

Analisis E-Business pada Keputusan Kewirausahaan Bisnis Digital (Sebuah Kajian Literatur Studi)

Irham Fahmi ^{1*}, Rudy Fachruddin ², Vivi Silvia ³

^{1,2,3,1} Faculty of Economics and Business, Unsyiah

* Korespondensi: irhamfahmi@yahoo.com

Abstrak. Penelitian ini merupakan studi literatur studi dengan menjadikan bisnis digital sebagai bagian dari e-bisnis yang memiliki pengaruh terhadap perkembangan dunia bisnis yang begitu pesat saat ini. Munculnya pembelian dan penjualan online menyebabkan berbagai produk terlihat dan diketahui harga dan bahkan menegosiasikan harga tanpa harus datang langsung ke tempat barang dijual. Detik.com, Vivanews.com, Tribunnews.com, Goals.com, Kapanlagi.com, tokobagus.com, palasari online, buku online murah, dan berbagai media lain yang menjadi semakin banyak jenisnya adalah bentuk pencarian komunitas dalam cara hidup yang lebih tertib modern, efisien dan efektif. Penerapan e-bisnis di unit bisnis sebenarnya dapat menyebabkan untung atau rugi untuk unit bisnis yang bersangkutan. Namun, jika kita teliti lebih dalam, dampak positif dianggap lebih besar daripada dampak negatif. Hasil survei membuktikan bagaimana bisnis yang menggunakan perangkat internet sebagai media promosi mengalami peningkatan penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan bisnis format konvensional. Pasar bisnis digital memungkinkan tersedianya ribuan pemasok dan jutaan pembeli yang selalu dapat memperoleh barang sesuai dengan kepuasan mereka. Kondisi ini menunjukkan bahwa bisnis digital telah menjadi bisnis yang memiliki dampak besar dalam mendukung kewirausahaan yang mengarah pada model dan format yang jauh lebih fleksibel dan mudah diakses oleh semua segmen konsumen di mana pun mereka berada

Kata kunci: *E-business, Kewirausahaan, Bisnis, Digital*

Abstract. This research is a study of the study literature by making digital business as part of e-business which has an influence on the development of the business world so rapidly today. The emergence of buying and selling online causes a variety of products to be seen and known prices and even negotiate prices without having to come directly to where the goods are sold. Detik.com, Vivanews.com, Tribunnews.com, Goals.com, Kapanlagi.com, tokobagus.com, online palasari, cheap online books, and various other media that are becoming more and more different types is a form of community search in a more orderly way of life modern, efficient and effective. The application of e-business in a business unit can actually cause profits or losses for the business unit in question. However, if we examine more deeply the positive impacts are considered greater than the negative impacts. The survey results prove how businesses that use internet devices as a promotional medium experience higher sales increases compared to conventional format businesses. The digital business market allows the availability of thousands of suppliers and millions of buyers who are always able to obtain goods in accordance with their satisfaction. This condition shows that digital business has become a business that has a big impact in supporting entrepreneurship which leads to a model and format that is far more flexible and easily accessible to all segments of consumers wherever they are.

Keywords: *E-business, Entrepreneurship, Business, Digital*

PENDAHULUAN

Salah satu bentuk pasar yang disukai oleh orang urban adalah pasar via internet atau biasa disebut *e-business* atau juga *e-commerce*. Namun masyarakat memang lebih populer menyebutnya *e-business*, karena kata *e-business* memiliki makna yang jauh lebih kompleks. Munculnya jual beli online menyebabkan berbagai produk bisa dilihat serta diketahui harga bahkan menegosiasikan harga tanpa harus datang langsung ke tempat barang tersebut dijual. Detik.com, Vivanews.com, Tibunews.com, Goals.com, Kapanlagi.com, tokobagus.com, palasari online, buku murah online, dan berbagai media lainnya yang semakin hari semakin banyak jenisnya merupakan bentuk pencarian masyarakat pada tatanan hidup yang lebih modern, efisien dan efektif. Adapun identifikasi dalam penelitian ini adalah sejauh mana e-bisnis mempengaruhi perkembangan di bidang kewirausahaan saat ini.

Menurut Zimmerer & Scarborough, (2005) Pengusaha adalah orang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian untuk mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk membangun mereka." Peter Drucker mengatakan bahwa pengusaha tidak mencari risiko, mereka mencari peluang (Buchari, 2008)

Istilah e-bisnis pertama kali digunakan salah satunya oleh IBM pada tahun 1997 (Puspa Rani dan Diana Rahmawati). Dengan demikian, e-bisnis dapat diartikan sebagai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi oleh organisasi, individu, atau pihak terkait untuk menjalankan dan mengelola proses bisnis utama sehingga dapat memberikan manfaat dalam bentuk keamanan, fleksibilitas, integrasi, optimalisasi, efisiensi, atau dan meningkatkan produktivitas dan keuntungan (Puspa Rani dan Diana Rahmawati).

Implementasi e-bisnis di unit bisnis sebenarnya dapat menyebabkan untung atau rugi untuk unit bisnis yang bersangkutan (Puspa Rani dan Diana Rahmawati). Namun, jika kita teliti lebih dalam, dampak positif dianggap lebih besar daripada dampak negatif.

E-bisnis adalah bisnis yang menggunakan perangkat elektronik melalui internet untuk setiap transaksi bisnis yang dilakukan. Transaksi bisnis ini mencakup banyak bidang yang dapat dilakukan seperti transfer finansial, pembelian dan penjualan barang, promosi, pertukaran data elektronik / EDI, pengiriman informasi tentang perjanjian kerja sama bisnis, dan sebagainya. Dimana semua itu menggunakan internet dan berbagai saluran teknologi informasi lainnya.

Pertimbangan meluncurkan perusahaan online atau mengubah bisnis di dunia nyata menjadi perusahaan "dot-com"? Pertanyaan-pertanyaan berikut dapat membantu Anda menilai potensi online perusahaan Anda (Zimmerer & Scarborough, 2005)

1. Apakah produk Anda memiliki daya tarik luas kepada pelanggan di mana pun mereka berada?
2. Apakah Anda ingin menjual produk Anda kepada pelanggan di luar wilayah geografis langsung Anda?
3. Dapatkah produk yang Anda jual dikirimkan dengan nyaman dan ekonomis?
4. Dapatkah perusahaan Anda menyadari manfaat biaya besar, seperti sewa, tenaga kerja, inventaris, dan biaya pencetakan yang lebih rendah, dengan melakukan bisnis online?

Bisakah Anda menarik pelanggan ke situs web perusahaan Anda dengan investasi yang layak?.

METODE

Lokasi penelitian dilakukan di Cabang Banda Aceh, objek penelitian ini melihat keputusan kewirausahaan yang dipengaruhi oleh kondisi e-bisnis. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan aktif yang menggunakan e-bisnis di kota Banda Aceh. Sampel penelitian di sini adalah wawancara dan diskusi dengan pihak-pihak yang dianggap pengguna dan pengguna produk e-bisnis di kota Banda Aceh. Setiap data yang diperoleh dari hasil diskusi dan wawancara kemudian diolah dan diberikan solusi dengan pendekatan teoretis yang ada untuk penjelasan deskriptif lebih lanjut untuk dapat menemukan penjelasan dari setiap kondisi yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kewirausahaan dan Tantangan Bisnis

Laut yang bergelombang akan menghasilkan kapten yang kuat, demikian pula pasar yang penuh persaingan dan penuh risiko akan membentuk karakter wirausaha yang kuat dan wirausaha secara mental. Lebih lanjut dikatakan oleh Meredith, Nelson, & Neck, (2002), dan Meredith et al., (2002) bahwa, "Anda harus mau belajar dari pengalaman dan berubah dari waktu ke waktu. Anda harus selalu sadar cara baru untuk meningkatkan produktivitas Anda sendiri. Salah satu kunci utama kesuksesan Anda adalah keterlibatan Anda dalam pertumbuhan pribadi yang berkelanjutan. "

Dalam sebuah penelitian di Inggris menyatakan bahwa motivasi seseorang untuk membuka bisnis adalah 50% ingin memiliki kebebasan dengan melakukan bisnis sendiri, hanya 18% mengatakan mereka ingin mendapatkan uang dan 10% menyatakan jawaban untuk membuka bisnis untuk kesenangan. , hobi, tantangan, atau kepuasan dan kreativitas pribadi (2008: 13).

Media Online yang Mendukung Perusahaan E-Bisnis

Aktivitas online di media sosial seperti Facebook di negara ini telah mencapai 42,5 juta atau merupakan yang tertinggi keempat di dunia. Sekitar 18% dari populasi Indonesia sudah memiliki akun media sosial paling populer di dunia. Jumlah pengguna Twitter di Indonesia adalah 5,7 juta, atau terbesar ketiga di dunia. Jika kondisi ini berlanjut, diperkirakan pada tahun depan, Indonesia akan menjadi pasar ponsel terbesar keempat di dunia, tentu saja.

Seorang manajer dihadapkan dengan pembentukan konsep manajemen strategis, termasuk berpikir tentang peluang dan cara untuk membangun bisnis dengan memahami perubahan dan perilaku masyarakat modern. Kita bisa menyebutnya sebagai tantangan untuk mengubah perilaku masyarakat modern.(Chung & Meggison, 1981; Gomes, 2003)

Jadi salah satu solusi bisnis bagi seorang wirausahawan adalah dengan mendirikan konsultasi virtual yang dianggap sebagai langkah yang tepat dan cepat dalam melihat peluang era e-bisnis. Konsultasi virtual adalah bentuk bisnis jasa di bidang konsultasi bisnis digital yang mempromosikan konsep tren dan berkelanjutan dan kompetitif.

Pada prinsipnya, bisnis konvensional dan bisnis digital memiliki konsep yang berbeda sehingga mereka perlu memahaminya secara penuh, pada kenyataannya perbedaan utama terletak pada media. Ketika sebuah media baru muncul, itu juga akan memunculkan perilaku baru. "Ketika perilaku itu baru, ini berarti akan mengarah pada pendekatan baru untuk bisnis Zimmerman & Scarbrough, (2005)

Saat ini harus diakui bahwa jika perusahaan mengadopsi konsep manajemen e-bisnis dalam mengelola organisasinya, perusahaan cenderung bertahan lebih lama dan bahkan menjadi kompetitif

di pasar. Tetapi bagi perusahaan yang tidak ingin menerapkan konsep e-bisnis cenderung sulit untuk dapat beradaptasi dengan perubahan yang ada.

Teknologi digital yang telah diterapkan dalam bentuk e-bisnis telah diperkenalkan sejak 20 tahun lalu. Awalnya pasukan militer lebih banyak menggunakan teknologi ini. Namun dalam perkembangannya perusahaan dan masyarakat umum juga telah terlibat aktif dalam memanfaatkan fasilitas teknologi digital ini.

Saat ini di semua kota besar seperti di Korea Selatan, supermarket Tesco Plc. telah menerapkan toko virtual, di mana orang dapat memesan produk secara digital dan kemudian hanya menunggu pengiriman barang ke rumah. Bisnis-bisnis HardRock Café di AS lebih lanjut berupaya memfasilitasi pelanggan mereka memesan makanan dan minuman dengan menerapkan sistem strategi seluler dengan model aplikasi pemesanan seluler. Di sisi lain bentuk bisnis penyewaan mobil Hertz yang menyediakan kios interaktif untuk pemesanan sewa mobil. Dan berbagai perusahaan lain.

Kita memang bisa menyebutnya sekarang era digital, jadi tentu saja konsep digital dapat dianggap sebagai salah satu media yang paling representatif untuk mengimplementasikan dan mempromosikan peningkatan penjualan produk. Jadi pengetahuan manajemen lebih lanjut dalam penerapan aplikasi di perusahaan juga harus memahami pergerakan pasar seperti ini.

Kewirausahaan dan Motivasi E-Bisnis

Chung & Meggison menyatakan bahwa "Motivasi didefinisikan sebagai / perilaku yang diarahkan pada tujuan. Ini menyangkut tingkat upaya yang dilakukan seseorang dalam mencapai tujuan yang berhubungan erat dengan kinerja (Chung & Meggison, 1981; Gomes, 2003) Motivasi dirumuskan sebagai perilaku yang ditujukan pada target. Motivasi berkaitan dengan tingkat upaya yang dilakukan seseorang dalam mengejar tujuan motivasi berkaitan erat dengan kepuasan kerja dan kinerja

Barelson dan Steiner mendefinisikan motivasi sebagai "semua kondisi perjuangan batin yang dengan beragam digambarkan sebagai keinginan, keinginan, kebutuhan, dorongan, dan sejenisnya menurut Marchrany, 1985, dalam Sastrohadiwiryono, (2003) Dengan demikian, motivasi dapat diartikan sebagai keadaan mental dan sikap mental manusia yang memberikan energi, mendorong aktivitas dan bergerak serta mengarahkan atau menyalurkan perilaku menuju pencapaian kebutuhan yang memberikan kepuasan atau mengurangi ketidakseimbangan (Sastrohadiwiryono, 2003)

Dengan begitu kita dapat memahami jika motivasi wirausaha untuk mengembangkan e-bisnis adalah dasar untuk membuat dirinya merasa lebih bermakna dalam memberikan dan menunjukkan karyanya kepada masyarakat dengan kata lain berkontribusi pada upaya mengembangkan dunia bisnis yang kompetitif dan kompetitif dalam pasar keras saat ini.

SIMPULAN

Saat ini harus diakui bahwa jika perusahaan mengadopsi konsep manajemen e-bisnis dalam mengelola organisasinya, perusahaan cenderung bertahan lebih lama dan bahkan lebih kompetitif di pasar. Tetapi bagi perusahaan yang tidak ingin menerapkan konsep e-bisnis cenderung sulit untuk dapat beradaptasi dengan perubahan yang ada.

Informasi data menunjukkan bahwa sekitar 18% populasi Indonesia sudah memiliki akun media sosial paling populer di dunia, kondisi ini terus berkembang dan peluang bisnis dalam e-bisnis menjadi sangat penting dan menguntungkan.

REFERENSI

- Buchari, A. (2008). *Entrepreneuers for Student and Public*. Bandung: Alfabeta.
- Chung, K. E., & Meggison, L. C. (1981). *Organizational Behavior: Developing Managerial Skills*. New York: Harper & Row Publishers.
- Gomes, F. C. (2003). *Human Resource Management*. Yogyakarta: Andi.
- Meredith, G. G., Nelson, R. E., & Neck, P. A. (2002). *Entrepreneur : Theory and practice*. Jakarta: Victory Jaya Abadi.
- Sastrohadiwiryo, S. (2003). *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia; Pendekatan Administratif dan Operasional*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2005). *Entrepreneuers and Small Business* (Terjemahan). Jakarta: Erlangga.