

Bab 1. Pendahuluan

Internet saat ini bukanlah hal yang baru lagi disekitar kita. Bahkan sekarang banyak sekali pengguna internet di Indonesia. Bahkan menurut data yang didapat dari <http://www.internetworldstats.com/asia.htm#id> bahwa pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 39,600,000 pengguna, dan juga Indonesia berada di peringkat 5 di Asia menurut www.republika.co.id.

Dengan terus meningkatnya pengguna internet di Indonesia, maka hampir seluruh perusahaan yang ada di Indonesia sudah menggunakan internet sebagai operasional bisnis mereka. Maka E-Business saat ini menjadi hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk dapat meningkatkan bisnis mereka dan meningkatkan pelayanan baik itu untuk pelanggan atau dengan mitra bisnis yang lain.

E-business adalah praktek pelaksanaan dan pengelolaan proses bisnis utama seperti perancangan produk, pengelolaan pasokan bahan baku, manufaktur, penjualan, pemenuhan pesanan, dan penyediaan servis melalui penggunaan teknologi komunikasi, komputer, dan data yang telah terkomputerisasi, di dalam E-business itu sendiri terdapat e-commerce yang dimana e-commerce ini adalah merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Sehingga penerapan e-business di Indonesia sedang dalam tahap berkembang. Jika kita lihat pada beberapa website terkenal di Indonesia itu sudah terbukti bahwa sebenarnya internet itu sedang digemari oleh Indonesia, contohnya seperti social media yang belum lama ini semakin tenar di para pengguna internet di Indonesia. Fenomena ini harus bisa dimanfaatkan juga untuk kepentingan bisnis, bahkan sekarang masyarakat Indonesia banyak yang melakukan kegiatan e-commerce di Indonesia, seperti online shopping yang sedang merebak. E-commerce ini juga sangat *booming* karena sifatnya yang mudah, dan banyak sekali mengurangi *cost* yang ada. Tidak perlu berpergian, tidak perlu tempat fisik, dan akses yang mudah.

Bab 2. Pembahasan

2.1 Pengertian E-Business

Banyak definisi tentang e-business yang terdapat dalam literatur dan internet. Berikut ini adalah beberapa di antaranya:

- a. E-business adalah praktek pelaksanaan dan pengelolaan proses bisnis utama seperti perancangan produk, pengelolaan pasokan bahan baku, manufaktur, penjualan, pemenuhan pesanan, dan penyediaan servis melalui penggunaan teknologi komunikasi, komputer, dan data yang telah terkomputerisasi. (Steven Alter. Information System: Foundation of E-Business. Prentice Hall. 2002)
- b. E-business meliputi semua hal yang harus dilakukan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) untuk melakukan kegiatan bisnis antar organisasi maupun dari organisasi ke konsumen. (Sid L. Huff, dkk. 2000. Cases in Electronic Commerce. McGraw-Hill)
- c. Penggunaan internet dan teknologi digital lainnya untuk komunikasi, koordinasi, dan manajemen organisasi. (Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon. 2001. Essentials of Management Information Systems: Organization and Technology in Networked Enterprise. Prentice Hall)
- d. E-business adalah mengenai penggunaan teknologi internet untuk melakukan transformasi proses bisnis yang dilakukan. Bentuk e-business yang paling mudah terlihat adalah pembelian barang secara online baik retail maupun grosir. (Samantha Shurety.1999. E-business with Net.Commerce. Prentice Hall)
- e. Definisi e-business menurut IBM adalah sebuah pendekatan yang aman, fleksibel, dan terintegrasi untuk memberikan nilai bisnis yang berbeda dengan mengkombinasikan sistem dan proses yang menjalankan operasi bisnis utama dengan pemanfaatan teknologi internet. (Christoper Stooles. 2000. E-business – Just What is It? <http://ebusiness.about.com/industry>)
- f. Menghubungkan sistem teknologi informasi tradisional dengan internet akan menjadi sebuah e-business. (Daniel Amor. 2000. The E-business Revolution. Prentice Hall)
- g. E-business adalah mengelola bisnis di internet yang terkait dengan pembelian, penjualan, pelayanan terhadap konsumen, dan kolaborasi antar rekan bisnis.

Istilah e-business pertama kali digunakan salah satunya oleh IBM pada tahun 1997. (SearchCIO.com)

- h. Perusahaan di internet; Penggunaan internet untuk pengelolaan bisnis misalnya untuk menghubungkan dengan konsumen, supplier, pekerja, dan rekan bisnis.; Perusahaan yang menggunakan teknologi internet. (MSN Encarta)
- i. Definisi e-business secara sederhana adalah penggunaan internet untuk berhubungan dengan konsumen, rekan bisnis, dan supplier. Penggunaan internet menyebabkan proses bisnis menjadi lebih efisien. Dalam penggunaan e-business, perusahaan perlu untuk membuka data pada sistem informasi mereka agar perusahaan dapat berbagi informasi dengan konsumen, rekan bisnis, dan supplier dan dapat bertransaksi secara elektronik dengan mereka memanfaatkan internet. Bedanya e-business dengan e-commerce adalah e-commerce hanya berupa transaksi secara elektronik di internet sedangkan e-business termasuk juga pertukaran informasi secara online misalnya sebuah perusahaan manufaktur membagi informasi persediaan bahan baku ke supplier, sebuah lembaga keuangan membagi informasi tentang perbankan, credit card, dll dengan konsumen mereka, dan sebagainya. (Executive Guides: Business To Customer www.netessence.com.cy)
- j. E-bisnis adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan bisnis yang dijalankan pada internet, atau penggunaan teknologi internet untuk meningkatkan produktivitas dan keuntungan dari suatu bisnis. (<http://www.wisegeek.com/what-is-ebusiness.htm>)

2.2 Pengertian E-Commerce

Electronic Commerce (Perniagaan Elektronik), sebagai bagian dari Electronic Business (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan electronic transmission), oleh para ahli dan pelaku bisnis dicoba dirumuskan definisinya. Secara umum e-commerce dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa (trade of goods and service) dengan menggunakan media elektronik. Jelas, selain dari yang telah disebutkan di atas, bahwa kegiatan perniagaan tersebut merupakan bagian dari kegiatan bisnis. Kesimpulannya, “e-commerce is a part of e-business”.

E-commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (consumers), manufaktur (manufactures), service providers dan pedagang perantara (intermediaries) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (komputer networks) yaitu internet. Julian Ding dalam bukunya E-commerce: Law & Practice, mengemukakan bahwa e-commerce sebagai suatu konsep yang tidak dapat didefinisikan. E-commerce memiliki arti yang berbeda bagi orang yang berbeda.

Onno W. Purbo dan Aang Wahyudi yang mengutip pendapatnya David Baum, menyebutkan bahwa: “e-commerce is a dynamic set of technologies, applications, and business processes that link enterprises, consumers, and communities through electronic transaction and the electronic exchange of goods, services, and information”. Bahwa e-commerce merupakan suatu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

E-commerce digunakan sebagai transaksi bisnis antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain, antara perusahaan dengan pelanggan (customer), atau antara perusahaan dengan institusi yang bergerak dalam pelayanan public.

2.3 Klasifikasi E-Commerce

- Electronic Market

EMs adalah sebuah sarana yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan/menyajikan penawaran dalam sebuah segmen pasar, sehingga pembeli dapat membandingkan berbagai macam harga yang ditawarkan. Dalam pengertian lain, EMs adalah sebuah sistem informasi antar organisasi yang menyediakan fasilitas-fasilitas bagi para penjual dan pembeli untuk bertukar informasi tentang harga dan produk yang ditawarkan. Keuntungan fasilitas EMs bagi pelanggan adalah terlihat lebih nyata dan efisien dalam hal waktu. Sedangkan bagi penjual, ia dapat mendistribusikan informasi mengenai produk dan service yang ditawarkan dengan lebih cepat sehingga dapat menarik pelanggan lebih banyak.

- Electronic Data Interchange (EDI)

EDI adalah sarana untuk mengefisienkan pertukaran data transaksi-transaksi reguler yang berulang dalam jumlah besar antara organisasi-organisasi komersial.

Secara formal EDI didefinisikan oleh International Data Exchange Association (IDEA) sebagai “transfer data terstruktur dengan format standard yang telah disetujui yang dilakukan dari satu sistem komputer ke sistem komputer yang lain dengan menggunakan media elektronik”.

EDI sangat luas penggunaannya, biasanya digunakan oleh kelompok retail yang besar ketika melakukan bisnis dagang dengan para supplier mereka.

EDI memiliki standarisasi pengkodean transaksi perdagangan, sehingga organisasi komersial tersebut dapat berkomunikasi secara langsung dari satu sistem komputer yang satu ke sistem komputer yang lain tanpa memerlukan hardcopy, faktur, serta terhindar dari penundaan, kesalahan yang tidak disengaja dalam penanganan berkas dan intervensi dari manusia.

Keuntungan dalam menggunakan EDI adalah waktu pemesanan yang singkat, mengurangi biaya, mengurangi kesalahan, memperoleh respon yang cepat, pengiriman faktur yang cepat dan akurat serta pembayaran dapat dilakukan secara elektronik.

- Internet Commerce

Internet commerce adalah penggunaan internet yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi untuk perdagangan. Kegiatan komersial ini seperti iklan dalam penjualan produk dan jasa. Transaksi yang dapat dilakukan di internet antara lain pemesanan/pembelian barang dimana barang akan dikirim melalui pos atau sarana lain setelah uang ditransfer ke rekening penjual.

Penggunaan internet sebagai media pemasaran dan saluran penjualan terbukti mempunyai keuntungan antara lain untuk beberapa produk tertentu lebih sesuai ditawarkan melalui internet; harga lebih murah mengingat membuat situs di internet lebih murah biayanya dibandingkan dengan membuka outlet retail di berbagai tempat; internet merupakan media promosi perusahaan dan produk yang paling tepat dengan harga yang relatif lebih murah; serta pembelian melalui internet akan diikuti dengan layanan pengantaran barang sampai di tempat pemesan.

2.4 Karakteristik E-Commerce

- **Transaksi Tanpa Batas**

Sebelum era internet, batas-batas geografi menjadi penghalang suatu perusahaan atau individu yang ingin go-international. Sehingga, hanya perusahaan atau individu dengan modal besar yang dapat memasarkan produknya ke luar negeri. Dewasa ini dengan internet pengusaha kecil dan menengah dapat memasarkan produknya secara internasional cukup dengan membuat situs web atau dengan memasang iklan di situs-situs internet tanpa batas waktu (24 jam), dan tentu saja pelanggan dari seluruh dunia dapat mengakses situs tersebut dan melakukan transaksi secara online.
- **Transaksi Anonim**

Para penjual dan pembeli dalam transaksi melalui internet tidak harus bertemu muka satu sama lainnya. Penjual tidak memerlukan nama dari pembeli sepanjang mengenai pembayarannya telah diotorisasi oleh penyedia sistem pembayaran yang ditentukan, yang biasanya dengan kartu kredit.
- **Produk digital/Non-digital**

Produk-produk digital seperti software komputer, musik dan produk lain yang bersifat digital dapat dipasarkan melalui internet dengan cara mendownload secara elektronik. Dalam perkembangannya obyek yang ditawarkan melalui internet juga meliputi barang-barang kebutuhan hidup lainnya.
- **Produk Barang tak berwujud**

Banyak perusahaan yang bergerak di bidang e-commerce dengan menawarkan barang tak berwujud seperti data, software dan ide-ide yang dijual melalui internet.

2.5 Jenis E-Business

1. **Business-to-Business (B2B)**. Semua partisipan di dalam B2B e-commerce adalah pebisnis atau organisasi lain. Sebagai contoh beberapa aplikasi Mark&Spencer's terdiri B2B dengan supplier. Saat ini, 85% dari volume EC adalah B2B (Cunningham 2001).
2. **Business-to-consumer (B2C)**. Meliputi transaksi eceran (Retail transaction) dari suatu produk dan jasa dari pebisnis ke pembeli individu. Tipe pembeli

seperti di Mark&Spencer online atau pada Amazon.com adalah customer atau consumer. EC tipe ini disebut juga e-tailing.

3. Business-to-business-to-Consumer (B2B2C). Tipe bisnis ini menyediakan produk dan jasa untuk klien bisnis. Klien bisnis memelihara pelanggannya, yang dapat sebagai karyawannya, untuk mana produk dan jasanya disediakan tanpa menambahkan nilai tambah lainnya. Satu contoh adalah satu perusahaan yang membayar AOL (American Online) untuk menyediakan karyawannya akses internet (dari sekadar
4. Consumer-to-business (C2B). meliputi individu yang menggunakan internet untuk menjual produk dan jasa kepada organisasi, seperti layaknya seorang individu mencari penjual untuk menawarkan produk atau jasanya seperti yang mereka inginkan. Priceline.com dikenal sebagai C2B organizer untuk beberapa transaksi.
5. Consumer-to-consumer (C2C). Dalam kategori ini, konsumen yang satu akan menjual langsung kepada konsumen yang lain. Sebagai contoh seorang individu menjual mobil, rumah (property), dan seterusnya dalam klasifikasi online. Penawaran jasa individu melalui internet dan menjual pengetahuan dan keahlian secara online adalah contoh dari C2C. Sebagai tambahan, banyak situs pelelangan mengizinkan kepada perorangan/individu untuk menempatkan item-item mereka untuk di lelang.
6. Mobile commerce (m-commerce). Transaksi EC yang dilakukan secara penuh atau sebagian di dalam lingkungan nirkabel (Wireless). Sebagai contoh, beberapa orang yang diperlengkapi dengan cell phones, orang dapat melakukan order buku dari amazon.com atau hal-hal yang berhubungan dengan perbankan. Banyak aplikasi m-commerce terdiri dari perangkat bergerak berbasis internet (Internet-enabled mobile devices).
7. Intrabusiness EC. Mencakup semua aktivitas internal organisasi yang meliputi pertukaran barang, jasa, atau informasi diantara beberapa unit dan individu di dalam
8. Business-to-employees (B2E). Adalah bagian dari Intrabisnis, dimana suatu organisasi mengirimkan jasa, informasi, atau produk kepada karyawan individu, seperti yang dilakukan oleh Maybelline.
9. Collaborative commerce. Ketika individu atau kelompok melakukan kolaborasi, mereka akan tumbuh kedalam collaborative commerce. Sebagai

contoh, rekan bisnis di dalam suatu lokasi yang berbeda dapat mendesign produk mereka secara bersamaan, menggunakan screen sharing, atau mereka secara bersama-sama memperkirakan jumlah permintaan dari suatu produk, seperti yang dilakukan oleh Mark&Spencer dan suppliernya.

10. Nonbusiness EC. Pertumbuhan jumlah dari institus non-profit seperti institusi akademik, organisasi non-profit, organisasi kerohanian, organisasi social, dan agen-agen pemerintah yang menggunakan EC telah menurunkan pengeluaran mereka atau untuk meningkatkan proses operasi dan layanan kepada pelanggan.
11. E-Learning. Training atau edukasi yang disajikan secara online. E-Learning digunakan secara mendalam di dalam suatu perusahaan untuk pelatihan karyawannya (disebut e-training). E-Learning juga disebut sebagai universitas maya.
12. Exchange-to-exchange (E2E). Merupakan Pasar Publik Elektronik (Public Electronic Market) diantara pembeli dan penjual.
13. E-Government. Di dalam e-Government EC, entitas di dalam pemerintahan membeli atau menyediakan barang-barang, jasa, atau informasi kepada pelaku bisnis (G2B) atau kepada warganya (G2C).

2.6 Cloud Computing

Saat ini cloud computing sedang akan masuk untuk mendukung e-business di Indonesia, yang dimana cloud computing adalah Cloud computing adalah teknologi yang menggunakan internet dan server pusat yang jauh untuk menjaga/mengelola data dan aplikasi. Cloud computing membantu konsumen dan pebisnis untuk menggunakan aplikasi tanpa melakukan instalasi, mengakses file pribadi mereka di komputer manapun dengan akses internet. Teknologi ini memungkinkan efisiensi lebih dengan memusatkan penyimpanan, memory, pemrosesan, dan bandwidth. Contoh cloud computing adalah Yahoo email atau Gmail. Anda tidak perlu software atau server untuk menggunakannya. Semua konsumen hanya perlu koneksi internet dan mereka dapat mulai mengirimkan email. Software manajemen email dan server semuanya ada di cloud (internet) dan secara total dikelola oleh provider seperti Yahoo, Google, dan lain-lain. Cloud computing dipecah ke dalam 3 segmen : **aplikasi, platform, dan infrastruktur**. Setiap segmen memberikan tujuan dan penawaran produk yang berbeda untuk pebisnis dan individual di seluruh dunia. Pada bulan Juni

2009, penelitian dilakukan oleh VersionOne yg menemukan bahwa 41% profesional senior di bidang IT tidak tahu apa itu cloud computing dan dua pertiga dari profesional keuangan bingung dengan konsep tersebut. Pada bulan September 2009, penelitian Aberdeen Group menemukan bahwa perusahaan yang disiplin mencapai rata-rata 18% pengurangan biaya IT mereka dari cloud computing dan 16% pengurangan dalam data center power costs. Sumber: <http://id.shvoong.com/internet-and-technologies/software/2022693-definisi-cloud-computing/#ixzz1RiFxRhBZ>

2.7 Dukungan Pemerintah

Dengan berkembangnya e-business dan transaksi online di internet, maka mulai pada tahun 2009 pemerintah mengeluarkan undang-undang tentang perdagangan elektronik. Dengan adanya undang-undang ini maka untuk melakukan kegiatan e-business di Indonesia ini sudah dilindungi oleh hukum, sehingga kita tidak usah cemas apabila akan mengimplentasikan e-business. Contoh beberapa undang-undang ITE yang pemerintah berikan antara lain adalah :

Bagian Kedua Penyelenggaraan Sistem Elektronik

Pasal 15

- (1) Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik harus menyelenggarakan Sistem Elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya Sistem Elektronik sebagaimana mestinya.
- (2) Penyelenggara Sistem Elektronik bertanggung jawab terhadap Penyelenggaraan Sistem Elektroniknya.
- (3) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku dalam hal dapat dibuktikan terjadinya keadaan memaksa, kesalahan, dan/atau kelalaian pihak pengguna Sistem Elektronik.

Pasal 16

- (1) Sepanjang tidak ditentukan lain oleh undang-undang tersendiri, setiap Penyelenggara Sistem Elektronik wajib mengoperasikan Sistem Elektronik yang memenuhi persyaratan minimum sebagai berikut:
 - a. dapat menampilkan kembali Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik secara utuh sesuai dengan masa retensi yang ditetapkan dengan Peraturan Perundang undangan
 - b. dapat melindungi ketersediaan, keutuhan, keotentikan, kerahasiaan, dan keteraksesan Informasi Elektronik dalam Penyelenggaraan Sistem Elektronik tersebut

- c. dapat beroperasi sesuai dengan prosedur atau petunjuk dalam Penyelenggaraan Sistem Elektronik tersebut
- d. dilengkapi dengan prosedur atau petunjuk yang diumumkan dengan bahasa, informasi, atau simbol yang dapat dipahami oleh pihak yang bersangkutan dengan Penyelenggaraan Sistem Elektronik tersebut dan
- e. memiliki mekanisme yang berkelanjutan untuk menjaga kebaruan, kejelasan, dan kebertanggungjawaban prosedur atau petunjuk. (

(2) Ketentuan lebih lanjut tentang Penyelenggaraan Sistem Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

2.8 Point-point model E-business

1. Product

Contoh : www.apple.com

2. Price

Contoh : www.handango.com

3. Place

- Content Sponsorship : www.yahoo.com
- Direct Selling : www.dell.com
- Infomediari : www.hoovers.com
- Intermediari : www.ebay.com

4. Promotion

- Online advertising : www.o-a.com
- Content publishing : www.purefishing.com
- E-mail : <http://mail.yahoo.com>

5. Relationship Marketing

- CRM : www.indocomunity.com

2.7 Contoh-Contoh Perusahaan yang sudah menggunakan E-Business di Indonesia

- www.kaskus.us

website ini awalnya adalah sebuah forum yang usernya berkumpul untuk membicarakan ketertarikan masing-masing, seperti tertarik dengan ikan, otomotif, olahraga, film, music, dan sebagainya. Kaskus.us ini sudah lama berdiri sebagai forum terbesar di Indonesia. Kemudian kaskus.us ini mengembangkan kategorinya tidak hanya sekedar forum untuk berkumpul dan

berdiskusi saja, kaskus membuka bagian khusus untuk jual-beli, maka bagian tersebut diberikan nama sebagai forum jual-beli. Di tempat tersebut diberlakukanlah sistem e-commerce, karena orang menjual barang melalui kaskus, dan juga transaksi yang dilakukan antara penjual dan pembeli menggunakan transaksi elektronik. Untuk lebih memudahkan mereka, kaskus juga memberikan transaksi online yang mudah, yang dinamakan “kaskus e-pay” , sehingga hal ini menjadikan kaskus salah satu perusahaan yang mengimpelentasikan kegiatannya dengan e-business.

- www.Tokobagus.com

Webstite ini menyediakan penjualan online yang mudah dalam hal transaksi, barang-barang yang dijual juga banyak kategorinya, yang mereka jual bisa dari mereka sendiri, atau mempertemukan penjual dan pembeli. Perusahaan ini dinilai sudah menggunakan e-business karena untuk dapat membeli barang mereka perlu adanya transaksi secara online.

- www.airasia.com

Penggunaan internet sebagai bisnis model inti dalam perusahaan juga biasa dikenal dengan e-business. Melalui AirAsia.com, maka customer hanya perlu mengakses situs dari AirAsia.com untuk melakukan reservasi tiket pesawat, bahkan lebih jauh lagi, mereka dapat melakukan reservasi untuk hotel dan berbagai paket menarik yang ditawarkan oleh AirAsia.com. Dengan sistem e-Business tersebut, AirAsia dapat melakukan efisiensi biaya seperti komisi untuk travel agent, dan juga AirAsia tidak perlu membuat sistem Human Resource sebanyak pada perusahaan penerbangan lainnya. E-Business yang diterapkan AirAsia termasuk dalam aplikasi B2C (Business to Consumer) dimana aplikasi ini ditujukan agar consumer dapat langsung berhubungan dengan pihak perusahaan tanpa harus melalui perantara (travel agent) seperti sistem reservasi konvensional. Penerapan e-Business pada AirAsia memberikan berbagai keuntungan baik untuk pihak perusahaan maupun bagi pihak customer. Sistem yang digunakan sebagai POS (Point Of Sales) disebut dengan Global Distribution System (GDS). GDS memiliki interface yang berupa GUI (Graphical User Interface) yang langsung berhadapan dengan pelanggan. Saat pelanggan berinteraksi dengan sistem melalui GUI, maka sistem tersebut secara real-time akan melakukan proses-proses back-office

diantaranya melakukan validasi, otorisasi dan konfirmasi yang akhirnya akan memberikan pelanggan suatu bukti penjualan tiket sehingga bukti penjualan ini yang akhirnya akan digunakan sebagai tiket pesawat.

Bab 3 Kesimpulan

E-business meliputi semua hal yang harus dilakukan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) untuk melakukan kegiatan bisnis antar organisasi maupun dari organisasi ke konsumen. (Sid L. Huff, dkk. 2000. Cases in Electronic Commerce. McGraw-Hill).

Electronic Commerce (Perniagaan Elektronik), sebagai bagian dari Electronic Business (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan electronic transmission), oleh para ahli dan pelaku bisnis dicoba dirumuskan definisinya. Secara umum e-commerce dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa (trade of goods and service) dengan menggunakan media elektronik.

Terdapat beberapa karakteristik E-Commerce yang ada antara lain :

- Transaksi Anonim
- Transaksi tanpa batas
- Produk digital/Non-digital
- Produk Barang tak berwujud

Juga terdapat jenis-jenis e-business yang dapat digunakan, antara lain :

1. Business-to-Business (B2B).
2. Business-to-consumer (B2C).
3. Business-to-business-to-Consumer (B2B2C).
4. Consumer-to-business (C2B).
5. Consumer-to-consumer (C2C).
6. Mobile commerce (m-commerce).
7. Intrabusiness EC.
8. Business-to-employees (B2E).
9. Collaborative commerce.
10. Nonbusiness EC.
11. E-Learning