

Strategi pengamanan penjualan melalui transaksi e-commerce: studi kasus penjualan ivoucher Simpati di PT. Telekomunikasi Selular

Devy Puspitasari Jasmin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=92934&lokasi=lokal>

Abstrak

Eksistensi internet sebagai salah satu institusi dalam periode new economy ditegaskan lagi dengan bentuk transaksi bisnis yang dikenal dengan electronic commerce. Dalam pelaksanaan transaksi pembelian iVoucher simPATI melalui e-commerce masih memiliki kendala utama yaitu mengenai kepercayaan, proses administrasi, sistem pembayaran, sisi informasi dan teknologi serta hukum. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam strategi pengamanan penjualan melalui transaksi e-commerce dan alternatif strateginya. Diperlukan analisis deskriptif untuk penjelasan seluruh proses bisnis dari mulai proses administrasi, sistem pembayaran, sisi informasi dan teknologi serta hukum. Untuk melengkapi dilakukan proses hirarki analisis guna memudahkan pemilihan prioritas masalah dalam memutuskan alternatif strategi pengamanan penjualan melalui transaksi e-commerce. Urutan prioritas dari faktor-faktor yang mempengaruhi keamanan dalam transaksi e-commerce adalah masalah informasi dan teknologi, masalah hukum dan sistem pembayaran. Pelaku yang berperan adalah Internet Service Provider, Konsumen, Bank, Auditor, Pemerintah, Bank dan Certification Authority. Prioritas tujuan adalah pertumbuhan penjualan dan kepercayaan. Alternatif strategi yang dilaksanakan dengan fully e-commerce, manual atau double system. Adapun strategi pengamanan yang dilakukan pertama kali secara double system, fully electronic commerce dan yang terakhir dilakukan adalah secara manual. Dalam kondisi yang penuh ketidakpastian ini, maka strategi pengamanan penjualan melalui transaksi e-commerce perusahaan dilakukan dengan double system. Diiaksanakan dengan menggunakan sistem e-commerce tetapi untuk pelaksanaan verifikasi dilakukan cross cek secara manual misalnya melalui jaringan telepon. Menindaklanjuti pentingnya transaksi e-commerce di Indonesia dan pentingnya menjaga kepercayaan masyarakat sebagai penggunaannya, maka diperlukan seperangkat aturan yang mengatur e-commerce tersebut. Di samping perangkat hukum yang perlu disiapkan, kemudian edukasi masyarakat, pelaksanaan hukum. Dari kesiapan bisnis internal perusahaan harus disiapkan jauh-jauh hari.