibandingkan dengan desain menggunakan tabel dari HTML, bukankah selain konten, kecepatan akses merupakan faktor penting dalam dunia maya. Dengan berbagai keunggulan tersebut, CSS menjadi salah satu bahasa pemrograman yang paling disarankan dalam pembuatan website.

(Komang Wiswakarma: Panduan Lengkap Menguasai Pemrograman CSS:2009)

```
<style type="text/css" media="screen">
```

2.7 MySQL

Menurut (Betha Sidik, 2005) dalam buku MySQL, MySQL merupakan software sistem manajemen database (Database Management System - DBMS) yang sangat populer di kalangan pemrograman web, terutama di lingkungan Linux dengan menggunakan script PHP dan Perl. Software database ini kini telah tersedia juga pada platform sistem operasi Windows (98/ME atau pun NT/2000/XP).

MySQL merupakan database yang paling populer digunakan untuk membangun aplikasi web yang menggunakan database sebagai sumber dan pengelola datanya. Kepopuleran MySQL dimungkinkan karena kemudahannya untuk digunakan, cepat secara kerja query, dan mencukupi untuk kebutuhan database perusahaan-perusahaan skala menengah kecil. MySQL merupakan database yang digunakan oleh situs-situs terkemuka di internet untuk menyimpan datanya.

Software database MySQL kini dilepas sebagai software manajemen database yang open source, sebelumnya merupakan software database yang shareware. Shareware adalah suatu software yang dapat didistribusikan secara bebas untuk keperluan penggunaan secara pribadi, tetapi jika digunakan secara komersial maka pemakai harus mempunyai lisensi dari pembuatnya. Software open source menjadikan software dapat didistribusikan secara bebas dan dapat dipergunakan untuk keperluan pribadi atau pun komersial, termasuk di dalamnya source code dari software tersebut.

Database MySQL tersedia secara bebas cuma-cuma dan boleh digunakan oleh setiap orang, dengan lisensi *open source GNU General Public License (GPL)* atau pun lisensi komersial *non GPL*. Saat ini diperkirakan lebih dari 3 juta pemakai di seluruh dunia, dengan lebih dari setengah juta *server* yang memasangnya, termasuk di dalamnya *Yahoo!*, *MP3.com*, *Motorola*, *NASA*, *Silicon Graphics*, *HP*, *Xerox*, *Cisco*, dan *Texas Instruments*.

Database MySQL, merupakan *database* yang menjanjikan sebagai alternatif pilihan *database* yang dapat digunakan untuk sistem *database* personal atau organisasi kita. *Oracle* sebagai *database* besar telah membuat *kit* (modul) untuk memudahkan proses migrasi dari *MySQL* ke dalam *Oracle*, hal ini dapat menunjukkan bahwa *Oracle* telah memperhitungkan *database MySQL* sebagai *database* alternatif masa depan. Demikian juga dengan pengguna dari *database MySQL*, menunjukkan makin banyaknya perusahaan besar menggunakannya.

2.8 AJAX

Ajax sebenarnya akronim dari *Asynchronous JavaScript and XML* dimana merupakan sebuah teknik komunikasi (dalam aplikasi *website*) antara *client* dan *server* secara Asinkron(tanpa harus memperbarui halaman *website*).

2.8.1 Sejarah AJAX

Ajax sebenarnya bukanlah sesuatu yang baru, karena teknologi yang

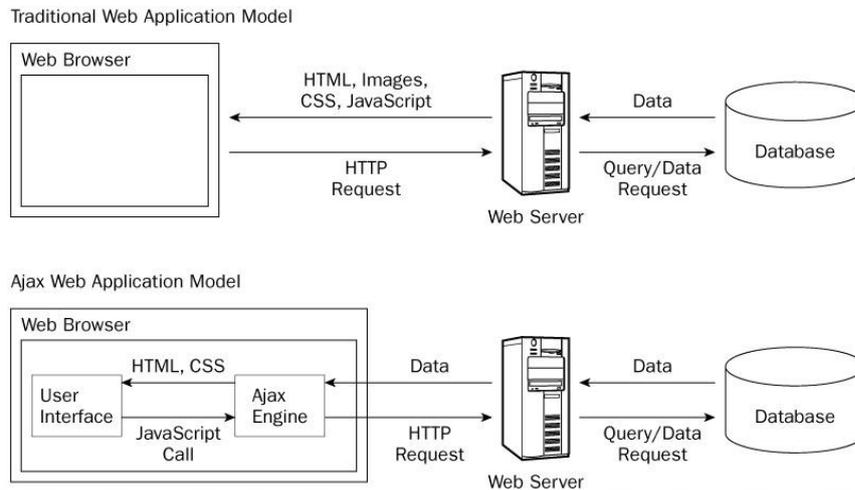
dipakai Ajax, yaitu XMLHttpRequest (XHR) telah digunakan di *browser* Internet Explorer 5 yang digunakan sebagai kontrol terhadap Active X. Teknik ini terlihat baru karena keluar dari paradigma mengenai *request/response* dalam dunia web. Ajax merupakan akronim dari *Asynchronous JavaScript and XML*. Teknik ini memungkinkan browser dapat berkomunikasi dengan *server* tanpa harus memperbarui halaman. *Website* yang pertama kali mengadopsi teknik ini adalah Google (digunakan dalam Google Maps, Google Suggest, Gmail).

2.8.2 Konsep AJAX

Agar dapat menggunakan teknik Ajax, maka terlebih dahulu, kita membuat *instance* dari objek XMLHttpRequest. Objek XMLHttpRequest bukanlah standar dari W3C, oleh karena itu terdapat perbedaan implementasinya antara *browser* IE dengan *browser* yang berbasis Gecko (Safari, Firefox, dan Opera). Di *browser* IE, XMLHttpRequest dianggap sebagai objek ActiveX, sedangkan di *browser* berbasis Gecko, XMLHttpRequest dianggap sebagai objek dari JavaScript. Namun, permasalahan bukanlah masalah yang serius, karena dapat diatasi dengan kode JavaScript yang melakukan pengecekan *browser*.

Melalui instance XML Http Request ini, dilakukan request ke server dengan menggunakan *method* open() dan send(). Setelah itu, dengan menggunakan fungsi untuk menerima hasil dari server (fungsi *callback*), maka apa yang diberikan oleh server, ditampilkan ke halaman *website*. Di

bawah ini adalah gambar perbandingan antara penggunaan teknik *Request/Response* (tradisional) dan teknik Ajax :



Gambar 2.1. Model aplikasi web tradisional dan AJAX

(sumber : *Buku Ajax, Bruce Perens, Open Source Series*)

2.9 jQuery

Sekarang ini, banyak *website* yang dibangun dengan lingkungan dinamis, dimana tampilan yang menarik dan interaktif sangat ditonjolkan. Oleh karena itu, para developer menggunakan pustaka-pustaka JavaScript seperti jQuery untuk melakukan hal tersebut, salah satu alasan mengapa menggunakan jQuery karena kemampuan dalam melakukan pekerjaan yg sangat luas.

2.9.1 Sejarah jQuery

Pada awalnya, John Resig (pembuat jQuery) melakukan penyempurnaan pada pustaka Prototype pada bulan Agustus 2005.

kemudian pada tanggal 14 Januari 2006, jQuery secara resmi dirilis. Bulan Agustus 2006, dirilis versi stabilnya, yaitu jQuery 1.0, dimana fitur-fiturnya antara lain mendukung CSS selector, *event-handling*, dan interaksi dengan AJAX. Pada Januari 2007, dirilis jQuery 1.1, dimana method-method yang jarang digunakan pada akhirnya dikombinasikan, selain itu, dilakukan pengurangan beberapa *method*. Bulan Juli 2007, dirilis jQuery 1.1.3, dimana dilakukan perbaikan kecepatan pada *engine* jQuery. Pada versi ini, jQuery menjadi salah satu library favorit layaknya Prototype, Mootools, dan Dojo. Pada bulan September 2007, dirilis jQuery 1.2, pada versi ini, XPath dihapuskan dari pustaka, selain itu, dilakukan penambahan *namespaced events* sehingga pembuatan *plugin* untuk jQuery menjadi lebih mudah. Bulan Mei 2008, dirilis jQuery 1.2.6, pada rilis ini, *plugin* Dimensions milik Brandon Aaron dimasukkan kedalam pustaka utama. Akhirnya, pada bulan Januari 2009, dirilislah jQuery 1.3, dimana dilakukan perbaikan pada *selector engine* (*Sizzle*) sehingga meningkatkan performa jQuery secara signifikan.

2.9.2 Kelebihan jQuery

Saat ini, jQuery merupakan salah satu pustaka JavaScript yang populer, hal ini dikarenakan banyaknya pengembang *website* yang menggunakan jQuery. Mereka menggunakan jQuery karena banyaknya kelebihan yang ditawarkan oleh jQuery, antara lain:

- a. mengakses elemen di dalam dokumen HTML dan dapat

merespon interaksi *user*.

b.fungsi -fungsi animasi yang dapat disisipkan ke dalam sebuah dokumen.

c.Menyederhanakan pembuatan kode yang menggunakan teknik AJAX.

d.menyederhanakan pekerjaan JavaScript yang kompleks.

(sumber : *Buku Praticial jQuery : Mukund Chaundry and Ankur, Kumar*)

2.10 E-Commerce

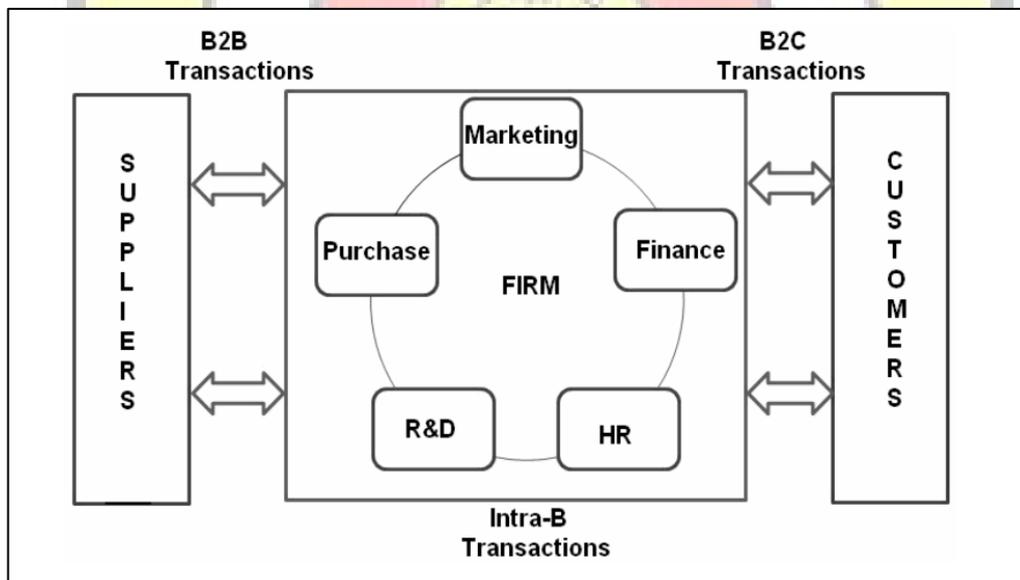
E- Commerce meliputi pembelian, penjualan, dan pertukaran antar komoditas. Oleh karena itu, e-commerce dapat didefinisikan sebagai pertukaran komoditas atau semua kegiatan yang terlibat dalam mentransfer barang dari produsen ke konsumen. Commerce telah menjadi bagian utama dari kehidupan manusia sejak awal sejarah. Pelaksanaan Internet telah menciptakan pergeseran paradigma dalam cara bisnis dilakukan hari ini. Dekade terakhir telah menyaksikan munculnya jenis baru perdagangan yang dikenal sebagai e-commerce. Menurut situs Web Uni Eropa, e-commerce adalah sebuah konsep yang berhubungan dengan segala bentuk transaksi bisnis atau pertukaran informasi dieksekusi menggunakan Informasi dan Komunikasi Teknologi (ICT), antara perusahaan, perusahaan dan pelanggan mereka, atau perusahaan dan masyarakat administrasi.

E-Commerce dan E-Bisnis

Electronic commerce, juga disebut sebagai e-commerce, adalah proses pembelian dan penjualan barang atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik. System elektronik yang dapat menghubungkan kita terhadap penjual tanpa bertemu dengan penjual. di paling dari organisasi.

Model Bisnis E-Commerce

Berbagai jenis e-commerce model bisnis Intra-B perdagangan, Business-to-Bisnis e-commerce (B2B), Business-to-Consumer e-commerce (B2C), dan Consumer-to-Consumer (C2C) e-commerce. Transaksi Intra-B terjadi antara berbeda departemen di suatu perusahaan, transaksi B2B. terjadi antara dua bisnis dan model B2C melayani konsumen akhir.



Gambar 2.2 Bisnis Model E-commerce (*Jeffrey F. Raypot, 2001*)

Intraksi B Commerce

Intraksi B commerce melibatkan interaksi dan transaksi antara berbagai departemen dan individu dalam perusahaan. Penggunaan jaringan komputer telah memungkinkan perusahaan untuk membangun interaksi antara departemen pemasaran dan departemen produksi dan untuk menghasilkan produk disesuaikan sesuai persyaratan pelanggan individu. Intraksi B perdagangan memungkinkan koordinasi yang lebih baik, membantu dalam lebih cepat keputusan dan alur kerja. Biasanya, mereka dibangun dengan mengamankan jaringan dari Internet global melalui firewall yang membatasi akses ke anggota internal atau berwenang saja.

Business-to-Business (B2B) E-Commerce

Business-to-Business (B2B) mengacu pada transaksi antara bisnis seperti, dua perusahaan atau antara produsen dan grosir. Rekening B2B e-commerce untuk lebih dari 94% dari semua e-commerce transaksi yang dilakukan melalui jaringan. Hal ini dibatasi untuk mitra bisnis dan menggunakan prosedur aman berdasarkan firewall, enkripsi, dan tingkat otorisasi dengan pembayaran dengan persyaratan kredit yang telah ditentukan

B2B Market Places

B2B e-commerce dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar melalui industri yang disponsori pasar dan pertukaran pribadi. Dalam beberapa kasus, organisasi menjual produk mereka kepada konsumen bisnis

melalui situs Web mereka sendiri. Menurut sebuah survei yang dilakukan di 25 Industri Link Marketplaces (ISMS) yang dimuat di industri, SMKI hanya sebagian kecil dari transaksi bisnis-ke-bisnis. Alasan untuk ini adalah, mereka memiliki masalah dalam meyakinkan pembeli dan penjual untuk menggunakan pasar. Sebagai perusahaan tidak lebih suka desain disesuaikan melalui pasar, mereka memanfaatkan pasar tersebut untuk membeli produk dan untuk mengelola rantai pasokan saja. Manfaat dan Hambatan dari B2B E-Commerce

Berikut ini adalah manfaat dari B2B:

1. Outsourcing bagian menguntungkan bisnis
2. Mempercepat up dari kegiatan pengembangan produk yang mengurangi waktu untuk pasar
3. Meningkatkan bisnis dan pasar intelijen
4. Meningkatkan kecepatan komunikasi
5. Menyediakan kemampuan untuk bereksperimen dan belajar
6. Memfasilitasi komunikasi antara pelanggan dan pemasok
7. Mengurangi pemborosan melalui saluran penjualan tambahan
8. tingkat retensi pelanggan yang lebih tinggi
9. pelanggan biaya perolehan lebih rendah

Berikut ini adalah hambatan B2B:

1. Biaya dan Pendanaan Pelaksana E-Commerce: Biaya pelaksanaan e-commerce dapat menjadi

2. penghalang serius bagi Kecil dan Menengah berukuran (UKM).
Biaya meliputi perencanaan, pengadaan hardware dan software, pemeliharaan, dan telekomunikasi biaya.
3. Personal Kontak pribadi, pentingnya kontak pribadi dalam berbagai sektor industri. Setiap pembeli memiliki Situasi yang berbeda dan semua persyaratan khusus yang sulit untuk dimasukkan ke dalam e-marketplace.
4. Keamanan dan Peraturan: aspek keamanan seperti, dampak serangan hacker, pencurian bisnis informasi dan dana, serta transaksi yang tidak jujur dan konflik menyebabkan ketidakpastian di organisasi bersedia untuk menggunakan e-pasar.
5. Teknologi: teknologi baru sering muncul dan perusahaan yang memilih untuk membangun e-commerce tertentu akan rugi karna harus menambahkan syarat-syarat bisnis baru.

B2C Model

Model B2C bertujuan untuk menggunakan dan menggabungkan kualitas yang unik dari Internet dan Web. Model B2C berbeda adalah portal, etalase, penyedia konten, broker transaksi, penyedia layanan, pasar penyedia, dan penyedia masyarakat.

Keuntungan dan Kerugian dari B2C Model

Keuntungan dan kerugian dari B2C e-commerce dapat dianggap dari sudut pandang baik konsumen atau bisnis.

Dari sudut pandang konsumen, keuntungan meliputi:

1. Konsumen dapat berbelanja di setiap saat sepanjang hari, dari privasi rumah mereka atau remote lainnya lokasi.
2. Konsumen dapat memiliki akses ke berbagai besar barang dan jasa yang ditawarkan.

Dari sudut pandang bisnis, keuntungan meliputi:

1. Bisnis dapat mencapai pasar di seluruh dunia dengan akses ke lebih banyak pelanggan potensial.
2. B2C dapat menurunkan biaya transaksi yang terkait dengan penjualan.
3. B2C dapat menampilkan informasi, gambar dan harga produk atau jasa tanpa harus menghabiskan banyak pada iklan.

Kelemahan dari sudut pandang konsumen meliputi:

1. Masalah keamanan seperti informasi kartu kredit sangat sensitif, dan ada kemungkinan penipuan dan penipuan.
2. Layanan pelanggan terganggu karena konsumen tidak selalu puas dengan pembelian mereka dan mereka sering tidak mendapatkan jawaban yang tepat waktu atas permintaan mereka.

Kelemahan dari sudut pandang bisnis meliputi:

1. Kompetisi ini lebih di Web dan pelanggan dapat pergi ke situs lain untuk membeli yang sama produk.
2. Masalah di bagian teknologi karena yang penjualan mungkin turun.

Konsumen To Konsumen (C2C) E-Commerce

Konsumen To Konsumen (C2C) juga disebut (P2P) pertukaran Peer-to-Peer. Ini mencakup semua transaksi yang terjadi antara konsumen. Ini melibatkan situs pihak ketiga yang dapat membantu pasar seperti eBay.com. Ini juga termasuk iklan baris, musik, dan file sharing. Dalam jaringan konsumen toconsumer, konsumen menjual jasa dan produk kepada konsumen lainnya.

Pentingnya C2C E-Commerce

C2C e-commerce telah menciptakan dimensi baru dalam bisnis belanja online. Ini memberikan pemilik usaha kecil cara untuk menjual produk mereka. Konsumen - konsumen bisnis yang efektif mencakup item seperti hadiah buatan tangan, karya seni pribadi dan koleksi, dan desain pakaian. Di antara berbagai model bisnis, C2C e-commerce mungkin memiliki potensi terbesar untuk mengembangkan pasar baru.

(Sumber Buku : E-Commerce And E-Business, Jeffrey F. Raypot)