

**ANALISIS STUDI KASUS E-COMMERCE**

UNTUK MEMENUHI TUGAS MATAKULIAH  
SISTEM INFORMASI MANAJEMEN  
yang dibina oleh Bapak Mohammad Arief

Oleh:  
Ahmad Taufan Anugrah  
120413423993  
Offering I



**UNIVERSITAS NEGERI MALANG  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN  
APRIL 2014**

## ANALISIS STUDI KASUS E-COMMERCE

Kelihatannya, Indonesia bukan hanya terkenal akan pasar *mobile*-nya yang besar, namun juga apapun yang berhubungan dengan sosial, *e-commerce* dan *games*. Banyak orang yang tertarik dengan *e-commerce* di Indonesia, tahun lalu adalah tahunnya *e-commerce*, ditandai dengan diluncurkannya lebih dari 20 perusahaan *e-commerce*. Dan tentu saja banyak yang kemudian gagal, menyisakan para pemain yang telah mapan seperti Rakuten, TokoBagus, Plasa, Berniaga, Kemana, Tokopedia, dll.

Sebelum menganalisis lebih jauh studi kasus *e-commerce* tentunya kita harus mengetahui apa itu *e-commerce*. Perdagangan elektronik atau *e-dagang* (bahasa Inggris: *Electronic commerce*, juga *e-commerce*) adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, *www*, atau jaringan komputer lainnya. *E-dagang* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis.

Manfaat menggunakan *e-commerce* dalam dunia bisnis, yaitu :

- a) Dapat meningkatkan market exposure (pangsa pasar).

Transaksi on-line yang membuat semua orang di seluruh dunia dapat memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media computer dan tidak terbatas jarak dan waktu.

- b) Menurunkan biaya operasional (operating cost).

Transaksi *E-Commerce* adalah transaksi yang sebagian besar operasionalnya diprogram di dalam komputer sehingga biaya-biaya seperti showroom, beban gaji yang berlebihan, dan lain-lain tidak perlu terjadi.

- c) Melebarkan jangkauan (global reach).

Transaksi on-line yang dapat diakses oleh semua orang di dunia tidak terbatas tempat dan waktu karena semua orang dapat mengaksesnya hanya dengan menggunakan media perantara komputer.

- d) Meningkatkan customer loyalty.

Ini disebabkan karena sistem transaksi *E-Commerce* menyediakan informasi secara lengkap dan informasi tersebut dapat diakses setiap waktu selain itu dalam hal pembelian juga dapat dilakukan setiap waktu bahkan konsumen dapat memilih sendiri produk yang dia inginkan.

e) Meningkatkan supply management.

Transaksi E-Commerce menyebabkan pengefisienan biaya operasional pada perusahaan terutama pada jumlah karyawan dan jumlah stok barang yang tersedia sehingga untuk lebih menyempurnakan pengefisienan biaya tersebut maka sistem supply management yang baik harus ditingkatkan.

f) Memperpendek waktu produksi.

Pada suatu perusahaan yang terdiri dari berbagai divisi atau sebuah distributor di mana dalam pemesanan bahan baku atau produk yang akan dijual apabila kehabisan barang dapat memesannya setiap waktu karena on-line serta akan lebih cepat dan teratur karena semuanya secara langsung terprogram dalam komputer.

## **DAMPAK POSITIF DAN NEGATIF E-COMMERCE**

Dampak positif :

- 1) Revenue Stream (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan yang tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional.
- 2) Dapat meningkatkan market exposure (pangsa pasar).
- 3) Menurunkan biaya operasional (operating cost).
- 4) Melebarkan jangkauan (global reach).
- 5) Meningkatkan customer loyalty.
- 6) Meningkatkan supplier management.
- 7) Memperpendek waktu produksi.
- 8) Meningkatkan value chain (mata rantai pendapatan).

Dampak Negatif :

- 1) Kehilangan segi finansial secara langsung karena kecurangan. Seorang penipu mentransfer uang dari rekening satu ke rekening lainnya atau dia telah mengganti semua data finansial yang ada.
- 2) Pencurian informasi rahasia yang berharga. Gangguan yang timbul bisa menyingkap semua informasi rahasia tersebut kepada pihak-pihak yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar bagi si korban.
- 3) Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan. Kesalahan ini bersifat kesalahan non-teknis seperti aliran listrik tiba-tiba padam.

- 4) Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak. Misalkan seorang hacker yang berhasil membobol sebuah sistem perbankan. Setelah itu dia memindahkan sejumlah rekening orang lain ke rekeningnya sendiri.
- 5) Kehilangan kepercayaan dari para konsumen. Ini karena berbagai macam faktor seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut.
- 6) Kerugian yang tidak terduga. Disebabkan oleh gangguan yang dilakukan dengan sengaja, ketidakjujuran, praktek bisnis yang tidak benar, kesalahan faktor manusia, kesalahan faktor manusia atau kesalahan sistem elektronik.

### **Kasus-kasus Kejahatan E-Commerce di Indonesia**

Dalam beberapa dekade terakhir ini, banyak sekali perbuatan-perbuatan pemalsuan (forgery) terhadap surat-surat dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan bisnis. Perbuatan-perbuatan pemalsuan surat itu telah merusak iklim bisnis di Indonesia. Dalam KUH Pidana memang telah terdapat Bab khusus yaitu Bab XII yang mengkriminalisasi perbuatan-perbuatan pemalsuan surat, tetapi ketentuan-ketentuan tersebut sifatnya masih sangat umum. Pada saat ini surat-surat dan dokumen-dokumen yang dipalsukan itu dapat berupa electronic document yang dikirimkan atau yang disimpan di electronic files badan-badan atau institusi-institusi pemerintah, perusahaan, atau perorangan. Seyogyanya Indonesia memiliki ketentuan-ketentuan pidana khusus yang berkenaan dengan pemalsuan surat atau dokumen dengan membedakan jenis surat atau dokumen pemalsuan, yang merupakan *lex specialist* di luar KUH Pidana.

Di Indonesia pernah terjadi kasus cybercrime yang berkaitan dengan kejahatan bisnis, tahun 2000 beberapa situs atau web Indonesia diacak-acak oleh cracker yang menamakan dirinya *Fabianclone* dan *naisenodni*. Situs tersebut adalah antara lain milik BCA, Bursa Efek Jakarta dan Indosatnet (Agus Raharjo, 2002:37).

Selanjutnya pada bulan September dan Oktober 2000, seorang *craker* dengan julukan *fabianclone* berhasil menjebol web milik Bank Bali. Bank ini memberikan layanan internet banking pada nasabahnya. Kerugian yang ditimbulkan sangat besar dan mengakibatkan terputusnya layanan nasabah (Agus Raharjo 2002:38).

Kejahatan lainnya yang dikategorikan sebagai cybercrime dalam kejahatan bisnis adalah *Cyber Fraud*, yaitu kejahatan yang dilakukan dengan melakukan penipuan lewat internet, salah satu diantaranya adalah dengan melakukan kejahatan terlebih dahulu yaitu mencuri nomor kartu kredit orang lain dengan *meng-hack* atau membobol situs pada internet.

Menurut riset yang dilakukan perusahaan Security Clear Commerce yang berbasis di Texas, menyatakan Indonesia berada di urutan kedua setelah Ukraina (Shintia Dian Arwida, 2002).

Cyber Squalling, yang dapat diartikan sebagai mendapatkan, memperjualbelikan, atau menggunakan suatu nama domain dengan itikad tidak baik atau jelek. Di Indonesia kasus ini pernah terjadi antara PT. Mustika Ratu dan Tjandra, pihak yang mendaftarkan nama domain tersebut (Iman Sjahputra, 2002:151-152).

Satu lagi kasus yang berkaitan dengan cybercrime di Indonesia, kasus tersebut diputus di Pengadilan Negeri Sleman dengan Terdakwa Petrus Pangkur alias Bonny Diobok Obok. Dalam kasus tersebut, terdakwa didakwa melakukan Cybercrime. Dalam amar putusannya Majelis Hakim berkeyakinan bahwa Petrus Pangkur alias Bonny Diobok Obok telah membobol kartu kredit milik warga Amerika Serikat, hasil kejahatannya digunakan untuk membeli barang-barang seperti helm dan sarung tangan merk AGV. Total harga barang yang dibelinya mencapai Rp. 4.000.000,- (Pikiran Rakyat, 31 Agustus 2002).

Dilihat dari kasus-kasus yang terjadi diatas masih sangat banyak kasus kejahatan yang terjadi didalam e-commerce. Ini membuat e-commerce itu sendiri kesulitan untuk berkembang. Disamping itu banyaknya kejadian tersebut tidak dilaporkan oleh masyarakat kepada pihak kepolisian sehingga cybercrime yang terjadi hanya ibarat angin lalu, dan diderita oleh sang korban.

Upaya penanggulangan kejahatan e-commerce sekarang ini memang harus diprioritaskan. Indonesia harus mengantisipasi lebih berkembangnya kejahatan teknologi ini dengan sebuah payung hukum yang mempunyai suatu kepastian hukum. Urgensi cyberlaw bagi Indonesia diharuskan untuk meletakkan dasar legal dan kultur bagi masyarakat indonesia untuk masuk dan menjadi pelaku dalam pergaulan masyarakat yang memanfaatkan kecanggihan dibidang teknologi informasi.

Adanya hukum siber (*cyberlaw*) akan membantu pelaku bisnis dan auditor untuk melaksanakan tugasnya. *Cyberlaw* memberikan rambu-rambu bagi para pengguna internet. Pengguna internet dapat menggunakan internet dengan bebas ketika tidak ada peraturan yang mengikat dan “memaksa”. Namun, adanya peraturan atau hukum yang jelas akan membatasi pengguna agar tidak melakukan tindak kejahatan dan kecurangan dengan menggunakan internet. Bagi auditor, selain menggunakan standar baku dalam mengaudit sistem informasi, hukum yang jelas dan tegas dapat meminimalisasi adanya tindak kejahatan dan kecurangan sehingga memberikan kemudahan bagi auditor untuk melacak tindak kejahatan tersebut. Adanya jaminan keamanan yang diberikan akan menumbuhkan kepercayaan di mata

masyarakat pengguna sehingga diharapkan pelaksanaan *e-commerce* khususnya di Indonesia dapat berjalan dengan baik.

## **KESIMPULAN**

Dengan jumlah situs di web meningkat terus setiap harinya, ada banyak masalah yang perlu ditangani untuk memastikan fungsionalitas yang aman dari sebuah website. Ketika kita berbicara *e-commerce* maka keamanan adalah salah satu hal yang terpenting untuk membuat fungsi website terlaksana dengan baik.

Sebuah toko *e-commerce* memerlukan volume lalu lintas yang baik untuk mendapatkan pelanggan potensial dan meningkatkan tingkat konversinya. Namun, untuk menarik pengunjung, situs web *e-commerce* harus menawarkan yang terbaik dari segalanya. Tidak hanya fitur yang baik, tetapi keamanan yang baik sama pentingnya. Transaksi online sebagian besar penuh dengan beberapa keraguan di pihak pengunjung, yaitu mereka diwajibkan untuk memberikan informasi sensitif seperti informasi kartu kredit dll untuk membuat transaksi online. Oleh karena itu, orang berpikir dua kali sebelum mempercayai sebuah website. Ini membuat tugas sedikit lebih keras untuk situs web. Sebuah website harus memiliki struktur yang kuat dan aman untuk menjamin pengunjung tentang keamanan mereka. Harus bisa meyakinkan pengunjung bahwa informasi mereka akan aman dan mereka dapat melakukan pembelian tanpa khawatir tentang apapun. Oleh karena itu, keamanan sangat penting atau situs web tidak akan mendapatkan setiap pelanggan potensial. Dan tanpa pelanggan potensial, bisnis akan mengalami kegagalan dan kebangkrutan.

Pengimplementasian *ecommerce* di Indonesia masih harus menempuh jalan yang panjang dan berliku. Berbagai hambatan yang ada dalam pengimplementasiannya dapat berupa teknis dan non-teknis yang kesemua itu membutuhkan kerjasama yang utuh antara pemerintah, pengembang dari *e-commerce*, pebisnis dan para konsumen pemanfaatnya. Seperti produk-produk teknologi informasi lainnya seperti juga *e-government*, *e-commerce* masih membutuhkan waktu yang lama untuk dapat dikenal dan diterima di Indonesia. Berbagai hambatan tersebut sebagai berikut:

- Dukungan pemerintah. Dukungan pemerintah yang masih belum jelas ditambah dengan belum adanya kebijakankebijakan yang mendukung perkembangan dari *e-commerce* ini dikeluarkan, belum jelasnya deregulasi dari system teknologi informasi khususnya internet yang merupakan salah satu tulang punggung dari perkembangan *e-commerce*, perbaikan sistem pabeanan dan deregulasi dalam ekspor impor barang.

- Perkembangan infrastruktur yang lambat. Salah satu hambatan utama adalah masih kurangnya infrastruktur yang ada dan belum merata ke pelosok Indonesia. Dibutuhkan keseriusan pemerintah untuk secara bertahap membangun infrastruktur yang baik dan terprogram sehingga secara bertahap, rakyat Indonesia mulai dapat dikenalkan dengan internet sebagai salah satu hasil dari perkembangan teknologi informasi dengan biaya yang murah dan terjangkau.
- Kurangnya sumber daya manusia. Kurangnya SDM Indonesia yang benar-benar menguasai sistem e-commerce ini secara menyeluruh, yang tidak saja menguasai secara teknis juga non-teknis seperti sistem perbankan, lalu lintas perdagangan hingga sistem hukum yang berlaku. Salah satu alasan yang cukup utama yaitu masih kurangnya ketersediaan informasi, mulai dari buku-buku referensi, jurnal, majalah/tabloid yang membahas tentang e-commerce juga sarana pendidikan, seminar, workshop hingga pusat-pusat pengembangan yang dibangun antara pemerintah, pusat-pusat pendidikan dan tenaga ahli di bidang e-commerce.
- Dukungan dari institusi finansial seperti bank dan asuransi. Belum banyaknya bank yang telah membangun system "electronic banking" nya dengan baik, selain itu perbankan Indonesia juga masih sulit untuk melakukan transaksi dengan menggunakan mata uang lain, apalagi dalam jumlah nilai yang kecil serta belum adanya pihak ketiga sebagai penjamin transaksi secara online yang benar-benar berada di Indonesia.
- Perlaku. Pertama-tama, belanja *online* bukanlah sesuatu yang baru bagi orang Indonesia yang tinggal di kota besar, mereka telah mengetahui tentang hal ini namun entah kenapa tidak dilakukan. Sebagian besar orang Indonesia masih kurang mempercayai situs-situs *e-commerce*, bukan tentang keamanan dari berbelanja *online* yang tidak mereka percayai namun justru *merchant*-nya. Mereka takut ditipu, selain itu kurangnya kredibilitas/reputasi yang diberikan oleh pasar semakin memperburuk keadaan.
- Sebagian besar *e-commerce startup* tidak memperhatikan sarana logistik ini, "kami hanya menyediakan pasar, bukan logistik" adalah alasan klasik yang disampaikan, namun bila sebuah perusahaan *e-commerce* ingin sukses, logistik adalah hal yang wajib. Memang benar, Anda menjalankan perusahaan "*online*", namun *e-commerce* tetaplah *commerce* (perdagangan) yang menggunakan internet. Dan salah satu bagian dari perdagangan tersebut adalah logistik, cara mendistribusikan dan mengirimkan barang langsung ke pembeli! Hal ini merupakan permasalahan bagi sebagian besar perusahaan, menemukan metode operasional dari awal hingga akhir, dari ujung ke ujung,

dari mulai merambah laman mencari barang, membayar, keamanan dan pengiriman barang.

Maka dari itulah dengan adanya beberapa kendala ini diharapkan para pelaku e-commerce dapat memperbaiki sarana dan prasarana pendukung e-commerce, dengan begitu produsen dan konsumen sama-sama diuntungkan dalam hal ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan, I. *Definisi, Contoh, dan Dampak E-Commerce*. (online). (<http://unindrax1eione.wordpress.com/e-commerce/definisicontoh-dan-dampak-e-commerce/>) diakses tanggal 26 April 2014.
- Safitri, D. 2012. *Studi Kasus Pada E-Commerce*. (online). (<http://dhanisafitri.blogspot.com/2012/10/studi-kasus-pada-e-commerce.html>) diakses tanggal 26 April 2014.
- Saputra, R.D. *Kendala Pada E-Commerce*. (online). (<http://riidwandwi.blogspot.com/2012/10/25-oktober-2012-kendala-pada-e-commerce.html>) diakses tanggal 26 April 2014.
- Wikipedia Indonesia. *Perdagangan Elektronik*. (online). ([http://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan\\_elektronik](http://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik)) diakses tanggal 26 April 2014.
- Zahab, B. 2009. *Sekilas Kejahatan E-Commerce di Indonesia*. (online). (<https://balianzahab.wordpress.com/artikel/sekilas-kejahatan-e-commerce-di-indonesia/>) diakses tanggal 26 April 2014.