

## **E-BUSINESS:**

### **THE SCOPE OF E-BUSINESS TOWARDS THE LIFE OF MODERN GLOBALIZATION NOW**

**Tami Gusrini Nuraisyah**

Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Syariah dan Hukum  
Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung  
Jl. A.H. Nasution No. 105 Cibiru, Bandung 40614, Phone: +67802844  
Email: Tamigusrini033@gmail.com

#### ***ABSTRACT***

Today's technological advancements to do indeed show enormous changes when viewed from the point of view of the technological era until now. Especially in the field of the internet which is now a trend among the domestic and foreign community. An example is e-business, because the use of e-business is to simplify or ease the burden of business people who are typically want to truly achieve success. Besides that e-business is able to increase and expand the marketing network, and increase the productivity of employees in the company. Information technology that does offer business creativity and innovation quickly and easily. Businesses must also be able to see new opportunities in new developments. The solution is to return to motivation and innovation and after all that is achieved it will become the latest technology.

**Keywords:** E-business, Technology, opportunities, e-business, aspects scope of e-business

## **E-BUSINESS:**

### **RUANG LINGKUP E-BUSINESS TERHADAP KEHIDUPAN GLOBALISASI MODERN SAAT INI**

#### ***ABSTRAK***

Kemajuan teknologi saat ini memang menunjukkan perubahan yang sangat besar jika dilihat dari kacamata zaman teknologi dahulu hingga saat ini. Terutama dalam bidang *internet* yang memang sekarang sedang trend di kalangan masyarakat dalam dan luar negeri. Contohnya adalah e-bisnis, karena pemanfaatan e-bisnis ini untuk mempermudah atau meringankan beban masyarakat berbisnis yang memang tipikal nya ingin benar-benar mencapai KESUKSESAN. Selain itu e-bisnis mampu meningkatkan dan memperluas jaringan pemasaran, serta meningkatkan produktivitas para karyawan di perusahaan. Teknologi informasi yang memang menawarkan kreativitas dan inovasi bisnis secara cepat dan mudah. Bisnis juga harus mampu melihat peluang baru dalam perkembangan yang semakin baru, solusinya adalah balik kepada hal motivasi dan inovasi, dan setelah tercapai semua akan menjadi teknologi yang mutakhir.

Kata Kunci: e-business, teknologi. Peluang, bisnis, aspek ruang lingkup e-bisnis

## **PENDAHULUAN**

Seiring dengan perkembangan zaman, perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi sangatlah pesat dari waktu ke waktu. Perkembangan teknologi diikuti dengan penerapannya yang semakin insentif untuk kegiatan industri, bisnis, maupun keperluan lainnya memang menjadi semakin canggih dan instan terhadap situasi dan kondisi apapun. Sehingga masyarakat pun dapat mengikuti perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi yang ada saat ini.

Apalagi pada saat ini masyarakat menggunakan globalisasi komunikasi berbasis internet. Internet yang semakin berkembang serta penggunaannya yang semakin meluas ke berbagai bidang membuat internet menjadi sesuatu yang tidak bisa dipisahkan dari aktivitas sehari-hari. Dalam persaingan dunia bisnis yang semakin tinggi, maka diperlukan sebuah sistem kerja yang cepat, efektif, dan efisien.

Di awal tahun 2000an Bill Gates pendiri Microsoft telah mengatakan bahwa pada era masa yang akan datang kebutuhan penggunaan kertas semakin sedikit, karena masyarakat telah terbiasa dengan mempergunakan jaringan internet dan teknologi software dalam melakukan pencatatan dan penyimpanan dokumen, termasuk dokumen bisnis tentunya.

Dan Steve Jobs melalui perusahaan *Apple*-nya adalah tokoh yang mengaplikasikan konsep tersebut dalam dunia nyata dan itu termasuk dalam bentuk *ipad* yang kita kenal sekarang ini, sebuah produk yang membuat orang bisa bekerja dan mengambil keputusan sambil berjalan.

Jika dilihat dari proses bisnis berbasis internet, telah mengubah seluruh industri dan pasar, yang juga akan menimbulkan dampak besar pada pelanggan dan bisnis. Salah satu contohnya, yaitu bentuk pasar yang diminati oleh orang urban, banyak kalangan, dan masyarakat adalah pasar via internet atau biasa disebut e-business atau juga e-commerce. Namun masyarakat lebih banyak menyebutkan e-business, karena kata e-business memiliki makna yang jauh lebih kompleks, dan sudah tidak asing didengar. Pada industri e-business, situs web menjadi tempat utama yang ditawarkannya layanan oleh perusahaan. Sehingga situs web berperan sangat penting pada keberhasilan sebuah e-business, terutama dalam hal konsep online shopping. Konsep online shopping menyediakan banyak kemudahan dan kelebihan jika dibandingkan dengan konsep belanja biasa. Dilihat dari proses transaksi yang lebih cepat.

Berlaku juga untuk jalur penjualan produk, yang semua barangnya biasanya dijual secara lengkap. Konsumen tidak hanya berbelanja di dunia nyata melalui department store atau mall. Namun penggunaan teknologi memungkinkan bisa melakukan aktifitas pembelian hanya dengan jari tangan yang pembelinya melalui internet tanpa harus beranjak dari rumah ataupun kamar tidur.

<sup>1</sup>Kini munculnya jual beli online menyebabkan berbagai produk bisa dilihat serta diketahui harga bahkan bisa menegosiasikan harga tanpa harus datang langsung ke tempat barang tersebut dijual, Seperti; Kapanlagi.com, tokobagus.com, palasari online, Goals.com. <sup>2</sup>Maka dari itu diharapkan sebuah solusi alternatif yang memungkinkan melakukan transaksi ataupun mengakses informasi tanpa bergantung pada sumber informasi dan lokasi akses sehingga memberikan layanan yang lebih fleksibel bagi konsumen. Sebuah penerapan teknologi yang melengkapi model yang telah ada dan diharapkan memberikan kemudahan yang mendorong terjadinya sebuah transaksi pada bisnis online.

### **Metode Penelitian**

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian teori, yang menggunakan pengkajian dari beberapa buku-buku yang ada di perpustakaan. Dimana didalamnya terdapat banyak teori mengenai e-bisnis dan sebagainya.

### **Hasil dan Pembahasan**

Pada zaman sekarang memang dunia global semakin berkembang, dari hari ke hari semakin canggih akan kemajuan teknologi, komputer, dan telekomunikasi yang mendukung perkembangan teknologi *internet*. Dengan *internet* pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun, untuk menunjang aktivitas bisnisnya, bahkan sekarang cenderung dapat diperoleh dari berbagai macam informasi, sehingga informasi harus disaring untuk mendapat informasi yang tepat dan relevan. Hal tersebut mengubah abad informasi menjadi menjadi abad *internet*. Penggunaan internet dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik dan menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti; pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Pemasaran di *internet* cenderung menembus berbagai rintangan, batas bangsa, dan tanpa aturan-aturan yang baku. Sedangkan pemasaran konvensional, barang mengalir dalam partai-partai besar melalui pelabuhan laut, pakai kontainer, distributor, lembaga penjamin.

Pemasaran di *internet*. Pemasaran di *internet* sama dengan *direct marketing*, dimana konsumen berhubungan langsung dengan penjual, walaupun penjualnya berada di luar negeri.<sup>3</sup>Jika melihat lebih teliti lagi bahwa e-bisnis merupakan suatu karya mutakhir yang bisa meringankan beban masyarakat yang ingin berjualan tanpa adanya tempat atau lahan yang mumpuni untuk ditempati berjualan. Dengan e-bisnis hidup jauh lebih bermakna, karna tidak memakan waktu yang sia-sia.

---

<sup>1</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Strategis: Teori dan Aplikasi, Cetakan 1*, (Bandung: ALFABETA, 2013), hlm. 129.

<sup>2</sup> Ebi, "E-Business", dalam <http://e-business2013.blogspot.com/2013/03/makalah-e-business.html>. diakses tanggal 11 November 2018.

<sup>3</sup> Romdonny dan Rosmadi, "Manfaat E-business dalam Pemasaran Bola Sepak: Studi Empiris pada PT. Sinjaraga Santika Sport (Triple S) Majalengka", dalam *Jurnal Industrial Services*, Edisi 3, Nomor 1b, Oktober 2017, hlm. 179.

## Sejarah dalam Perkembangan E-Business

Istilah yang pertama kali di perkenalkan oleh Lou Gerstner, seorang CEO perusahaan IBM ini, sekarang merupakan bentuk kegiatan bisnis yang dilakukan dengan menggunakan teknologi internet. E-business memungkinkan suatu perusahaan untuk berhubungan dengan sistem pemrosesan data internal dan eksternal mereka secara lebih efisien dan fleksibel. E-business juga banyak dipakai untuk berhubungan dengan suplier dan mitra bisnis perusahaan, serta memenuhi permintaan dan melayani kepuasan pelanggan secara lebih baik.

Dalam penggunaan sehari-hari, e-business tidak hanya menyangkut e-commerce saja. Dalam hal ini, e-commerce lebih merupakan sub bagian dari e-business, sementara e-business meliputi segala macam fungsi dan kegiatan bisnis menggunakan data elektronik, termasuk pemasaran internet. Sebagai bagian dari e-business, e-commerce lebih berfokus pada kegiatan transaksi bisnis lewat www atau internet. Dengan menggunakan sistem manajemen pengetahuan, e-commerce mempunyai goal untuk menambah revenue dari perusahaan. E-commerce adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang, dan jasa melalui sistem elektronik seperti; internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. E-commerce dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis.

<sup>4</sup>E-business (electronic business), diartikan sebagai kegiatan bisnis yang dilakukan secara otomatis dan semiotomatis dengan menggunakan sistem informasi komputer. <sup>5</sup>Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi oleh organisasi, individu, atau pihak-pihak terkait, dan interaksi eksternal organisasi dengan para pemasok, pelanggan, investor, kreditor pemerintah, serta media massa termasuk penggunaan teknologi informasi untuk mendesain kembali proses internalnya. Agar dapat menjalankan dan mengelola proses bisnis utama sehingga dapat memberikan keuntungan dapat berupa keamanan, fleksibilitas, integrasi, optimasi, efisiensi, atau/ dan peningkatan produktivitas dan profit.

<sup>6</sup>Penerapan e-bisnis pada suatu unit usaha sebenarnya dapat menimbulkan keuntungan atau kerugian bagi unit usaha yang dimaksud. <sup>7</sup>Namun jika dikaji lebih dalam memang dampak positif dianggap lebih besar daripada dampak negatifnya. Dimana bisnis yang mempergunakan perangkat elektronik via internet untuk setiap transaksi bisnis yang dilakukan, mencakup banyak bidang yang bisa dilakukan seperti; transfer keuangan, pembelian dan penjualan barang, promotion, pertukaran

---

<sup>4</sup> Aris Oesman, "Etika dan Nilai Lingkungan", dalam <http://arisoesman88.blogspot.com/2013/03/e-business-electronic-business.html>. diakses tanggal 11 November 2018.

<sup>5</sup> Puspa Rani, Diana Rahmawati, *Analisis Penerapan E-business Studi Kasus pada PT Sinar Mas Agro Resource and Technology (SMART)*, *Tb Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, Vol. VI. No.2-Tahun 2008, hlm. 52-59.

<sup>6</sup> *Ibid*, hlm. 72.

<sup>7</sup> Puspa Rani, Diana Rahmawati, *Ibid*. hlm. 74

data secara elektronik (electronic data interchange/EDI), pengiriman informasi kesepakatan kerjasama bisnis, dan lain sebagainya.

## **Kunci untuk persaingan bisnis yang tepat**

### **1. Pelanggan**

Fokus pada pelanggan adalah kunci utama untuk sukses dalam persaingan bisnis yang semakin ketat terutama didalam e-business. Pelanggan biasanya ingin berbisnis secara kontinu berdasarkan aspek kecepatan, kemudahan, personalisasi/individu, dan harga. Produsen harus memperhatikan apabila produk/jasa yang ditawarkan sudah memenuhi kebutuhan dan prioritas pelanggan. Faktor lain yang harus diperhatikan yakni berbisnis di internet mempunyai *entri barrier* yang sangat rendah sekali. Artinya, setiap saat akan muncul pesaing bisnis baru. Pelanggan dapat mengunjungi *took online* secara cepat. Secara otomatis, produsen mendapatkan pelanggan baru secara cepat juga.

Pasar internet berarti pasar global (*international*). Target pangsa pasar sangat besar serta dituntut untuk selalu berinovasi, berekreasi, membuat produk/jasa yang fleksibel, dan *costumization*. Produk massal mungkin tidak cocok untuk dijual di pasar. Kebutuhan pelanggan di Indonesia berbeda dengan kebutuhan pelanggan di Amerika Serikat.

### **2. Sumber Daya Manusia dan Masa Kini**

Kunci utama selanjutnya adalah karyawan. Karyawan merupakan aset berharga bagi setiap perusahaan. Kunci keberhasilan kerja perusahaan tergantung pada karyawan itu sendiri, dengan merekrut karyawan *smart* dan mempunyai *knowledge* akan menghasilkan keputusan bisnis strategis yang *smart* pula. Itu semua membuat proses kerja (rantai nilai) yang semakin efisien.

### **3. Teknologi Informasi**

Untuk dapat mengikuti persaingan bisnis yang semakin ketat, teknologi informasi merupakan keharusan yang tidak dapat di tawar-tawar lagi. Perusahaan tanpa teknologi informasi dapat dipastikan lambat laun akan tertinggal. Teknologi informasi akan "membuka" kreativitas dan fleksibilitas untuk inovasi produk/jasa di masa depan.<sup>8</sup>

## **Fungsi E-Business**

Fungsinya untuk membantu dan mendukung bagian pemasaran, produksi, *accounting*, keuangan dan *human resource management*. Dengan menerapkan e-business, perusahaan seakan membuka toko di berbagai daerah bahkan negara karena konsumen dari berbagai belahan dunia dapat mengakses situs web-nya dan melakukan transaksi kapan saja dan tanpa harus meninggalkan rumahnya yang

---

<sup>8</sup> Chandra Wibowo, "E-Business: Teknologi dan Peluang Bisnis di Indonesia", dalam *Jurnal E-Business*, Vol. 3 Nomor 1, Maret 2002, hlm. 26.

dengan komputernya terhubung dengan internet. Selain itu perusahaan dapat berkomunikasi secara langsung tanpa harus melalui birokrasi yang rumit.

Fenomena e-business telah menjadi trend yang mewarnai aktivitas bisnis di berbagai negara maju, maupun negara berkembang yaitu Indonesia. Kemajuan teknologi informasi dan e-business dianggap sebagai paradigma baru sebagai kunci sukses perusahaan di era informasi yang akan datang. Dengan pemanfaatan dan penggunaan yang bermutu maka akan melahirkan e-business yang mumpuni akanteknologi yang canggih yang dihasilkannya. Serta bisa menarik para investor untuk menanamkan modal usahanya di dalam teknologi ini, dimana dunia akan mengakui bahwa Indonesia tidak lagi tertinggal karna sebab kebodohan yang melanda tanah air ini. Bahwa Indonesia bisa menjadi negara pertama yang berdiri di dunia ini karna teknologi e-business yang bermutu.

### **Manfaat e-business bagi perusahaan**

1. Produk dapat dipasarkan secara luas;
2. Menekan biaya promosi;
3. Menekan biaya persediaan dan overhead dengan cara memfasilitasi manajemen rantai nilai bertipe "pull" yang prosesnya berawal dari pesanan pelanggan dan menggunakan pemaknufaturan JIT;
4. Menekan waktu antara pembayaran dan penerimaan produk atau jasa;
5. Meningkatkan produktivitas karyawan melalui rekayasa ulang proses bisnis.

### **Hambatan dalam penerapan e-business:**

1. Dibutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas;
2. Investasi yang besar terutam dalam hal alih teknologi;
3. Perlunya pelatihan (training) pada karyawan;
4. Dibutuhkan tenaga teknisi untuk perawatan.

### **Kesimpulan**

Setelah di jelaskan dari beberapa aspek e-bisnis diatas bahwa e-bisnis memang sangat berpengaruh terhadap kehidupan di zaman serba canggih saat ini, terutama bisnis yang memang sudah banyak melakukan terobosan terhadap pasar-pasar di negara Indonesia maupun luar Indonesia. Maka bisa ditarik kesimpulannya bahwa e-bisnis ada positif dan negatif

Dampak positif nya adalah meringankan beban masyarkat yang memang tidak ada lahan atau tempat untuk berbisnis namun masih bisa untuk berbisnis juga dengan transaksi yang mudah dan bisa di lakukan dimanapun dan kapanpun.

Sedangkan dampak negatif nya adalah kita harus bisa memilah dan memilih mana kah yang baik dan buruk dari e-bisnis, karna memang terkadang ada saja yang tertipu dan memang itu tergantung dari pihak perusahaan dan karyawan nya.

Di liat bukan hanya dari sisi canggih atau tidaknya namun ditarik juga dari fungsinya yang memudahkan masyarakat untuk berbisnis di zaman global saat ini.

## **Daftar Pustaka**

Nama : Tami Gusrini Nuraisyah

Affilisi Penulis : Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas  
Syariah dan Hukum

UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Email: 1153070165@student.uinsgd.ac.id

## **Daftar Pustaka**

Djaslim. Saladin. (2011). *Manajemen Strategik*. Agung Ilmu: Bandung.

Popy. Rufaidah. (2013). *Manajemen Strategik*. Humantora: Bandung.

Irham. Fahmi. (2013). *Manajemen Strategis: Teori dan Aplikasi*. Alfabeta: Bandung.

David. Hunger. (2003). *Manajemen Strategis*. ANDI: Yogyakarta.

Sondang. Siagian. (2012). *Manajemen Stratejik*. PT Bumi Aksara: Jakarta.

Pandji. Anoraga. (2011). *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Rineka Cipta: Jakarta.

Mahmud. Machfoedz. (2007). *Pengantar Bisnis Modern*. ANDI: Yogyakarta.

Djaslim. Saladin. (2011). *Pengantar Bisnis*. Agung Ilmu: Bandung.

A. Kadir. (2010). *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an*. AMZAH: Jakarta.

Ismail. Solihin. 2012. *Manajemen Strategik*. Erlangga: Bandung.