BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dijelaskan beberapa konsep dan dasar teori yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas sebagai dasar pemahaman dalam mengimplementasikan konsep-konsep tersebut kedalam semua kegiatan pengembangan sistem.

2.1. Tinjauan Toko

Pada tahap ini merupakan tahap peninjauan terhadap tempat penelitian yaitu Toko Taufik Jaya Sport.

2.1.1 Sejarah Toko Taufik Jaya Sport

Toko Olahraga Taufik Jaya Sport adalah perusahaan milik perseorangan yang berdiri pada tanggal 11 April 1998 .Toko ini berlokasi di jalan raya Cileunyi No.10 Bandung dan yang bertindak sebagai pendiri dan pemilik sarana perusahaan ini adalah Bapak **Taufik Fajar.**

Toko Olahraga Taufik Jaya Sport yang baru beroperasi kurang lebih duabelas tahun ini bergerak dalam penjualan alat-alat olahraga antara lain:

1) Sepatu Olahraga
2) Pakaian Olahraga
3) Aksesoris Olahraga

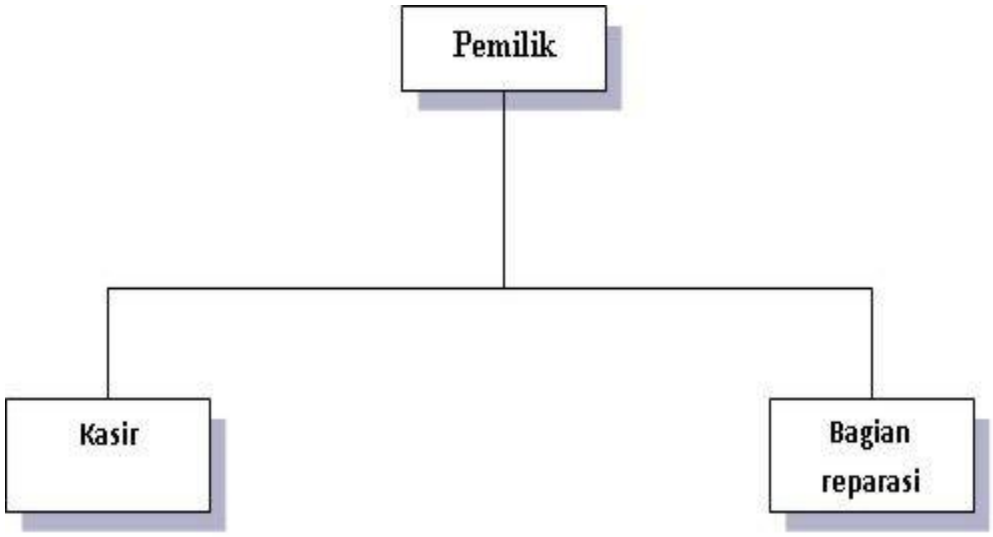
Dalam memperoleh produk-produk yang akan dipasarkan, perusahaan ini banyak menjalin kerjasama dengan perusahaan lain yang memproduksi alat-alat olahraga. Dengan semakin bertambahnya barang yang dibeli maka diperlukan

manajemen dan pengelolaan yang lebih baik agar memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada konsumen, khususnya persediaan barang yang cukup agar barang – barang yang dicari konsumen selalu tersedia.

2.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan gambaran formal organisasi yang menunjukkan adanya pemisahan fungsi, uraian tugas, wewenang dan tanggung jawab yang disusun untuk membantu pencapaian hasil usaha perusahaan serta pengendaliannya secara efektif. Bentuk organisasi Toko Olahraga Taufik Jaya Sport didasarkan atas tinjauan dari segi wewenang, tanggung jawab dan hubungan kerja dalam fungsi organisasi.

Toko Olahraga Taufik Jaya Sport yang termasuk ke dalam kategori perusahaan perseorangan memiliki struktur organisasi sederhana yang dapat dilihat pada gambar 2.1.



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Perusahaan

2.1.3 Deskripsi Tugas

Berikut ini akan diuraikan tugas-tugas dari beberapa bagian pada struktur organisasi di Toko Olahraga Taufik Jaya Sport.

1. Pemilik

   Tugas:

   a. Sebagai pimpinan tertinggi dan investor dalam perusahaan.
   b. Mengambil keputusan, apabila perusahaan mengalami kesulitan permodalan.

2. Kasir

   Tugas :

   a. Menerima dan mengeluarkan uang sesuai dengan dokumen sumber atau tanda otorisasi yang sah.
   b. Menyimpan dan menyediakan uang untuk aktivitas operasi perusahaan.
   c. Membuat pertanggungjawaban dan bertanggung jawab terhadap kebenaran uang yang diterima dan dikeluarkan.
   d. Bertanggung jawab terhadap kekurangan kas dan uang palsu apabila masih berada di bawah tanggung jawabnya.
   e. Menata dokumen sumber uang yang diterima dan dikeluarkan.

3. Bagian Reparasi

   Tugas :

   a. Menerima perbaikan produk – produk yang mengalami kerusakan
   b. Menerima pemasangan senar raket.

2.2. *E-commerce*

2.2.1 Definisi *E-commerce*

Definisi *e-commerce* menurut kamus Wikipedia adalah pembelian dan penjualan produk atau layanan melalui sistem elektronik seperti internet dan jaringan komputer lainnya. Jumlah perdagangan dilakukan secara elektronik telah berkembang luar biasa dengan penggunaan internet yang meluas. Penggunaan metode perdagangan yang dilakukan dengan cara ini lahir sebagai akibat inovasi yang terjadi dalam transfer dana elektronik, manajemen, pemasaran internet, proses transaksi online, elektronik data interchange (EDI), inventarisasi sistem manajemen, dan sistem pengumpulan data otomatis.

Menurut **David Baum,** pengertian *e-commerce* adalah: "*E-Commerce is a dynamic set of technologies, applications, and business process that link enterprise, consumers, and communities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, services, and information"*. *E-Commerce* 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.

Menurut **Roger Clarke** dalam "*Electronic Commerce Definitions*" menyatakan bahwa *e-commerce* adalah *"The conduct of commerce in goods and services, with the assistance of telecomunications and telecomunications-based tools" (e-commerce* adalah tata cara perdagangan barang dan jasa yang menggunakan media telekomunikasi dan telekomunikasi sebagai alat bantunya).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* adalah suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik.

Dengan adanya *e-commerce* maka akan memberikan keuntungan yang banyak diantaranya adalah :

1. Kemampuan grafis internet mampu memperlihatkan produk apa adnya (natural) serta dapat membuat brosur berwarna dan menyebarkannya tanpa ongkos/biaya cetak
2. Tanpa batas-batas wilayah dan waktu, sehingga memberikan jangkauan pemasaran yang luas dan tak terbatas oleh waktu.
3. *Revenue stream* (arus pendapatan) yang baru yang mungkin sulit atau tidak dapat diperoleh melalui cara konvensional
4. Meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar), dimana dengan penggunaan *e-commerce* memungkinkan untuk meningkatkan pangsa pasar yang semula mempunyai pangsa pasar di dalam negeri saja, dengan adanya *e-commerce* maka pangsa pasar menjangkau luar negeri
5. Menurunkan biaya operasi (*operating cost).*
6. Memungkinkan transaksi jual beli secara langsung, mudah dan nikmat, maksudnya adalah proses jual beli yang terjadi dalam *e-commerce* tidak membutuhkan perantara, dimana proses transaksi yang terjadi langsung antara *merchant* dengan *customer*.

7. *Disintermediation* adalah proses meniadakan calo dan pedagang perantara. Dengan kata lain, konsumen tidak perlu membayar lebih untuk sebuah barang atau jasa yang dibelinya.
8. Menggunakan *digital cash* atau elektronik *cash* (*e-cash*). Tanpa harus membayar dengan uang tunai.
9. Memberikan kesempatan konsumen untuk mendapatkan produk atau *service* terbaik dari berbagai pilihan yang ada karena konsumen mendapat kesempatan untuk memilih berbagai jenis produk atau *service* secara langsung.
10. Memberikan kesempatan bagi konsumen yang terpisah tempat tinggalnya dari produsen untuk berinteraksi, berdiskusi, dan bertukar pengalaman.

    Terdapat bahaya potensial karena dapat terjadi kesenjangan sosial antara orang-orang yang memiliki kemampuan teknis dalam *e-commerce* dengan yang tidak, yang memiliki keahlian digaji lebih tinggi daripada yang tidak.

a. Adanya sumber daya yang terbuang

   Munculnya teknologi baru akan membuat teknologi lama tidak dimanfaatkan lagi. Misalnya dengan komputer model lama atau *software* model lama yang sudah tidak relevan untuk digunakan.

b. Sulitnya mengatur internet

   Sejumlah kriminalitas telah terjadi di internet dan banyak yang tidak terdeteksi. Karena jumlah jaringan yang terus berkembang semakin luas dan jumlah pengguna yang semakin banyak, seringkali membuat pihak berwenang kesulitan dalam membuat peraturan untuk internet.

2.2.2 Karakteristik *E-commerce*

Menurut Deris, S. (2002:3), Jenis *E-commerce* dapat dibagi menjadi dua jenis, diantaranya:

1. *Business to Business E-commerce,* memiliki karakteristik adalah sebagai berikut:
    1. *Trading partners,* yang sudah mengetahui dan umumnya memiliki hubungan yang cukup lama. Informasi hanya dipertukarkan dengan partner tersebut. Dikarenakan sudah mengenal lawan komunikasi, maka jenis informasi yang dikirimkan dapat disusun sesuai dengan kebutuhan dan kepercayaan.
    2. Pertukaran data berlangsung berulang-ulang dan secara berkala, misalnya setiap hari, dengan format data yang sudah disepakati bersama. Dengan kata lain, servis yang digunakan sudah tertentu. Hal ini memudahkan pertukaran data untuk dua *entity* yang menggunakan standar yang sama.
    3. Salah satu pelaku dapat melakukan inisiatif untuk mengirimkan data, tidak harus menunggu parternya.
    4. Model yang umum digunakan adalah *peer to peer*, dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.
2. *Business to Consumer E-commerce* memiliki karakteristik :
    1. Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarkan ke umum.
    2. Servis yang diberikan bersifat umum dengan mekanisme yang dapat digunakan oleh khalayak ramai. Sebagai contoh, karena sistem Web sudah umum digunakan maka servis diberikan dengan menggunakan basis Web.

3. Servis diberikan berdasarkan permohonan. Konsumen melakukan inisiatif dan produser harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan.
4. Pendekatan *client/*server sering digunakan dimana diambil asumsi *client* (*constumer*) menggunakan sistem yang minimal (berbasis Web) dan *processing* (*business procedure*) diletakkan di sisi *server*.

Menurut Darul quthni (2006:2) dalam *terminology E-commerce* yang popular, transaksi yang dilakukan didasarkan pada beberapa jenis yaitu:

1. *Business-to-business* (B2B) yang biasanya diterapkan pada transaksi bisnis, organisasi nirlaba atau pemerintah.
2. *Business-to-consumer* (B2C) berupa transaksi *E-commerce* dimana pembelinya adalah individu.
3. *Consumer-to-consumer* (C2C) disini konsumen menjual secara langsung ke orang lain sebagai konsumen individu melalui periklanan elektronik atau *auction site* (lewat agen)
4. *Consumer-to-business* (C2B) Dalam kategori ini individu menjual barang dan jasa ke perusahaan.

Sedangkan menurut Lupiyadi (2001:232) bahwa jasa portal internet ini juga memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. *Intangible*

   Artinya ini jasa maya, tidak bisa dilihat bagaimana bentuknya dan lebih bersifat abstrak. Hal ini berarti bahwa jasa portal internet bisa memiliki kemampuan untuk mendeferensiasikan produknya sehingga berbeda dengan yang lain. Di dalam

dunia maya bebas mewujudkan apapun yang diinginkan, bahkan merubah wajah kita sekalipun. Kantornya pun bisa berpindah tempat, bagi para wartawannya ia bisa mengerjakannya dirumah sekalipun (*virtual office*).

2. *Heterogenity*

Service jasa biasanya memiliki ketidak standaran dalam proses pelayanan terhadap para pelanggannya. Masing-masing pelanggan merasakan ketidaksamaan akan pelayanan *service*. Akan tetapi pada kenyataannya dalam jasa situs internet ini yang kita dapati adalah keseimbangan dalam pelayanan terhadap semua pelanggan karena berbasis pada alat-alat teknologi yang memiliki kecanggihan yang tinggi. Akan tetapi ada tiga hal penting yang mendasar dan menjadi ciri budaya dunia Internet, ketiga ciri tersebut adalah :

a. Supaya jasa Internet ini bisa berkembang maka diperlukan adanya dunia dimensi lain yang potensial.
b. Memperbaiki *content* dengan isi yang lebih baru dan menarik atau ciri content. Nah *content* inilah yang barangkali tidak standart dalam pelayanannya karena siapa yang mengisi *content* itu adalah manusia yang bisa membuat kesalahan sehingga menimbulkan ketidakpuasan.
c. Aspek bisnis yang bisa disumbangkan ke dunia Internet yang kita bahas sekarang ini adalah *E-commerce*.

Ada juga yang menyatakan bahwa bisnis portal internet ini bisa ada karena budaya yang bisa hidup akibat tiga hal di bawah ini, yaitu:

a. Teknologi

b. Proses yang sudah IT base

c. *Human Resource* atau faktor manusianya

3. *Inseparability*

   Jasa biasanya dikonsumsi dan diproduksi dengan waktu yang sama dimana partisipasi pelanggan ada dalam proses penyampaiannya. Demikian juga pada waktu kita menggunakan jasa portal Internet tertentu.

4. *Perishability*

   Sangat tidak memungkinkan untuk menyimpan jasa tersebut sebagai *Inventory*. Jika dunia tersebut tidak terlihat, tentu saja mustahil untuk menyimpannya dalam gudang, kecuali jika gudang yang dimaksud adalah gudang maya yang berupa *inbox* atau *harddisk*.

2.2.3 Mekanisme *E-commerce*

Transaksi elektronik antara *e-merchant* (pihak yang menawarkan barang atau jasa melalui internet) dengan *e-customer* (pihak yang membeli barang atau jasa melalui internet) yang terjadi di dunia maya atau di internet pada umumnya berlangsung secara paperless transaction, sedangkan dokumen yang digunakan dalam transaksi tersebut bukanlah paper document, melainkan dokumen elektronik (*digital document*).

Kontrak *online* dalam *e-commerce* menurut Santiago Cavanillas dan A. Martines Nadal, seperti yang dikutip oleh Arsyad Sanusi memiliki banyak tipe dan variasi yaitu :

1. Kontrak melalui *chatting* dan *video conference*.
2. Kontrak melalui *e-mail.*
3. Kontrak melalui web atau situs.

Chatting dan *Video Conference* adalah alat komunikasi yang disediakan oleh internet yang biasa digunakan untuk dialog interaktif secara langsung. Dengan *chatting* seseorang dapat berkomunikasi secara langsung dengan orang lain persis seperti telepon, hanya saja komunikasi lewat *chatting* ini adalah tulisan atau pernyataan yang terbaca pada komputer masing-masing.

Sesuai dengan namanya, *video conference* adalah alat untuk berbicara dengan beberapa pihak dengan melihat gambar dan mendengar suara secara langsung pihak yang dihubungi dengan alat ini. Dengan demikian melakukan kontrak dengan menggunakan jasa chatting dan *video conference* ini dapat dilakukan secara langsung antara beberapa pihak dengan menggunakan sarana komputer atau monitor televisi.

Kontrak melalui *e-mail* adalah salah satu kontrak *online* yang sangat populer karena pengguna *e-mail* saat ini sangat banyak dan mendunia dengan biaya yang sangat murah dan waktu yang efisien. Untuk memperoleh alamat *e-mail* dapat dilakukan dengan cara mendaftarkan diri kepada penyedia layanan *e-mail* gratis atau dengan mendaftarkan diri sebagai *subscriber* pada *server* atau ISP tertentu.

Kontrak *e-mail* dapat berupa penawaran yang dikirimkan kepada seseorang atau kepada banyak orang yang tergabung dalam sebuah *mailing list*, serta penerimaan dan pemberitahuan penerimaan yang seluruhnya dikirimkan melalui *e-mail*.

Disamping itu kontrak *e-mail* dapat dilakukan dengan penawaran barangnya diberikan melalui situs web yang memposting penawarannya, sedangkan penerimaannya dilakukan melalui *e-mail*.

Kontrak melalui *web* dapat dilakukan dengan cara situs *web* seorang *supplier* (baik yang berlokasi di *server supplier* maupun diletakkan pada *server* pihak ketiga) memiliki diskripsi produk atau jasa dan satu seri halaman yang bersifat *self-contraction*, yaitu dapat digunakan untuk membuat kontrak sendiri, yang memungkinkan pengunjung *web* untuk memesan produk atau jasa tersebut.

Para konsumen harus menyediakan informasi personal dan harus menyertakan nomor kartu kredit. Selanjutnya, mekanismenya adalah sebagai berikut:

1) Untuk produk *online* yang berupa *software*, pembeli diizinkan untuk men*download*nya.
2) Untuk produk yang berwujud fisik, pengiriman barang dilakukan sampai di rumah konsumen.
3) Untuk pembelian jasa, *supplier* menyediakan untuk melayani konsumen sesuai dengan waktu dan tempat yang telah ditentukan dalam perjanjian.

Mekanisme transaksi elektronik dengan *e-commerce* dimulai dengan adanya penawaran suatu produk tertentu oleh penjual (misalnya bertempat kedudukan di

USA) di suatu *website* melalui *server* yang berada di Indonesia (misalnya detik.com). Apabila konsumen Indonesia melakukan pembelian, maka konsumen tersebut akan mengisi *order mail* yang telah disediakan oleh pihak penjual.

Selanjutnya cara pembayaran yang dapat dilakukan oleh konsumen tersebut dapat memilih dengan :

1. Transaksi model ATM.
2. Pembayaran langsung antara dua pihak yang bertransaksi tanpa perantara.
3. Dengan perantara pihak ketiga.
4. Dengan *micropayment*.
5. Dengan *Anonymous Digital Cash*.

Dewasa ini lembaga-lembaga pembiayaan, seperti *Visa* dan *Mastercard*, telah mengembangkan sistem pembayaran dengan *Secure Electronic Transaction (SET)*. Dengan sistem ini transaksi akan melibatkan lembaga CA *(Certificate of Authenticity)* dan *payment gateway*. Uraian mengenai hal ini selanjutnya akan dibahas pada bagian terakhir bahasan hukum dan *cyberlaw*.

Tetapi pada intinya mekanisme pembayaran dengan menggunakan SET ini melibatkan beberapa pihak yaitu :

1. *Issuer*, yaitu institusi financial yang mengeluarkan kartu bank.
2. *Cardholder*, yaitu konsumen yang telah terdaftar di *issuer*.
3. *Merchant*, yaitu penjual barang atau jasa atau informasi.

4. *Acquirer*, yaitu institusi finansial yang menyediakan pelayanan untuk memproses transaksi kartu bank.
5. CA, yaitu lembaga yang memiliki otoritas untuk mengeluarkan sertifikat digital.

Apabila proses pembayaran tersebut telah diotorisasi, maka proses selanjutnya adalah pengiriman barang. Cara pengiriman barang tersebut disesuaikan dengan macam produk yang diperdagangkan. Untuk produk yang berupa barang-barang berwujud, maka pengirimannya dilakukan melalui pengiriman biasa, sedangkan untuk barang-barang tak berwujud seperti jasa, *software* atau produk digital lainnya maka pengirimannya melalui proses *download*.

Dalam proses terjadinya transaksi *e-commerce*, menurut Julian Ding sebagaimana dikutip oleh Marian Darus Badrulzaman menentukan bahwa :

"A contract is a struck when two or more persons agree to a certain course of conduct".

Maksudnya, kontrak adalah sebagai pertemuan dalam dua atau lebih pihak setuju melakukan tindakan tertentu, sehingga pada saat itulah kesepakatan tercapai.

Maka tahapan dalam transaksi elektronik melalui *e-commerce* dapat diurutkan sebagai berikut :

1. *E-customer* dan *e-merchant* bertemu dalam dunia maya melalui *server* yang disewa dari *Internet Server Provider (ISP)* oleh *e-merchant*.
2. Transaksi melalui *e-commerce* disertai *term of use* dan *sales term condition* atau *klausula standar*, yang pada umumnya *e-merchant* telah meletakkan klausula

kesepakatan pada *website*, sedangkan *e-customer* jika berminat tinggal memilih tombol *accept* atau menerima.

3. Penerimaan *e-customer* melalui mekanisme *"klik"* tersebut sebagai perwujudan dari kesepakatan yang tentunya mengikat pihak *e-merchant*.
4. Pada saat kedua belah pihak mencapai kesepakatan, kemudian diikuti dengan proses pembayaran, yang melibatkan dua bank perantara dari masing-masing pihak yaitu *acquiring merchant bank* dan *issuing customer bank*. Prosedurnya *e-customer* memerintahkan kepada *issuing customer bank* untuk dan atas nama *e-customer* melakukan sejumlah pembayaran atas harga barang kepada *acquiring merchant bank* yang ditujukan kepada *e-merchant*.

Setelah proses pembayaran selesai kemudian diikuti dengan proses pemenuhan prestasi oleh pihak *e-merchant* berupa pengiriman barang sesuai dengan kesepakatan mengenai saat penyerahan dan spesifikasi barang.

2.2.4 Fitur-fitur *E-commerce*

Beberapa fitur-fitur tambahan aplikasi umum yang berhubungan dengan *e-commerce* diantaranya adalah:

1. *E-mail* dan *Messaging*
2. *Content Management Systems*
3. Dokumen, *spreadsheet, database*
4. Akunting dan sistem keuangan
5. Informasi pengiriman dan Pesanan
6. Pelaporan informasi dari klien dan *enterprise*

7. Sistem pembayaran domestik dan internasional
8. *Newsgroup*
9. *Online Shopping*
10. *Conferencing*
11. *Online Banking*

2.2.5 Elemen-elemen *Ecommerce*

Elemen-elemen dari *e-commerce* diantaranya adalah:

1. *Networking* atau jaringan

   Merupakan beberapa komputer yang saling berhubungan dan saling tukar menukar informasi dan terkoneksi melalui sebuah kartu jaringan dan jalur komunikasi, yang terdiri dari jaringan lokal atau lebih dikenal dengan LAN dan jaringan internet yang banyak digunakan untuk jaringan LAN atau lokal terdapat berbagai jenis jaringan seperti jaringan bus, token, star dan lain-lain yang cocok untuk digunakan.

2. *Security* (keamanan)

   Security atau keamanan merupakan bagian penting, karena menyangkut masalah keamanan data Anggota dan juga keamanan server kita, masalah seperti enkripsi data pada saat transaksi memakai kartu kredit, aplikasi yang sudah banyak dipakai yaitu SSL *(Secure Socket Layer).*

3. *Web programming* dan *web design*

Kedua masalah ini dalam pelaksanaannya dapat dikerjakan oleh satu orang atau lebih, untuk *web programming* dikhususkan dalam pembuatan bahasa pemrograman. Untuk *web design*, khusus untuk mendesain halaman web atau peraturan gambar, warna maupun tata letak suatu web dari segi keindahan dan dinamis. *Web programming* biasanya menggunakan *script server* seperti PHP, ASP, CGI dan yang lainnya. Untuk designnya banyak software-software yang mendukung seperti Macromedia, photosop, Frontpage, Office publisher dan masih banyak lagi yang lainnya.

4. *Business Online*

Maksud dari *bussines online* disini yaitu menyangkut bagaimana cara pengolahan perusahaan mulai dari manajemen, administrasi keuangan dan lainnya, yang semua itu merupakan suatu strategi dalam menarik *customer* atau pelanggan untuk datang ke toko kita.

5. *Online Payment*

Merupakan metode pembayaran secara *online*. Pembayaran *online* yang sering digunakan oleh beberapa sistem *e-commerce* yaitu menggunakan jasa pembayaran *PayPal. PayPal* adalah salah satu alat pembayaran (*Payment procesors*) yang terbanyak digunakan dan teraman. Pengguna internet dapat membeli barang di *Ebay*, lisensi software original, keanggotaan situs, urusan bisnis, mengirim dan menerima

donasi/sumbangan, mengirim uang ke pengguna *PayPal* lain di seluruh dunia dan banyak fungsi lainnya dengan mudah dan otomatis menggunakan internet atau mobile. *PayPal* mengatasi kekurangan dalam pengiriman uang tradisional seperti Cek atau *Money order* yang prosesnya dapat memakan waktu lama.

6. *Cyberlaw*

   Adalah hukum yang digunakan di dunia *cyber* (dunia maya) yang umumnya diasosiasikan dengan internet. *Cyberlaw* merupakan aspek hukum yang ruang lingkupnya meliputi setiap aspek yang berhubungan dengan orang perorangan atau subyek hokum yang menggunakan dan memanfaatkan teknologi internet yang dimulai pada saat mulai online dan memasuki dunia *cyber* atau maya. *Cyberlaw* sendiri merupakan istilah yang berasal dari *Cyberspace Law*. *Cyberlaw* akan memainkan peranannya dalam dunia masa depan, karena nyaris tidak ada lagi segi kehidupan yang tidak tersentuh oleh keajaiban teknologi dewasa ini dimana kita perlu sebuah perangkat aturan main didalamnya (*virtual world*).

2.2.6 Manfaat *E-commerce*

Manfaat *e-commerce* dibagi menjadi 3 kategori, diantaranya adalah:

1. Manfaat *e-commerce* bagi konsumen, meliputi:

a. *Electronic commerce* memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi lain selama 24 jam sehari sepanjang tahun dari hampir setiap lokasi.
b. *Electronic commerce* memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan; mereka bisa memilih berbagai produk dari banyak vendor.
c. *Electronic commerce* menyediakan produk-produk dan jasa yang tidak mahal kepada pelanggan dengan cara mengunjungi banyak tempat dan melakukan perbandingan secara cepat.
d. Dalam beberapa kasus, khususnya pada produk-produk yang digitized, EC menjadikan pengiriman menjadi sangat cepat.
e. Pelanggan bisa menerima informasi relevan secara detail dalam hitungan detik, bukan lagi hari atau minggu.
f. *Electronic commerce* memungkinkan partisipasi dalam pelelangan maya (*virtual auction*).
g. *Electronic commerce* Member tempat bagi para pelanggan untuk berinteraksi dengan pelanggan lain di *electronic community* dan bertukar pikiran serta berbagai pengalaman.
h. *Electronic commerce* memudahkan persaingan, yang pada akhirnya akan menghasilkan diskon secara substansial.

2. Manfaat *e-commerce* bagi masyarakat, meliputi :
   a. *Electronic commerce* memungkinkan orang untuk bekerja di dalam rumah dan tidak banyak keluar untuk berbelanja, akibatnya ini akan menurunkan arus kepadatan lalu lintas di jalan serta mengurangi polusi udara.

b. *Electronic commerce* memungkinkan sejumlah barang dagangan dijual dengan harga lebih rendah, sehingga orang yang kurang mampu bisa membeli lebih banyak dan meningkatkan taraf hidup mereka.
c. *Electronic commerce* memungkinkan orang di negara-negara Dunia ketiga dan wilayah pedesan untuk menikmati aneka produk dan jasa yang akan susah mereka dapatkan tanpa EC. Ini juga termasuk peluang untuk belajar berprofesi serta mendapatkan gelar akademik.
d. *Electronic commerce* memfasilitasi layanan publik, seperti perawatan kesehatan, pendidikan, dan pemerataan layanan sosial yang dilaksanakan pemerintah dengan biaya yang lebih rendah, dan / atau dengan kualitas yang lebih baik. Layanan perawatan kesehatan, misalnya, bisa menajangkau pasien di daerah pedesaan.

3. Manfaat *e-commerce* bagi bisnis, meliputi:
   a. Perusahaan-perusahaan dapat menjangkau pelanggan diseluruh dunia. Oleh karena itu dengan memperluas bisnis mereka, sama saja dengan meningkatkan keuntungan.
   b. *E-commerce* menawarkan pengurangan sejumlah biaya tambahan. Sebuah perusahaan yang melakukan bisnis diinternet akan mengurangi biaya tambahan karena biaya tersebut tidak digunakan untuk gedung dan pelayanan pelanggan (*customer service*), jika dibandingkan dengan jenis bisnis tradisional.

2.2.7 Jenis-jenis *E-commerce*

Kegiatan *e-commerce* mencakup banyak hal, untuk membedakannya *e-commerce* dibedakan menjadi 2 berdasarkan karakteristiknya:

1. *Business to Business*, karakteristiknya sebagai berikut:
    a. *Trading partners* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama.
    b. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati bersama.
    c. Salah satu pelaku tidak harus menunggu rekan mereka lainnya untuk mengirimkan data.
    d. Model yang umum digunakan adalah peer to peer, di mana processing intelligence dapat di distribusikan di kedua pelaku bisnis.
2. *Business to Consumer*, karakteristiknya sebagai berikut:
    a. Terbuka untuk umum, di mana informasi disebarkan secara umum pula.
    b. Servis yang digunakan juga bersifat umum, sehingga dapat digunakan oleh orang banyak.
    c. Servis yang digunakan berdasarkan permintaan.
    d. Sering dilakukan sistim pendekatan *client-server*.

2.2.8 Keamanan *E-commerce*

Electronic commerce dengan penggunaan EDI (*Electronic Data Interchange*) menggabungkan berbagai teknologi nirkertas yang memiliki cakupan luas untuk mengotomatisasi transaksi-transaksi *business-to-business elektronis* seperti dokumen Pesanan, invoice, dan penjadwalan antar mitra bisnis yang merepresentasikan perusahaan besar seperti perusahaan gas dan otomotif. Nilai tambah yang ditawarkan oleh *e-commerce* selain penghematan biaya perdagangan ialah kecepatan dan

ketepatan transaksi bisnis serta menciptakan berbagai peluang untuk layanan baru atau layanan yang telah diperbaharui/diperbaiki.

Format pesan EDI distandardisasi secara terpisah oleh badan-badan berwewenang di Amerika Utara dan Eropa

1. Standard ANSI ASC X12 dikembangkan oleh The Accredited Standars Comitee X12 di American National Standards Institute dan digunakan terutama di Amerika Utara.
2. Standard EDIFACT dikembangkan oleh Komisi perekonomian Persatuan Bangsa Bangsa (PBB atau UNO) (untuk) Eropa (ISO 9735-1991 *Electronic Data Interchange for Administration, Commerce, and Transport – Application Level Syntax Rules*).

Format data yang telah dibuat umum ini menghilangkan kebutuhan untuk melakukan transfer data dari dokumen ke sebuah aplikasi yang hanya dapat menerima format data tertentu dan pemetaan berbagai macam format data dari aplikasi dari satu pengguna ke pengguna lain, hal ini sedikit banyaknya akan meninggalkan kesalahan dan intervensi yang tidak perlu

Menurut sejarah, perusahaan yang menggunakan sistem terkomputerisasi telah melakukan transaksi bisnis dengan menggunakan VANs (*Value Added Network*). VANs dihasilkan dari penggabungan beberapa teknologi, termasuk di dalamnya transfer data per paket, sambungan komunikasi yang tetap, link secara dial-up dan emulasi terminal utama, untuk menyediakan layanan komunikasi data,

keamanan, auditing, dan perbaikan paket yang hilang. VANs juga bisa menjadi mahal dalam seketika, jika data yang dipertukarkan berjumlah besar, hal ini diakibatkan oleh mekanisme VANs yang menetapkan pembiayaan berdasarkan jumlah transaksi atau jumlah karakter yang dikirimkan, padahal internet tidak mengenakan biaya transaksi. Mitra-mitra bisnis dapat berkomunikasi dengan lebih efisien melalui penggunaan internet. Sekalipun demikian, perdagangan elektronis melalui saluran yang terakses oleh publik seperti internet, dapat menimbulkan masalah. Ancaman-ancaman bagi transaksi bisnis secara elektronik yang patut diperhatikan :

1. Kerugian finansial karena penggelapan – pengubahan data pada jaringan dapat dilakukan oleh pihak-pihak yang bermaksud jahat, baik dari dalam maupun dari luar perusahaan, misalnya seorang dapat melakukan transfer yang salah dari satu rekening ke rekening lain atau mengubah jumlah uang yang ditransfer.
2. Pencurian informasi berharga yang sifatnya rahasia – rahasia perusahaan mengenai suatu teknologi tertentu, inovasi pemasaran yang secara kritis berpengaruh terhadap kesuksesan bisnis organisasi, atau data pribadi pelanggan perusahaan, informasi tersebut, jika diperoleh dan digunakan oleh pihak yang tidak berwewenang bisa mengakibatkan kerusakan yang gawat
3. Pengingkaran terhadap transaksi secara elektronis – tpihak yang mengirimkan transaksi nir kertas suatu saat mungkin akan mengklaim bahwa dia tak pernah mengeluarkan transaksi yang dimaksud atau memperdebatkan isi yang sesungguhnya dari dokumen transaksi.

Permasalahan yang diwariskan oleh perdagangan secara elektronik hanya dapat di diatasi dengan menggunakan perlindungan keamanan yang sesuai. Solusi permasalahan teknikal mengenai keamanan informasi ditemukan pada bidang kriptografi, yang telah dipelajari secara bertahun-tahun oleh penelitian yang dilakukan oleh pihak akademik dan militer. Kriptografi menyediakan enkripsi dan mekanisme tanda tangan secara digital untuk menjamin kerahasiaan data elektronik, hak kepemillikan atas keaslian, perlindungan terhadap integritas, dan tidak adanya pengingkaran terhadap suatu dokumen elektronik yang telah dibuat. Empat aspek utama berkomunikasi secara aman, yaitu:

1. Kerahasiaan data (*privasi*), transaksi secara elektronik telah dienkripsi dengan menggunakan sistem kriptografi yang canggih, sehingga pihak-pihak yang tidak berwewenang tidak dapat membuka dan membaca isi transaksi
2. Integritas data, pihak yang tidak memiliki hak atas data, tidak bisa mengubah atau merusak data tanpa terdeteksi
3. Autentifikasi keaslian data, penerima yakin dengan identitas pengirim, autentifikasi keaslian data dan layanan integritas dapat disediakan melalui penggunaan tanda tangan digital atau kode autentifikasi pesan(MACs).
4. Tidak ada pengingkaran terhadap dokumen yang telah dibuat, pengirim pada masa yang akan datang tidak dapat mengingkari pemilikan suatu transaksi, jika transaksi itu dikirim dengan tanda tangan digitalnya.

Sebuah sistem kriptografi yang canggih merupakan gabungan dari algoritma kriptografi yang simetris (algoritma kunci rahasia), digunakan untuk

pemecahan/penyamaran transaksi elektronik dalam jumlah besar dengan menggunakan sebuah kunci rahasia yang hanya diketahui oleh pihak pengirim dan penerima, dan sebuah algoritma kriptografi yang tidak simetris (algoritma kunci publik), digunakan sebagai sebuah saluran yang aman untuk mengirimkan kunci rahasia untuk transaksi yang sedang berlangsung. Meskipun algoritma simetris lebih cepat dibandingkan algoritma kunci publik (kira-kira 1000 kali), penggunaan pada perusahaan besar tidak disarankan, bergantung pada kriptografi yang dilakukan secara simetris semata tidak akan menyelesaikan masalah yang ada, demi tujuan tersebut dihasilkanlah sebuah algoritma enkripsi baru yang menggabungkan kedua algoritma sebelumnya, yaitu penggunaan algoritma simetris untuk mengirimkan kunci rahasia dan algoritma asimetris untuk pihak penerima, algoritma paduan ini disebut juga dengan algoritma session key. Penerima kode kunci mula-mula akan membongkar kode kunci yang diterima dengan mengunakan algoritma asimetris dengan menggunakan kunci private yang dimiliki oleh pihak penerima, kemudian membuka transaksi yang terenkripsi dengan menggunakan session key dan algoritma kriptografi simetris. Kunci publik selama pendistribusiannya melalui internet tetap membutuhkan perlindungan. Perlindungan ini disediakan dalam bentuk serifikat kunci publik dan tanda secara digital oleh pihak terpercaya yang berwewenang Member sertifikat tersebut, misalnya Indosign , Verisign, and Wisekey.

Adanya jaminan tidak akan terjadinya pengingkaran terhadap suatu transaksi elektronik sangat tepat untuk mengamankan pertukaran EDI antar mitra bisnis. Sebuah tanda digital dibuat dengan menggunakan kunci privat yang dimiliki oleh

pengirim pesan menggunakan algoritma kriptografi asimetris yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan “tanda tangan”. Pesan dan tanda digital tersebut akan dikirimkan ke penerima yang memastikan kebenaran pesan dengan menggunakan algoritma kriptografi asimetris yang sama dengan memanfaatkan kunci publik yang telah dkirimkan oleh pengirim. Oleh karena perhitungan untuk memecahkan kunci publik memakan waktu yang lama, maka data yang ditandai bukanlah transaksinya itu sendiri, melainkan sebuah hash-code fungsi hash satu arah (OWHF) adalah sebuah fungsi hash yang sulit untuk diintervensi,dalam hal ini berarti sangat sulit untuk mendapatkan sebuah kode yang sama pada input yang diberikan, sehingga keamanan dari kunci tersebut sangat tinggi. Penggunaan fungsi hash ini untuk mengetahui apakah suatu dokumen telah mengalami perubahan selama proses transmisi, dengan cara membandingkan kode hash sewaktu pengiriman dan penerimaan, serta untuk memastikan suatu tanda digital. Sebuah tanda digital bisa dibuat sebelum adanya pihak ketiga yang memastikan keaslian dari sebuah transakasi elektronis, jika sebuah tanda digital dapat dipastikan melalui kunci publik, transaksi hanya dapat dipastikan oleh pemegang kunci privat sebagai pemilik tunggal.. Dalam hal ini tanda digital tidak hanya menyediakan pembuktian akan keaslian dan integritas data untuk EDI, tetapi juga pemastian tidak terjadinya pengingkaran atas suatu transaksi elektronik.

Format ANSI-X12 dan EDIFACT-EDI memiliki sistem pengamanan tersendiri. ANSI-X12.58 menyediakan sistem keamanan yang bisa ditambahkan ke kumpulan form transaksi dan atau kumpulan form yang berkaitan dengan form

transaksi. Layanan keamanan yang diberikan oleh ANSIASC-X12.58 ialah pembuktian keaslian data, integritas data, dan atau kerahasiaan data, dengan tambahan dukungan untuk pembenaran transaksi (jika tidak menggunakan MACs, melainkan menggunakan tanda digital).

Perlindungan keamanan yang terdapat pada frame EDI tidak terikat pada media komunikasi (internet atau VAN). Jika EDI dilewatkan melalui internet , maka sistem protokol kemanan standar yang ada akan dimasukkan pula pada header ANSI-ASCX12.58 atau security option dari EDIFACT, misalnya spesifikasi Secure Multipurpose Internet Mail Extensions (S/MIME) atau PGP. PGP dan S/MIME menggunakan semua layanan keamanan melalui penggunaan algoritma kriptografi yang rumit. Penggunaan perlindungan dari luar sistem itu sendiri, sangat disarankan mengingat sistem internal EDI belumlah cukup terlindungi oleh karena batasan dari maksud perancangan EDI itu sendiri.

2.3. Metode Pembayaran

Secara garis besar metode pembayaran yang dilakukan oleh *e-commerce* terbagi menjadi dua, yaitu pembayaran secara *offline* dan pembayaran secara *online*. Pembayaran yang dilakukan secara *offline* adalah bayar langsung di toko, pembayaran antar rekening bank, *Cash Before Delivery* (CBD) dan pembayaran secara *Cash On Delivery* (COD). Sedangkan untuk pembayaran secara *online* dapat dibedakan menjadi 6 yaitu *PayPal*, rekening bank lokal, kartu kredit, *AlertPay*, *Liberty Reserve Cek* dan *Western Union*.

2.3.1. Pembayaran Secara *Offline*

Pembayaran yang dilakukan secara *offline* pada *e-commerce* secara umum dapat dibagi menjadi 4 yaitu pembeli bayar langsung di toko, pembeli membayar antar rekening di bank, *Cash Before Delivery* (CBD) dan pembeli melakukan *Cash On delivery* (COD).

2.3.1.1. Pembayaran Langsung Di Toko (*cash*)

Metode pembayaran langsung di toko merupakan pembayaran secara umum yang telah dilakukan oleh banyak orang, biasanya konsumen datang ke toko untuk melihat barang, apabila ada yang cocok sesuai keinginannya maka konsumen memesan barang tersebut ke kasir atau penjaga toko. Lalu, pembayaran dilakukan secara langsung di toko tersebut kepada kasir dan konsumen dapat membawa langsung barang yang telah dibelinya.

2.3.1.2. Setoran Tunai Antar Bank

Setoran tunai via bank adalah setoran yang disediakan khusus untuk transaksi setor tunai bebas biaya baik ke rekening sendiri maupun ke rekening nasabah lain.

2.3.1.3. *Cash Before Delivery (CBD)*

Metode ini biasa disebut “Telah Membayar Lunas”. Bisa juga diartikan jika uang pembayaran telah diterima oleh penjual sesuai jumlah yang harus dibayarkan. Pembayaran lunas bisa secara tunai atau melalui transfer bank dengan jumlah yang telah disepakati.

2.3.1.4. *Cash On Delivery*

Berdasarkan pengertian awalnya, *Cash On Delivery* (COD) berarti pihak penjual akan mengirimkan barang yang dijual ke pembeli, baik dikirim sendiri maupun pihak ketiga, baik dalam wilayah yang sama atau beda kota (tapi umumnya dalam satu kota). pembeli kemudian membayarnya saat barang diterima di tangan. Tapi entah kenapa di forum bursa pengertian *Cash On Delivery* (COD) ini bergeser ke "Cocok OK Dibayar", yang artinya penjual dan pembeli janjian ketemu untuk transaksi.

2.3.2. Pembayaran Secara *Online*

Ketika kita menjalankan bisnis secara online, kita membutuhkan metode pembayaran untuk memproses pemindahan uang dari pembeli ke penjual. Pada bisnis secara offline, kita bisa melakukan pemindahan uang secara langsung atau transfer antar bank.

Berbeda dengan bisnis secara offline, bisnis secara online tidak dilakukan secara langsung (tatap muka) namun menggunakan media perantara, misalnya Internet. Pembeli memilih barang atau jasa yang ditawarkan melalui website kemudian membayar dan pada akhirnya menerima barang atau jasa yang telah ia bayarkan.

Salah satu kendala yang dihadapi pada bisnis online adalah keterbatasan waktu dan tempat, artinya pembeli dan penjual sangat kecil kemungkinan untuk bertemu secara langsung bahkan bisa saja tidak harus bertemu.

Metode pembayaran secara online diperlukan untuk mempermudah proses pembayaran pada transaksi yang akan dilakukan. Beberapa pertimbangan memilih metode pembayaran antara lain :

1. Penggunaan yang mudah
2. Terpercaya
3. Diterima secara luas, dan
4. Biaya yang kecil

2.3.2.1. *Paypal*

2.3.2.1.1. Pengertian *Paypal*

PayPal adalah salah satu alat pembayaran (*Payment procesors*) menggunakan internet yang terbanyak digunakan didunia dan teraman. Pengguna internet dapat membeli barang di *Ebay*, lisensi *software* original, keanggotaan situs, urusan bisnis, mengirim dan menerima donasi/sumbangan, mengirim uang ke pengguna *PayPal* lain diseluruh dunia dan banyak fungsi lainnya dengan mudah dan otomatis menggunakan internet, *PayPal* mengatasi kekurangan dalam pengiriman uang tradisional seperti Cek atau *Money order* yang prosesnya dapat memakan waktu *PayPal* seperti rekening bank, pertama anda membuat *account*, lalu mengisi *account* tersebut dengan dana dari kartu kredit atau transferan dana

dari *account PayPal* orang lain ke *balance PayPal* anda, dan anda sudah dapat menggunakan *account PayPal* untuk bertransaksi.

Ebay melihat perkembangan penggunaan *PayPal* dan menyimpulkan *PayPal* cocok sebagai salah satu alat pembayaran di *Ebay*. Pada mei 1999 *Ebay* membeli Billpoint dan menjadikan Billpoint sebagai alat pembayaran utama *Ebay* saat itu dan membuat Billpoint khusus hanya untuk alat pembayaran di *Ebay* saja. karenanya *PayPal* hanya tampil beberapa kali sebagai pilihan alat pembayaran di *Ebay* dibandingkan Billpoint. Tetapi karena masyarakat lebih menyukai *PayPal* karena mudah dan lebih aman pada Februari 2000 rata-rata ada 200.000 penawaran barang perhari yang menggunakan *PayPal* sedangkan Billpoint hanya 4.000 penawaran.

Pada april 2000 lebih dari 1 juta penawaran menggunakan *PayPal*. Pada Februari 2008, *PayPal* sudah menerima 190 negara dan 16 mata uang, pengguna *PayPal* Indonesia masih harus menggunakan hitungan *US dollar* karena rupiah belum ada di *PayPal.*

Kebijaksanaan perlindungan tertulis untuk pembeli yang menggunakan *PayPal* menyatakan pembeli yang menggunakan *PayPal* dapat melakukan komplain dalam waktu 45 hari jika pembeli belum mendapatkan barang yang dipesan atau jika barang yang dipesan tidak sesuai deskripsi yang di beritahukan penjual. Jika pembeli menggunakan kartu kredit akan mendapatkan pengembalian uang chargeback dari perusahaan kartu kreditnya *PayPal* juga melindungi penjual dari pengembalian uang atau komplain yang bohong dari pembeli tergantung situasi dan pembuktian.

Kebijakan perlindungan tertulis untuk penjual dirancang untuk melindungi penjual dari klaim pembeli yang mengaku telah mengirim uang yang tidak ada catatan bukti pembayaran dan catatan transaksi, setiap pembelian menggunakan *PayPal* selalu ada catatan bukti pembayarannya di *account PayPal* pengirim dan penerima uang, sebagai bukti jika benar telah terjadi pengiriman uang antara keduanya.

Dari sini bisa diambil kesimpulan menggunakan *PayPal* lebih aman dari alat pembayaran *online* lain bagi pengirim dan penerima uang karena ada bukti pembayaran dan dapat melakukan komplain yang benar jika terjadi sesuatu atau terhindar dari komplain yang salah.

2.3.2.1.2. Proses Pembayaran *Paypal*

Proses pembayaran dengan menggunakan *PayPal* :

1. Kita membuat website yang mempromosikan barang atau jasa kita.
2. Pembeli memilih barang atau jasa kemudian menekan tautan pembayaran.
3. Proses pembayaran dilakukan oleh *PayPal*.
4. Terjadi perpindahan dana dari *PayPal* pembeli ke *PayPal* penjual.
5. Setelah konfirmasi maka pembeli akan menerima barang atau jasa yang telah terbayar.

Agar proses di atas dapat dilakukan secara otomatis, kita perlu membuat *merchant* di *PayPal*. Salah satu kendala memiliki *PayPal* adalah adanya proses verifikasi. Kita perlu menggunakan kartu kredit agar *PayPal* kita terverifikasi.Namun

kabar baiknya adalah kita bisa memiliki akun *PayPal* yang terverifikasi tanpa harus memiliki kartu kredit.

Proses tarik tunai dari akun *PayPal* pun sangat mudah. Kita tinggal menambahkan rekening bank lokal kita ke akun *PayPal*.Kemudian kita bisa memindahkan saldo dari *PayPal* ke rekening bank lokal kita. Ada metode lain untuk melakukan tarik tunai.

2.3.2.1.3. Macam-macam *account Paypal*

Ada 3 macam *account PayPal* diantaranya adalah:

1. *Personal*: Buat Anda yang menggunakan *PayPal* untuk berbelanja *online* saja. Bisa untuk menerima uang/pembayaran, tapi ada keterbatasan.
2. *Premier*: Buat Anda yang menggunakan *PayPal* untuk berjualan dan berbelanja online dengan nama pribadi.
3. *Business*: Buat Anda yang menggunakan *PayPal* untuk membuat toko online dengan menggunakan nama perusahaan Anda.

2.3.2.1.4. Kelebihan *Paypal*

Kebijaksanaan perlindungan tertulis untuk pembeli yang menggunakan *PayPal* menyatakan pembeli yang menggunakan *PayPal* dapat melakukan komplain dalam waktu 45 hari jika pembeli belum mendapatkan barang yang dipesan atau jika barang yang dipesan tidak sesuai deskripsi yang di beritahukan penjual. Jika pembeli menggunakan kartu kredit akan mendapatkan pengembalian uang *chargeback* dari perusahaan kartu kreditnya.

PayPal juga melindungi penjual dari pengembalian uang atau komplain tergantung situasi dan pembuktian. Kebijakan perlindungan tertulis untuk penjual dirancang untuk melindungi penjual dari klaim pembeli yang mengaku telah mengirim uang yang tidak ada catatan bukti pembayarannya, setiap pembelian menggunakan *PayPal* selalu ada catatan bukti pembayarannya di *account PayPal* pengirim dan penerima uang, sebagai bukti jika benar telah terjadi pengiriman uang.

2.3.2.1.5. Kekurangan *Paypal*

Kekurangan dari menggunakan *PayPal* adalah sebagai berikut ini:

1. *PayPal* adalah aturan

   Saat mulai menggunakan layanan *PayPal*, Anda harus taat pada aturan mereka tanpa terkecuali.Bagi mereka aturan adalah aturan yang kadang dirasa merugikan bagi penggunanya.

2. Harus memiliki kartu kredit

   PayPal memerlukan kartu kredit pada saat verifikasi. Kartu kredit ini selanjutnya akan digunakan sebagai sumber dana untuk pembiayaan transaksi pembelian atau pengiriman uang.

3. Penyalahgunaan *PayPal* ada di mana-mana

   Banyak tangan-tangan tidak bertanggung jawab bisa dengan mudah menyalahgunakan akun Anda. Mereka masuk dan menghabiskan dana Anda di *PayPal* sesuai dengan keinginan mereka. tentu saja hal ini sangat merugikan Anda.

4. Penipuan berkedok *PayPal*

   Email pancingan (*phishing*) dan *email* palsu merupakan hal yang mengerikan. *Email-email* ini tersebar kemana-mana bahkan mungkin sudah sampai ke *email* Anda.

5. *Add fund* yang ribet

   Add fund hanya bisa dilakukan dari US Bank. Proses ini tidak bisa dilakukan dari bank lokal Indonesia atau dari kartu kredit.

6. Proses withdraw yang lama

   Proses *withdraw* memerlukan waktu yang lama (hitungan hari dan bukan detik). Jika ingin menikmati uang Anda di *PayPal* maka Anda perlu menunggu waktu 2 – 5 hari kerja.Hal ini menjadi masalah ketika Anda memerlukan uang secara cepat.

7. Tidak tahu penggunaan *PayPal*

   Anda mungkin bingung untuk apa memiliki akun *PayPal*. Jika sama-sama memerlukan kartu kredit untuk berbelanja, mengapa tidak langsung saja menggunakan kartu kredit tanpa harus bersusah payah memiliki *PayPal*.

2.3.2.2. *Electronic Banking (E-Banking)*

Electronic Banking atau *e-banking* adalah suatu fasilitas layanan tambahan yang diberikan perbankan kepada para nasabahnya agar nasabah bisa lebih mudah dalam melakukan transaksi perbankan dimana saja dan kapan saja yang didukung dengan alat-alat teknologi tertentu seperti telepon seluler atau komputer yang terhubung dengan jaringan internet.

2.3.2.3. *Automatic Teller Machine (ATM)*

Automatic Teller Machine (ATM) adalah sebuah alat elektronik yang mengijinkan nasabah bank untuk mengambil uang, mentransfer dan mengecek rekening tabungan mereka tanpa perlu dilayani seorang *teller* (pegawai bank).

2.4. Media Komunikasi

Media komunikasi yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi antara penjual dengan pembeli secara garis besar dapat dibagi menjadi 3 bagian, yaitu dengan menggunakan *instant messaging*, *email* dan *social networking*. Selain itu, selain berfungsi sebagai media komunikasi dapat juga berfungsi sebagai media promosi penjualan juga kepada masyarakat dengan melalui fasilitas jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter.

2.4.1. *Instant Messanging*

Instant messaging atau biasa disebut pesan instan adalah sebuah teknologi internet yang mengizinkan para pengguna dalam jaringan internet untuk mengirimkan pesan-pesan singkat secara langsung pada saat yang bersamaan (*real time*) menggunakan teks kepada pengguna lainnya yang sedang terhubung ke jaringan yang sama.

Konsep yang digunakan oleh teknologi ini muncul pada awal-awal pengembangan sistem operasi UNIX dan jaringan internet, para pengguna yang sudah masuk log dapat mengirimkan perintah berupa <code>talk</code>, write

dan finger untuk melihat siapa saja yang sudah masuk log dan akhirnya mengirimkan pesan singkat kepada mereka.

Istilan pesan instan (*instant messaging*) saat ini pada umumnya mengacu kepada sebuah teknologi yang dipopulerkan oleh America Online (AOL), yang kemudian diikuti oleh Yahoo Messenger, Google dan Microsoft (Windows Live Messenger) dan perusahaan-perusahaan lainnya.

2.4.2. *E-mail*

Electronic Mail adalah salah satu fasilitas atau aplikasi yang paling banyak digunakan di Internet. Hal ini karena *Email* merupakan alat komunikasi yang paling murah dan cepat. Dengan *Email* kita dapat berhubungan dengan siapa saja yang terhubung ke internet di seluruh dunia dengan biaya pulsa lokal (bila kita menggunakan line telepon atau ISDN). *Email* menggeser penggunaan telepon dan fax dimasa kini.

Konsep *Email* adalah seperti kita mengirim surat dengan pos biasa, dimana kita mengirimkan ke kantor pos dengan dibubuhi alamat yang kita tuju. Dari Kantor Pos tersebut akan disampaikan ke Kantor Pos yang terdekat dengan alamat yang dituju dan akhirnya sampai ke alamat tersebut. Dan si penerima hanya membuka kotak pos-nya saja yang ada didepan rumah. Disini si Pengirim tidak tahu apakah si orang yang dituju tersebut sudah menerima surat tersebut, sampai surat itu dibalas.

Dengan Email, data dikirim secara elektronik sehingga sampai di tujuan dengan sangat cepat. Juga kita dapat mengirim file-file berupa program, gambar,

grafik dan lain sebagainya. Kita juga dapat mengirim ke lebih dari satu orang sekaligus pada saat bersamaan dan kita juga tahu dalam hitungan detik, bahwa surat kita tersebut telah sampai ketujuannya.

2.4.3. *Sosial Networking*

Social Networking adalah sebutan lain terhadap *website community*. *Social Networking* adalah tempat untuk para *netter* berkolaborasi dengan *netter* lainnya. Bentuk kolaborasi antara lain adalah saling bertukar pendapat/komentar, mencari teman, saling mengirim email, saling Member penilaian, saling bertukar file dan yang lainnya. Intinya dari situs *social networking* adalah interaktifitas.

Dari tahun ke tahun, ada saja tumbuh fasilitas dan media baru penyedia *social networking*. Katakanlah seperti Digg, Friendster, Facebook, Twitter dan masih banyak lagi yang bertujuan untuk menjalin jaringan pertemanan tanpa dibatasi oleh tempat dan ruang secara fisik. Dari sekian banyak penyedia *social networking*, ada yang sebagian menghilang begitu saja, adapula yang sukses, tergantung dari pengelolaannya baik secara teknikal maupun manajemen (pemasaran/promosi, keuangan, legalitas, bussiness intelegent).

Situs jejaring sosial yang sangat diminati oleh masyarakat di Indonesia pada saat ini adalah Facebook. Facebook sangat berguna bagi anda yang ingin meningkatkan omset bisnis. Sebagaimana kita tahu bahwa yang bisa meningkatkan omset bisnis kita adalah apabila ada lebih banyak pembeli, lebih banyak menjual dan atau lebih banyak yang dijual. Manfaatkan kebiasaan-kebiasaan baru orang dalam

bertingkah laku seperti selalu menggunakan internet untuk mencari informasi, mendapatkan solusi dari masalah, untuk berinteraksi dan komunikasi, dan untuk membuat keputusan. Jadi Bisnis kita harus ada di internet supaya bisa meningkatkan omset.

Kebiasaan baru yang tak kalah penting adalah *website* yang paling banyak dikunjungi di Indonesia adalah Facebook dan rata-rata orang menggunakan Facebook adalah 32 menit setiap harinya. Dengan demikian masuk akal apabila sebagian perkantoran memblokir akses Facebook. Jadi, bisnis kita harus ada di Internet dan sekaligus juga harus menggunakan Facebook sehingga bisa meningkatkan omset yang lebih besar.

Facebook akan mempercepat proses penjualan. Ya, memang demikian, Facebook akan mempercepat proses penjualan karena beberapa alasan diantaranya adalah kecenderungan orang membeli dari orang yang dikenal, dari rekomendasi teman dan dari orang yang dipercaya akan lebih tinggi. Facebook bukan untuk bisnis namun Facebook bisa digunakan sebagai media promosi. Orang yang bergabung di Facebook 99% adalah untuk bersosialisasi atau berteman. Jadi jangan sekali-kali anda langsung melakukan promosi di Facebook karena bisa-bisa *account* anda malah dihapus. Berteman dulu kemudian bisnis menyusul. Jadi tujuan utamanya adalah membangun bisnis jangka panjang.

Selain hal tersebut di atas, anda juga harus tahu hal-hal yang harus dihindari seperti membuat banyak profil dengan nama samaran, *spaming email*, mencantumkan

data pribadi yang sangat sensitif, harus tahu bahaya Facebook seperti pencurian identitas, penculikan, penipuan, dan harus tahu beberapa tindakan pencegahannya dengan melakukan *setting privacy* lebih detail. Buatlah beberapa kategori teman minimal 4 misalnya teman, keluarga, bisnis, dan hati-hati.

Beberapa fasilitas Facebook yang bisa digunakan untuk berpromosi bisnis adalah *Fan Page*, *Groups* dan *Notes.* Apabila *profile* pribadi hanya bisa berteman dengan maksimal 5000 orang, kalau di Fan Page bisa lebih. Selain itu Fan Page itu SEO *Friendly* dan akan muncul di search engine. Di Groups kita bisa berdiskusi lebih detail terkait topik bisnis yang lebih spesifik. Dan Fasilitas *Notes* bagaikan blog yang bisa update setiap saat.

Ada tiga hal yang dapat dilakukan Facebook untuk bisnis anda :

1. Sebagai media promosi yang sangat efektif. Banyak sekali fitur-fitur Facebook yang dapat anda manfaatkan untuk promosi dari bisnis yang anda jalani.
2. Sebagai media memperoleh uang langsung, melalui aplikasi-aplikasi pihak ketiga yang dapat di pasang pada akun Facebook anda.
3. Sebagai *website* dari produk bisnis anda, melalui fitur pembuatan halaman web yang disediakannya.

Berikut ini tips untuk anda yang akan memanfaatkan Facebook sebagai media bisnis :

1. Miliki banyak teman terlebih dahulu. Gunakan berbagai fitur yang ada untuk meningkatkan jumlah teman. Teman-teman tersebut dapat anda kategorikan

nantinya, sesuai dengan tujuan bisnis anda. Sekali lagi, modal utama anda berbisnis di Facebook adalah seberapa banyak teman yang anda miliki.

2. Jika teman sudah mulai banyak, rombaklah tampilan akun Facebook anda agar terlihat berbeda dengan akun Facebook standart, sehingga terlihat lebih menarik.
3. Manfaatkanlah semua fitur Facebook sebagai media promosi atas bisnis anda. Namun, tentu dalam porsi yang wajar, jangan penuhi akun Facebook anda dengan informasi promosi semuanya, kecuali jika anda ingin ditinggalkan oleh teman-teman anda. Karena itu, anda harus mampu menjaga kepercayaan orang-orang yang bersedia menjadi teman anda.
4. Sebagai *website social networking*, anda jangan egois. Maksudnya adalah anda jangan hanya menerima komentar dan tanggapan dari teman-teman saja, tapi harus aktif juga untuk mengomentari dan mengunjungi halaman Facebook dari teman anda.
5. Aktif dalam group-group diskusi yang ada hubungannya dengan bisnis anda, dan silahkan anda bangun sendiri group diskusi untuk bisnis anda.

2.5. *Security Socket Layer (SSL)*

2.5.1. Pengertian *Security Socket Layer (SSL)*

SSL dikembangkan oleh *Netscape* untuk mengamankan HTTP dan sampai sekarang masih inilah pemanfaatan utama SSL. SSL menjadi penting karena beberapa produk umum seperti Netscape Communicator, Internet Explorer, dan WS_FTP Pro yang merupakan produk yang lazim digunakan menggunakan SSL. *Secure Sockets Layer* adalah metode enkripsi yang dikembangkan oleh *Netscape* untuk memberikan keamanan di Internet. Ia mendukung beberapa protokol enkripsi

dan memberikan autentikasi *client* dan *server*. SSL beroperasi pada *layer* transpor, menciptakan saluran enkripsi yang aman untuk data, dan dapat mengenkripsi banyak tipe data.

Hal ini dapat dilihat ketika mengunjungi *site* yang aman untuk melihat dokumen *online* aman dengan *Communicator*, dan berfungsi sebagai dasar komunikasi yang aman, dengan *Communicator* juga dengan enkripsi data *Netscape Communication* lainnya. Atau dapat dikatakan bahwa SSL merupakan Protokol berlapis. Dalam tiap lapisannya, sebuah data terdiri dari panjang, deskripsi dan isi. SSL mengambil data untuk dikirimkan, dipecahkan kedalam blok-blok yang teratur, kemudian dikompres jika perlu, menerapkan MAC, dienkripsi dan hasilnya dikirimkan. Ditempat tujuan, data didekripsi, verifikasi, dekompres, dan disusun kembali. Hasilnya dikirimkan ke klien di atasnya.

Protokol SSL mengotentikasi server kepada client menggunakan kriptografi kunci publik dan sertifikat digital. Protokol ini juga menyediakan otentikasi *client* ke *server*. Algoritma kunci publik yang digunakan adalah RSA, dan untuk algoritma kunci rahasia yang digunakan adalah IDEA, DES, dan 3DES, dan algoritma fungsi hash menggunakan MD5. Verifikasi kunci publik dapat menggunakan sertifikat yang berstandar X.509.

Untuk mengaktifkan SSL pada situs anda, anda perlu memasang sertifikat SSL yang sesuai dengan *server* dan situs anda. Setelah SSL terpasang, anda bisa mengakses situs anda secara aman dengan mengganti URL yang

sebelumnya http:// menjadi https://. Hal ini dapat terlihat dari indikator/ikon gembok pada browser atau juga alamat situs yang diakses diindikasikan dengan warna hijau pada baris alamat browser.

2.5.2. Sertifikat *Security Socket Layer (SSL)*

Sertifikat SSL memastikan data transaksi yang terjadi secara *online* di enkripsi/acak sehingga tidak dapat dibaca oleh pihak lain. Kegunaan utamanya adalah untuk menjaga keamanan dan kerahasiaan data ketika melakukan transaksi.

Sertifikat SSL memberikan jaminan keamanan pada pemilik dan pengunjung situs atas data yang dikirim lewat web. Sertifikat SSL yang sering digunakan dapat dilihat pada situs perbankan untuk melakukan transaksi *e-banking*.

Sertifikat SSL yang menerapkan *Secure Gateway Cryptography*. Enkripsi yang digunakan antara pengunjung dan *server* minimal 128-bit. Sertifikat SGC SSL ini cocok digunakan pada skenario berikut :

1. Sistem operasi server menggunakan windows 2000 atau yang lebih lama.
2. Terdapat pengunjung situs yang menggunakan browser dan sistem operasi versi lama.
3. Dibutuhkan jaminan minimal tingkat enkripsi untuk mengamankan data sensitif.

2.5.3. Komponen *Securty Socket Layer (SSL)*

Komponen SSL disusun oleh dua sub-protokol, diantaranya yaitu :

1. *SSL handshaking*, yaitu sub-protokol untuk membangun koneksi yang aman untuk berkomunikasi.

2. *SSL record*, yaitu sub-protokol yang menggunakan koneksi yang sudah aman. SSL record membungkus seluruh data yang dikirim selama koneksi.

2.5.4. Cara Kerja *Security Socket Layer (SSL)*

Dalam berkomunikasi *Secure Socket Layer* (SSL) didefinisikan secara berbeda, pada *client* atau pada *server*. *Client* adalah sistem yang menginisiasi komunikasi, sedangkan *server* adalah sistem yang merespon *request* dari client. Pada aplikasinya di *internet*, *browser* web adalah *client* dan website adalah *server*. *Client* dan s*erver* mempunyai perbedaan utama pada aksi yang dilakukan ketika negosiasi tentang parameter keamanan. *Client* bertugas untuk mengajukan opsi SSL yang akan digunakan pada saat pertukaran pesan, dan *server* menentukan opsi mana yang akan digunakan. Pada implementasinya SSL berjalan pada *transport layer* dengan aplikasi SSLeay dan OpenSSL.

Secara umum cara kerja SSL dapat dijelaskan dalam beberapa tahapan, yaitu :

1. Tahapan Pembangunan Chanel.
2. Client membentuk koneksi awal ke server dan meminta koneksi SSL.
3. Jika server yang dihubungi telah dikonfigurasi dengan benar, maka server ini mengirimkan *public key* miliknya kepada client.
4. Client membandingkan sertifikat dari server ke basis data *trusted authorities*. Jika sertifikat terdaftar di dalamnya, artinya client mempercayai *(trust) server* itu dan akan maju ke tahap 4. Sehingga pemakai harus menambahkan sertifikat tersebut ke *trusted database* sebelum maju ke langkah 4.

5. *Client* menggunakan *Public Key* yang didapatnya untuk mengenkripsi dan mengirimkan *session key* ke *server*. Jika *server* meminta sertifikat client di tahap 2, maka *client* harus mengirimnya sekarang.

Jika *server* di setup untuk menerima sertifikat, maka *server* akan membandingkan sertifikat yang diterimanya dengan basis data *trusted authorities* dan akan menerima atau menolak koneksi yang diminta.

Jika kondisi ditolak, suatu pesan kegagalan akan dikirimkan ke *client*. Apabila koneksi diterima, atau bila *server* tidak di *setup* untuk menerima sertifikat, maka *server* akan mendekripsi *session key* yang didapat dari *client* dengan *private key* milik *server* dan mengirimkan pesan berhasil ke *client* yang dengan demikian membuka suatu *secure data chanel.*

Tahapan dari Otentikasi *Server*, yaitu:

1. *Client* mengirimkan pesan *Client Hello* untuk mengajukan opsi SSL.
2. *Server* Member respon dengan memilih opsi SSL melalui *ServerHello*.
3. *Server* mengirimkan sertifikat kunci publik pada pesan *Certificate*.
4. *Server* mengakhiri bagian negoisasi dengan pesan *ServerHelloDone*.
5. *Client* mengirimkan informasi *session key* yang dienkripsi dengan kunci publik *server* melalui pesan *ClientKeyExchange*.
6. *Client* mengirimkan pesan *ChangeCipherSpec* untuk mengaktifkan opsi yang dinegosiasikan untuk semua pesan yang akan dikirimkan.

7. *Client* mengirimkan pesan *Finished* sehingga memungkinkan *server* mengecek opsi baru yang diaktifkan.
8. *Server* mengirimkan pesan *ChangeCipherSpec* untuk mengaktifkan opsi yang dinegosiasikan untuk semua pesan yang akan dikirimkan.
9. *Server* mengirimkan pesan *Finished* sehingga memungkinkan client mengecek opsi baru yang diaktifkan.

Tahapan dari Pemisahan Otentikasi *Server* dan *Enkripsi,* yaitu :

1. *Client* mengirimkan pesan *ClientHello* untuk mengajukan opsi SSL.
2. *Server* Member respon dengan memilih opsi SSL melalui *ServerHello*.
3. *Server* mengirimkan sertifikat kunci publik pada pesan *Certifikat*.
4. *Server* mengirimkan kunci publik yang harus digunakan oleh *client* untuk mengenkripsi kunci simetrik pada *ServerKeyExchange,* kunci ini terdapat pada sertifikat *server*.
5. *Server* mengakhiri bagian negoisasi dengan pesan *ServerHelloDone*.
6. *Client* mengirimkan informasi *session key* pada pesan *ClientKeyExchange* (dienkripsi dengan kunci publik yang disediakan oleh server).
7. *Client* mengirimkan pesan *ChangeCipherSpec* untuk mengaktifkan opsi yang dinegoisasi untuk semua pesan yang akan dikirimkan.
8. *Client* mengirimkan pesan *Finished* sehingga memungkinkan *server* mengecek opsi baru yang diaktifkan.
9. *Server* mengirimkan pesan *ChangeCipherSpec* untuk mengaktifkan opsi yang dinegosiasikan untuk semua pesan yang akan dikirimkan.

10. *Server* mengirimkan pesan *Finished* yang memungkinkan *client* mengecek opsi baru yang diaktifkan.

Sedangkan tahapan Otentikasi *Client*, yaitu :

1. *Client* mengirimkan pesan *ClientHello* untuk mengajukan opsi SSL.
2. *Server* Member respon dengan memilih opsi SSL melalui *ServerHello*.
3. *Server* mengirimkan sertifikat kunci publik pada pesan *Certificate*.
4. *Server* mengirimkan pesan *Certificate Request* untuk menunjukan bahwa *server* ingin mengotentikasi *client*.
5. *Server* mengakhiri bagian negosiasi dengan pesan *ServerHelloDone*.
6. *Client* mengirimkan sertifikat kunci publik pada pesan *Certificate*.
7. *Client* mengirimkan informasi *session key* pada pesan *ClientKeyExchange* (dienkripsi dengan kunci publik *server*).
8. *Client* mengirimkan pesan *CertificateVerify* yang menandai informasi penting tentang sesi menggunakan kunci *privat client*, *server* menggunakan kunci publik dari sertifikat *client* untuk memverifikasi identitas *client*.
9. *Client* mengirimkan pesan *ChangeCipherSpec* untuk mengaktifkan opsi yang dinegosiasikan untuk semua pesan yang akan dikirimkan.
10. Client mengirimkan pesan *Finished* sehingga memungkinkan *server* mengecek opsi baru yang diaktifkan.
11. Server mengirimkan pesan *ChangeCipherSpec* untuk mengaktifkan opsi yang dinegosiasikan untuk semua pesan yang akan dikirimkan.

12. *Server* mengirimkan pesan *Finished* yang memungkinkan *client* mengecek opsi baru yang diaktifkan.

Dan tahapan untuk melanjutkan sesi, yaitu :

1. *Client* mengirimkan pesan *ClientHello* yang menetapkan ID sesi sebelumnya.
2. *Server* Member respon dengan *ServerHello* untuk menyetujui ID sesi.
3. *Server* mengirimkan pesan *ChangeCipherSpec* untuk mengaktifkan kembali opsi pengamanan sesi untuk pesan yang akan dikirim.
4. *Server* mengirimkan pesan *Finished* yang memungkinkan *client* mengecek opsi baru yang diaktifkan kembali.
5. *Client* mengirimkan pesan *ChangeCipherSpec* untuk mengaktifkan kembali opsi yang dinegoisasi untuk semua pesan yang akan dikirimkan.
6. *Client* mengirimkan pesan *Finished* yang memungkinkan *server* mengecek opsi baru yang diaktifkan kembali.

2.5.5. Keuntungan *Security Socket Layer (SSL)*

Transaksi bisnis ke bisnis atau bisnis ke pelanggan yang tidak terbatas dan menambah tingkat kepercayaan pelanggan untuk melakukan transaksi *online* dari situs anda.

Tabel 2. 1 Keuntungan *Paypal*

Kriteria	SSL
Enkripsi	1. Kuat 2. Berbasis browser
Dukungan otentikasi	1. Otentikasi satu arah 2. Sertifikat digital 3. Otentikasi dua arah
Security	1. End-to-end security

	2. Client to resource encrypted
Metode pengaksesan	Kapanpun dan dimanapun *user* berada
Instalasi	1. *plug and play.* 2. Tidak memerlukan perangkat lunak atau keras tertentu.
Biaya	Rendah dan murah
Kenyamanan user	1. *Friendly* 2. tidak membutuhkan training
Perangkat lunak yang dibutuhkan client	*web browser* standar
Skalabilitas	*scalable* dan mudah dideploy
User	*User-customer, partner,* pegawai, *vendor,* dsb.

2.5.6. Kerugian *Security Socket Layer (SSL)*

Sebagian besar penyelenggara Internet banking di Indonesia mengklaim menggunakan teknologi *Security Socket Layer* (SSL) untuk menjamin keamanan layanan mereka. Jaminan SSL 128 bit inilah yang sering digunakan dalam iklan dan dalam meyakinkan kustomer. Kata-kata lainnya yang sering digunakan dalam menjamin keamanan para pengguna adalah penggunaan firewall, *Public Key Infrastructure* dan *Encryption Accelerator Card*. Pendekatan keterbukaan belum menjadi suatu tradisi pada Internet Banking di Indonesia. Sehingga penjelasan sekuriti relatif masih berfungsi sebagai PR belaka.

Sayangnya seringkali informasi yang diterima pengguna kuranglah lengkap mengenai apa yang diamankan oleh SSL ini. Begitu juga dengan firewall kurang dijelaskan apa yang diamankan oleh firewall ini. Hal ini mengakibatkan munculnya, pemahaman akan adanya jaminan keamanan semu dalam benak pengguna. Pengguna

sering memiliki anggapan karena sudah memakai SSL maka pasti koneksi yang dilakukannya aman, tak ada masalah keamanan yang bisa timbul. Hal ini juga dididorong oleh informasi yang kurang lengkap dari penyedia jasa *Internet Banking.*

SSL (*Secure Socket Layer*) pada dasarnya merupakan suatu mekanisme yang melindungi koneksi dari usaha penyadapan. Hal ini karena komunikasi yang terjadi antara *client-server* melalui suatu jalur yang dienkripsi. Tetapi sistem ini tidak melindungi dari salah masuknya pengguna ke *host* yang berbahaya, ataupun tak melindungi apakah suatu kode yang didownload dari suatu situs bisa dipercaya, atau apakah suatu situs itu bisa dipercaya. Abadi (1996) telah menunjukkan kelemahan protokol SSL versi awal secara teoritis. Jadi jelas SSL ini tidak melindungi dari beberapa hal misal (detail dari tiap ancaman ini tidak dibahas pada tulisan ini) :

1. *Denial of Services*
2. *Buffer overflow*
3. *Man-in-the-middle attack*
4. *Cross scripting attack*

Pada model SSL, user-lah yang harus bertanggung jawab untuk memastikan apakah server di ujung sana yang ingin diajak berkomunikasi benar-benar merupakan *server* yang ingin dituju. Pada dunia nyata untuk meyakinkan bahwa orang yang dihubungi adalah orang sesungguhnya, dapat dilakukan dengan mudah karena orang saling mengenal. Dengan melihat muka, suara, bau dan sebagainya kita bisa mendeteksi bahwa dia orang yang sesungguhnya.

Pada dunia internet hal seperti itu sulit dilakukan, oleh karenanya digunakan sertifikat digital untuk melakukan hal ini. Sertifikat ini mengikat antara suatu *public key* dengan suatu identitas. Sertifikat ini dikeluarkan oleh sebuah pihak yang disebut CA (*Certificate Authority*) misal dalam hal ini *Verisign* atau *Thawte*. CA sendiri memperoleh sertifikat dari CA lainnya. CA yang tertinggi disebut root dan tidak memerlukan sertifikat dari CA lainnya. Penanganan sertifikat ini dilakukan secara hierarki dan terdistribusi.

Sayangnya sertifikat digital saja, bukanlah obat mujarab yang bisa mengobati semua jenis permasalahan sekuriti. Agar SSL dapat bekerja dengan semestinya (melakukan koneksi terenkripsi dengan pihak yang semestinya), maka penggunalah yang harus memverifikasi apakah sertifikat yang dimiliki oleh server yang ditujunya adalah benar. Berikut ini adalah beberapa hal minimal harus diperhatikan :

1. Apakah sertifikat tersebut dikeluarkan oleh CA yang dipercaya.
2. Apakah sertifikat tersebut dikeluarkan untuk pihak yang semestinya (perusahaan yang situsnya dituju).
3. Apakah sertifikat itu masih berlaku.

Banyak orang tak peduli terhadap permasalahan di atas. Sebetulnya ketika melakukan koneksi ke sebuah situs yang mendukung SSL, hal tersebut ditanyakan oleh browser, tetapi sebagian besar pengguna selalu menekan *Yes* ketika ditanya untuk verifikasi sertifikat ini. Untuk melihat ketiga hal tersebut, dapat dilakukan dengan *double-click* pada tombol kunci yang ada di bagian kiri bawah *browser*.

Begitu juga dengan keterangan 128-bit SSL. Seringkali tanpa dilengkapi dengan penjelasan semestinya apa maksud 128-bit ini, dan apa kaitannya dengan PIN pengguna, ataupun hal lainnya. Masih banyak perusahaan yang mengambil mentah-mentah keyakinan akan keamanan SSL ini tanpa mencoba memahami atau menerangkan keterbatasan SSL dalam melakukan perlindungan. Sebagai dampaknya pengguna menjadi tak peduli terhadap ditail mekanisme transaksi yang dilakukannya.

Dengan memanfaatkan kekurang-waspadaan pengguna dapat timbul beberapa masalah sekuriti. Berikut ini adalah celah sekuriti dalam penggunaan SSL yang diakibatkan oleh server si penyerang di luar server asli. Celah seperti ini relatif sulit dideteksi dan dijejaki tanpa adanya tindakan aktif, karena terjadi di server lain. Celah ini pada dasarnya dilakukan dengan cara mengalihkan akses user dari situs aslinya ke situs palsu lainnya, sehingga dikenal dengan istilah *page hijacking*. Beberapa kemungkinan teknik yang digunakan untuk melakukan hal ini adalah :

1. *Ticker symbol smashing*. Biasanya digunakan pada pengumuman *press release*, dengan memanfaatkan simbol dari perusahaan besar lainnya. Sehingga secara tersamar pengguna akan belok ke situs ini. Misal Perusahaan KUMBAYO baru saja meluncurkan produknya.
2. *Web Spoofing* (Felten et al, 1997). Memanipulasi alamat URL pada sisi client, sehingga akan memaksa si korban melakukan browsing dengan melalui situs tertentu terlebih dahulu. Dengan cara ini dapat menyadap segala tindakan si korban, ketika melakukan akses ke situs-situs. Sehingga si penyerang dapat memperoleh PIN ataupun password. Cara ini biasanya memanfaatkan trick *URL*

Rewrite. Umumnya pengguna awam tak memperhatikan apakah akses dia ke suatu situs melalui http://www.yahoo.com ataukah melalui http://www.perusak.org Karena yang tampil di browsernya adalah tetap halaman dari www.yahoo.com.

3. *DNS Spoofing* (Bellovin, 1995). Teknik ini digunakan untuk memanfaatkan DNS server untuk membangkitkan celah sekuriti. Dengan cara ini penyerang mampu membelokkan seorang pengguna ke *server* DNS lain yang bukan *server* semestinya, ketika ia memasukkan nama situs. Dengan cara ini maka penipuan dapat dilanjutkan misalnya dengan mengumpulkan PIN atau password.
4. *Typo Pirates*. Dengan cara mendaftar nama domain yang hampir mirip, dan membuat situs yang mirip. Pengguna yang tak waspada akan masuk ke situs ini dan memberikan PIN dan password. Cara inilah yang terjadi pada kasus KlikBCA palsu. Hal ini disebabkan sebagian besar pengguna tak waspada, apakah alamat URL (*Universal Resource Locator*) yang dimasukkannya benar pada saat ia mengakses suatu situs web, dan apakah sertifikat yang diterima sama dengan sertifikat seharusnya pada saat ia mengakses situs web yang mendukung SSL.
5. *Cybersquating*. Membeli nama *domain* yang mungkin akan digunakan orang. Tujuan penggunaan cara ini adalah lebih kepada mengambil keuntungan keuangan dengan menjual kembali domain tersebut pada harga yang jauh lebih tinggi daripada harga sebenarnya.
6. *Man-in-the-middle-attack.* Cara ini dilakukan dengan memaksa orang percaya bahwa situs yang dituju sama halnya dengan situs asli. Hal itu dilakukan dengan mencegat akses pengguna ketika hendak melakukan koneksi ke situs asli, teknik

seperti *TCP Hijack* sering digunakan, lalu meneruskan akses pengguna ke web situs sebenarnya. Sepintas lalu hal ini tidak terlihat oleh pengguna. Serangan ini lebih berbahaya daripada sekedar *typo pirates*. Resiko ini bisa timbul ketika jalur penyerang berada di antara pengguna dan situs penyedia layanan.

Trik-trik di atas sebagian besar memanfaatkan kelengahan pengguna, atau keawaman pengguna. Dalam mendisain sistem maka perlu diperhatikan kelengahan pengguna ini. Baik kesalahan dia mengetik nama situs, dan lain-lainnya. Untuk itu sudah sepantasnya pemahaman tentang *user* Indonesia perlu dilakukan lebih dalam sebelum dilakukan perancangan sistem ini.

Begitu juga dengan produk *firewall*, sering kali banyak jaminan semu yang diberikan penyedia jasa *Internet banking* dengan mengatakan bahwa sistem akan aman, karena menggunakan *firewall* merek tertentu. Jaminan ini tidak bicara apa-apa. begitu juga dengan *card encryption accelerator*. Sebab pada hakikatnya pernyataan aman memiliki rentang pembicaraan. Sehingga lebih tepat disebutkan aman ketika melakukan hal apa, aman terhadap apa atau aman terhadap siapa. Bahkan ada keterangan yang mengatakan bahwa *firewall* berkaitan dengan otorisasi login dari seseorang pengguna. Jelas keterangan ini akan menyesatkan pengguna. Sudah saatnya penyedia jasa layanan *Internet Bank*, memberikan informasi yang lebih tepat.

2.6. Konsep Dasar Analisis Sistem

2.6.1. Bagian Alur Dokumen (*Flowmap*)

Flowmap merupakan diagram alir yang menunjukan arus bagi dokumen, aliran data fisik entitas sistem informasi dan kegiatan operasi yang berhubungan dengan sistem informasi. Penggambaran biasanya diawali dengan mengamati dokumen apa yang menjadi media data atau informasi dan selanjutnya ditelusuri bagaimana dokumen termasuk ke bagian entitas mana dokumen tersebut, proses apa yang terjadi terhadap dokumen tersebut dan seterusnya.

2.6.2. *Entity Relationship Diagram (ERD)*

Entity Relationship Diagram (ERD) adalah ilustrasi dari entitas-entitas dalam bisnis dan relationship antar entitas. ERD memisahkan antara informasi yang dibutuhkan dalam bisnis dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan dalam bisnis. Jadi, meskipun terjadi perubahan proses bisnis, jenis informasi hampir tetap konstan. Oleh karena itu, struktur data juga hampir tidak berubah. Tujuan utama dari penggambaran ERD adalah untuk menunjukkan struktur objek data (*entity*) dan hubungan (*relationship*) yang ada pada objek tersebut. ERD berguna bagi profesional sistem, karena ERD memperlihatkan hubungan antara data store pada *Data Flow Diagram* (DFD). Notasi yang digunakan dalam ERD dapat dilihat pada Tabel di bawah ini :

ERD (*Entity Relationship Diagram*) berfungsi untuk menggambarkan relasi dari dua file atau dua tabel yang dapat di golongkan dalam tiga macam bentuk relasi, antara lain :

a. *One to One Relationship* (1 – 1)

Hubungan antara file pertama dan file kedua adalah satu berbanding satu.

b. *One to Many Relationship* (1 – N)

Hubungan antara file pertama dan file kedua adalah satu berbanding banyak atau dapat pula dibalik.

c. *Many to Many Relationship* (N – N)

Hubungan antara file pertama dan file kedua adalah banyak berbanding banyak.

2.6.3. Diagram Konteks

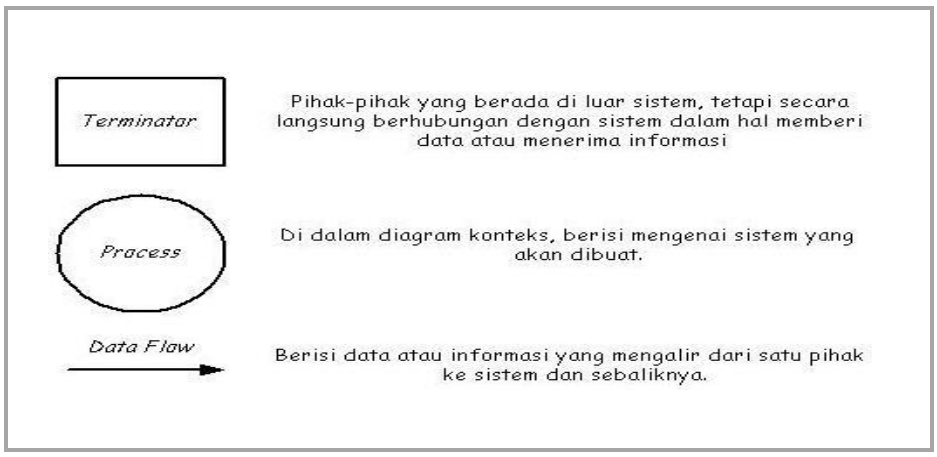
Diagram konteks adalah diagram yang terdiri dari suatu proses dan menggambarkan ruang lingkup suatu sistem. Diagram konteks merupakan level tertinggi dari DFD yang menggambarkan seluruh input ke sistem atau output dari sistem. Ia akan Member gambaran tentang keseluruhan sistem. Sistem dibatasi oleh boundary (dapat digambarkan dengan garis putus). Dalam diagram konteks hanya ada satu proses. Tidak boleh ada *store* dalam diagram konteks.

Diagram konteks berisi gambaran umum (secara garis besar) sistem yang akan dibuat. Secara kalimat, dapat dikatakan bahwa diagram konteks ini berisi "siapa saja yang Member data (dan data apa saja) ke sistem, serta kepada siapa saja informasi (dan informasi apa saja) yang harus dihasilkan sistem." Jadi, yang dibutuhkan adalah :

1. Siapa saja pihak yang akan memberikan data ke sistem
2. Data apa saja yang diberikannya ke sistem

3. Kepada siapa sistem harus memberi informasi atau laporan
4. Apa saja isi/ jenis laporan yang harus dihasilkan sistem.

Berikut ini adalah gambar dari komponen-komponen pada diagram konteks:

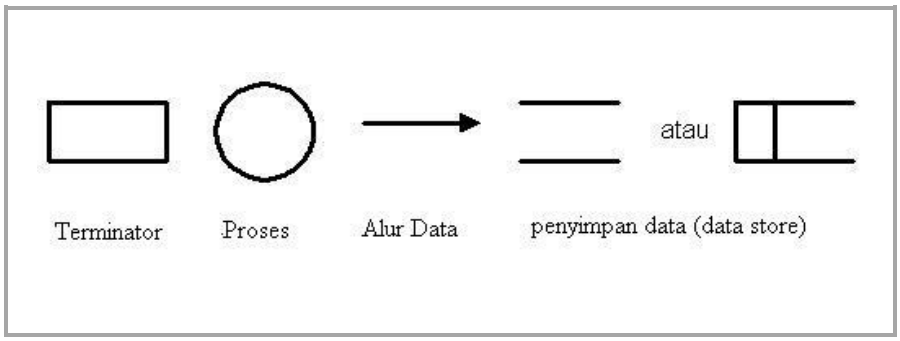


Gambar 2. 2 Komponen Diagram Konteks

2.6.4. *Data Flow Diagram (DFD)*

Data flow Diagram (DFD) adalah diagram yang menggunakan notasi-notasi untuk menggambarkan arus dari sistem. DFD sering digunakan untuk menggambarkan sustu sistem yang telah ada atau sistem baru yang akan dikembangkan secara logika tanpa mempertimbangkan lingkungan fisik dimana data tersebut mengalir (misalnya lewat telepon, surat, dan sebagainya) atau lingkungan fisik dimana data tersebut akan disimpan (misalnya file kartu, harddisk, tape, diskette, dan lain sebagianya).

Komponen-komponen DFD yang digunakan dapat dilihat pada gambar berikut ini, yaitu:



Gambar 2. 3 Komponen DFD

1. *External entity* (kesatuan Luar) atau *boundary* (batas sistem)

   Setiap sistem pasti memiliki batas sistem (boundary) yang memisahkan suatu sistem dengan lingkungan luarnya. Kesatuan luar (external entity) merupakan kesatuan di lingkungan luar sistem yang dapat berupa orang, organisasi atau sistem lainya yang berada di lingkungan luarnya yang memberikan input atau menerima output dari sistem.

2. *Data flow* (arus data)

   Arus data di DFD diberi simbol panah. Arus data ini mengalir diantara proses, simpanan, dan kesatuan luar.

3. *Process* (proses)

   Suatu proses adalah kegiatan atau kerja yang dilakukan oleh orang, mesin atau komputer dari hasil suatu arus data yang masuk ke dalam proses untuk dihasilkan arus data yang akan keluar dari proses.

4. Data *store* (simpanan data)

   Merupakan simpanan dari data yang dapat berupa suatu file atau *database* di komputer, suatu arsip atau catatan manual dan lain sebagainya.

2.6.5. Kamus Data (*Data Dictionary*)

Data Dictionary (Kamus Data) adalah daftar organisasi semua elemen yang ada dalam sistem secara lengkap dengan definisi yang baku sehingga *Anggota* dan analisis sistem akan memiliki pengertian yang sama untuk input, output, komponen penyimpanan dan perhitungannya. Kamus data dapat digunakan pada saat analisis sitem atau perancangan sistem, kamus data digunakan untuk mencatat terminologi bisnis, aturan standar (batasan panjang karakter, nilai, *system field*).

Untuk membuat spesifikasi elemen data, digunakan notasi struktur data yaitu:

Tabel 2. 2 Struktur Data

Notasi	Keterangan
=	Terdiri dari, sama dengan, diuraikan
+	Dan
()	Pilihan, boleh atau tidak
N{}M	Iterasi atau pengukuran mulai N kali sampai M kali
[]	Pilih salah satu pilihan

2.7. Internet

2.7.1. Pengertian Internet

Pengertian internet (*inter-network*) dapat diartikan jaringan komputer luas yang menghubungkan pemakai komputer satu komputer dengan komputer lainnya dan dapat berhubungan dengan komputer dari suatu negara ke negara di seluruh

dunia, dimana didalamnya terdapat berbagai aneka ragam informasi Fasilitas layanan internet *browsing* atau *surfing* yaitu kegiatan "berselancar" di internet. Kegiatan ini dapat dianalogikan layaknya berjalan–jalan di mal sambil melihat–lihat ke toko-toko tanpa membeli apapun.

2.7.2. Sejarah dan Perkembangan Internet

Internet berawal dari diciptakannya teknologi jaringan komputer sekitar tahun 1960. Jaringan komputer adalah beberapa komputer terhubung satu sama lain dengan memakai kabel dalam satu lokasi, misalnya dalam satu kantor atau gedung. Jaringan komputer ini berfungsi agar pengguna komputer bisa bertukar informasi dan data dengan pengguna komputer lainnya.

Pada awal diciptakannya, jaringan komputer dimanfaatkan oleh angkatan bersenjata Amerika untuk mengembangkan senjata nuklir. Amerika khawatir jika negaranya diserang maka komunikasi menjadi lumpuh. Untuk itulah mereka mencoba komunikasi dan menukar informasi melalui jaringan komputer.

Setelah angkatan bersenjata Amerika, dunia pendidikan pun merasa sangat perlu mempelajari dan mengembangkan jaringan komputer. Salah satunya adalah Universitas of California at Los Angeles (UCLA). Akhirnya tahun 1970 internet banyak digunakan di unversitas-universitas di Amerika dan berkembang pesat sampai saat ini. Agar para pengguna komputer dengan merek dan tipe berlainan dapat saling berhubungan, maka para ahli membuat sebuah protokol (semacam bahasa) yang sama

untuk dipakai di internet. Namanya TCP (*Transmission Control Protocol*, bahasa Indonesianya Protokol Pengendali Transmisi) dan IP (*Internet Protocol*).

Tahun 1989, Timothy Berners-Lee, ahli komputer dari Inggris menciptakan *World Wide Web* yaitu semacam program yang memungkinkan suara, gambar, film, musik ditampilkan dalam internet. Karena penemuan inilah internet menjadi lebih menarik tampilannya dan sangat bervariasi. Dahulu internet hanya dapat digunakan oleh kalangan tertentu dan dengan komponen tertentu saja. Tetapi saat ini orang yang berada dirumah pun bisa terhubung ke internet dengan menggunakan modem dan jaringan telepon. Selain itu, Internet banyak digunakan oleh perusahaan, lembaga pendidikan, lembaga pemerintahan, lembaga militer di seluruh dunia untuk memberikan informasi kepada masyarakat.

Di samping manfaat-manfaat di atas, internet juga memiliki efek negatif dikarenakan terlalu bebasnya informasi yang ada di internet. Sehingga memungkinkan anak-anak melihat berbagai hal yang tidak pantas untuk dilihat ataupun dibaca.

2.7.3. Layanan Aplikasi Internet

Terdapat banyak sekali layanan aplikasi di internet dan masih terus akan berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi informasi. Contoh aplikasi yang banyak digunakan saja, diantaranya adalah:

1. *Electronic mail (E-mail)*

   Email adalah pengiriman surat elektronik baik berupa teks maupun gabungan dengan gambar yang dikirimkan dari satu alamat *email* ke alamat *email* lainnya

dijaringan internet. Seperti layaknya surat biasa pada umumnya, email berfungsi untuk mengirimkan surat atau pesan kepada orang lain. Perbedaan *email* dengan surat biasa adalah *email* sudah tidak lagi membutuhan kertas sebagai media untuk menuliskan pesan. Media yang digunakan adalah data digital melalui jaringan internet.

2. *News-USENET*

Digunakan sebagai sarana untuk berdiskusi antar pemakai jaringan Internet. Aplikasi ini hampir serupa dengan suatu papan pengumuman, dimana setiap orang dapat mengirim, malihat dan menanggapi suatu berita atau suatu topik diskusi dengan fasilitas yang hampir sama dengan e-mail. Topik diskusi dipisahkan oleh group, dan pemakai yang berminat dapat melihat isi diskusi pada newsgourp tersebut.

3. *File Transfer Protocol*

File Transfer Protocol (FTP) adalah suatu protokol yang berfungsi untuk tukar-menukar file dalam suatu *network* yang menggunakan TCP koneksi bukan UDP. Dua hal yang penting dalam FTP adalah FTP *Server* dan FTP *Client*. FTP server adalah suatu *server* yang menjalankan *software* yang berfungsi untuk memberikan layanan tukar menukar *file* dimana server tersebut selalu siap memberikan layanan FTP apabila mendapat permintaan *(request)* dari FTP *client*. FTP *client* adalah komputer yang merequest koneksi ke FTP *server* untuk tujuan tukar menukar *file*. Setelah terhubung dengan FTP *server*, maka *client* dapat men-download, meng-upload, merename, men-delete, dan lain-lain sesuai dengan

permission yang diberikan oleh FTP *server*. Tujuan dari FTP *server* adalah sebagai berikut :

a. Untuk tujuan *sharing* data
b. Untuk menyediakan *indirect* atau *implicit remote* computer
c. Untuk menyediakan tempat penyimpanan bagi *Anggota*
d. Untuk menyediakan transfer data yang *reliable* dan efisien

4. *Remote Login-Telnet*

Telnet adalah suatu aplikasi remote login internet yang memungkinkan anda untuk login atau menggunakan komputer yang berbeda pada jaringan secara interaktif. Untuk login dibutuhkan login *account* pada komputer tujuan, jika anda bukan Anggota terdaftar maka tidak bisa login ke komputer tersebut. Aplikasi ini biasanya digunakan untuk mengakses komputer berbasis sistem operasi UNIX dari tempat yang berbeda dari servernya.

5. *World Wide Web (WWW)*

Awalanya informasi dapat dicari pada internet dengan menggunakan fasilitas *information service* berbasis *archie, gopher* dan *WAIS (Wide Area Information System).* Pencarian informasi berdasarkan menu-menu pada sistem tersebut dan output yang dihasilkan berbasis teks. Saat ini dengan teknologi *World Wide Web*, dimungkinkan untuk mengakses informasi secara interaktif, dan bentuk informasinya berupa tampilan grafis maupun teks. Hal ini dimungkinkan dengan adanya *Hypertext Transfer Protocol* (HTTP) yang digunakan untuk mengakses

suatu informasi yang disimpan pada suatu situs web (*website)*. Untuk dapat menggunakan sarana ini, dibutuhkan aplikasi *Web Browser*.

6. *Universal Resource Locater (URL)*

   Pada penggunaan *World Wide Web*, penunjukan suatu sumber informasi menggunakan metode *Universal Resource Locater* (URL), yang merupakan konsep penamaan lokais standar suatu file, direktori, komputer, lokasi komputernya dan metode yang digunakan. URL tidak hanya dapat menunjuk ke suatu file tapi dapat juga menunjuk suatu query, dokumen dalam suatu *database*, atau hasil dari perintah atau yang lainnya. Dengan URL ini didefinisikan lokasi dan metode pengaksesan file tersebut.

7. *Hyper Text Transfer Protocol (HTTP)*

   Web merupakan terobosan baru bagi teknologi sistem informasi yang menghubungkan data dari banyak sumber dan layanan yang beragam macamnya di internet. Pengguna tinggal mengklik tombol mousenya pada link-link *hypertext* yang ada untuk melompat ke dokumen diberbagai lokasi di internet. Link-link sendiri bisa mengacu pada dokumen web, server FTP *(File Transfer Protocol)*, e-mail ataupun layanan lainnya. Server dan browser web berkomunikasi satu sama lain dengan protokol yang memang dibuat khusus untuk ini, yaitu HTTP. HTTP bertugas menangani permintaan *(request)* dari browser untuk mengambil dokumen-dokumen web.

2.8. Software Pendukung

2.8.1. *Personal Home Page (PHP)*

PHP dibuat oleh Rasmus Lerdorf pada tahun 1994, pada awalnya tidak untuk didistribusikan dan hanya digunakan pada *homepage* pribadinya. Pada tahun 1995 dikeluarkan versi pertama yang dapat digunakan leh umum dengan nama personal home page tools. Ditulis kembali pada pertengahan 1995 dan diberi nama sebagai PHP/F1 version 2. F1 berasal dari paket Rasmus yang mana merupakan html interpreter untuk data *form*. Pada hasil kombinasi tersebut juga ditambah dukungan SQL. PHP/F1 terus berkembang dan banyak orang mulai memberikan kontribusi dalam pengembangannya.

Pada tahun 1996 PHP/F1 diperkirakan telah digunakan 15.000 situs web dunia, dan pada pertengahan 1997 jumlah ini berkembang melebihi 50.000. pada pertengahan 1997 juga terjadi perubahan pada PHP dimana berubah menjadi proyek yang didukung oleh team yang lebih terorganisasi. Parsernya ditulis ulang oleh Zeev Suraski dan Andi Gutmans dan parser baru inilah yang membentuk basis untuk PHP versi 3. Banyak kode utility telah selesai ditulis kembali.

PHP seperti kita ketahui ialah bahasa pemrograman berbasis *web*. Bahasa ini mempunyai kelebihan yaitu kompabilitasnya dengan berbagai macam jenis *database* ,dukungan dengan berbagai macam jenis sistem operasi. Seluruh aplikasi berbasis web dapat dibuat dengan PHP. Namun kekuatanyang paling utama PHP adalah pada konektivitasnya dengan system *database* di dalam *web*. Sistem *database* yang dapat

didukung oleh PHP adalah Oracle, MySQL , Sybase, PostgreSQL, dan lainnya. PHP dapat berjalan di berbagai system operasi seperti windows 98/NT, UNIX/LINUX, solaris maupun macintosh.

Software ini juga dapat berjalan pada web server seperti PWS (Personal Web Server), Apache, 2S, AOLServer, fhttpd, phttpd dan sebagainya. PHP juga merupakan bahasa pemograman yang dapat kita kembangkan sendiri seperti untuk menambah fungsi-fungsi baru. Keunggulan lainnya dari PHP adalah bahwa PHP juga mendukung komunikasi dengan layanan seperti *protocol* IMAP, SNMP, NNTP, POP3 dan bahkan HTTP. PHP dapat diinstal sebagai bagian atau modul dari *apache web server* atau sebagai CGI *script* yang mandiri.

Banyak keuntungan yang dapat diperoleh jika menggunakan PHP sebagai modul dari *apache*, di antaranya adalah :

1. Tingkat keamanan yang cukup tinggi
2. Waktu eksekusi yang lebih cepat dibandingkan dengan bahasa pemograman web lainnya yang berorientasi pada *server-side scripting*.
3. Akses ke sistem *database* yang lebih fleksibel, seperti MySQL.

2.8.2. *Hypertext Markup Language (HTML)*

HTML (*Hyper Text Markup Language*) adalah sebuah bahasa markup yang digunakan untuk membuat sebuah halaman web dan menampilkan berbagai informasi di dalam sebuah *browser* Internet. Bermula dari sebuah bahasa yang sebelumnya banyak digunakan di dunia penerbitan dan percetakan yang disebut dengan SGML

(Standard Generalized Markup Language), HTML adalah sebuah standar yang digunakan secara luas untuk menampilkan halaman web. HTML saat ini merupakan standar Internet yang didefinisikan dan dikendalikan penggunaannya oleh World *Wide Web Consortium* (W3C).

HTML berupa kode-kode tag yang menginstruksikan browser untuk menghasilkan tampilan sesuai dengan yang diinginkan. Sebuah file yang merupakan file HTML dapat dibuka dengan menggunakan browser web seperti Mozilla Firefox atau Microsoft Internet Explorer. HTML juga dapat dikenali oleh aplikasi pembuka email ataupun dari PDA dan program lain yang memiliki kemampuan browser.

HTML dokumen tersebut mirip dengan dokumen teks biasa, hanya dalam dokumen ini sebuah teks bisa memuat instruksi yang ditandai dengan kode atau lebih dikenal dengan TAG tertentu. Sebagai contoh jika ingin membuat teks ditampilkan menjadi tebal seperti: TAMPIL TEBAL, maka penulisannya dilakukan dengan cara: **TAMPIL TEBAL**. Tanda digunakan untuk mengaktifkan instruksi cetak tebal, diikuti oleh teks yang ingin ditebalkan, dan diakhiri dengan tanda untuk menonaktifkan cetak tebal tersebut. Secara garis besar, terdapat beberapa jenis elemen dari HTML:

a. Structural. tanda yang menentukan level atau tingkatan dari sebuah teks (contoh,<h1>Golf</h1> akan memerintahkan browser untuk menampilkan “Golf” sebagai teks tebal besar yang menunjukkan sebagai Heading 1

b. Presentational. tanda yang menentukan tampilan dari sebuah teks tidak peduli dengan level dari teks tersebut (contoh, boldface akan menampilkan bold. Tanda presentational saat ini sudah mulai digantikan oleh CSS dan tidak direkomendasikan untuk mengatur tampilan teks,

c. *Hypertext*. tanda yang menunjukkan pranala ke bagian dari dokumen tersebut atau pranala ke dokumen lain. Selain markup presentational, markup yang lin tidak menentukan bagaimana tampilan dari sebuah teks. Namun untuk saat ini, penggunaan tag HTML untuk menentukan tampilan telah dianjurkan untuk mulai ditinggalkan dan sebagai gantinya digunakan *Cascading Style Sheets.*

Contoh HTML Sederhana:

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
        <title>Ilmu Kita : Belajar HTML</title>
 </head>
  <body>
           <p>Belajar HTML</p>
  </body>
</html>
```

2.8.3. *Struktur Query Language (SQL)*

SQL (Structured Query Language) adalah sebuah bahasa yang dipergunakan untuk mengakses data dalam basis data relasional.Bahasa ini secara*de facto* merupakan bahasa standar yang digunakan dalam manajemen basis data relasional.Saat ini hampir semua server basis data yang ada mendukung bahasa ini untuk melakukan manajemen datanya.

2.8.3.1. Sejarah *Struktur Query Language (SQL)*

Sejarah SQL dimulai dari artikel seorang peneliti dari IBM bernama EF Codd yang membahas tentang ide pembuatan basis data relasional pada bulan Juni 1970. Bahasa tersebut kemudian diberi nama SEQUEL (*Structured English Query Language*).

Setelah terbitnya artikel tersebut, IBM mengadakan proyek pembuatan basis data relasional berbasis bahasa SEQUEL.Akan tetapi, karena permasalahan hukum mengenai penamaan SEQUEL, IBM pun mengubahnya menjadi SQL.Implementasi basis data relasional dikenal dengan *System/R*.

Di akhir tahun 1970-an, muncul perusahaan bernama Oracle yang membuat server basis data populer yang bernama sama dengan nama perusahaannya. Dengan naiknya kepopuleran Oracle, maka SQL juga ikut populer sehingga saat ini menjadi standar *de facto* bahasa dalam manajemen basis data.

2.8.3.2. Standarisasi *Struktur Query Language (SQL)*

Secara umum, SQL terdiri dari dua bahasa, yaitu *Data Definition Language* (DDL) dan Data Manipulation Language (DML).Implementasi DDL dan DML berbeda untuk tiap sistem manajemen basis data (SMBD), namun secara umum implementasi tiap bahasa ini memiliki bentuk standar yang ditetapkan ANSI, diantaranya:

1. *Data Definition Language* (DDL)

   DDL digunakan untuk mendefinisikan, mengubah, serta menghapus basis data dan objek-objek yang diperlukan dalam basis data, misalnya tabel, *view*, *user*, dan sebagainya. Secara umum, DDL yang digunakan adalah CREATE untuk membuat objek baru, USE untuk menggunakan objek, ALTER untuk mengubah objek yang sudah ada, dan DROP untuk menghapus objek. DDL biasanya digunakan oleh administrator basis data dalam pembuatan sebuah aplikasi basis data.

2. *Data Manipulation Language* (DML)

   DML digunakan untuk memanipulasi data yang ada dalam suatu tabel. Perintah yang umum dilakukan adalah:

   a. SELECT untuk menampilkan data
   b. INSERT untuk menambahkan data baru
   c. UPDATE untuk mengubah data yang sudah ada
   d. DELETE untuk menghapus data

2.8.4. *MYSQL*

Untuk melakukan administrasi dalam basis data MySQL, dapat menggunakan modul yang sudah termasuk yaitu command-line (perintah: mysql dan mysqladmin). Juga dapat di-download dari situs MySQL yaitu sebuah modul berbasis grafik (GUI): MySQL Administrator dan MySQL Query Browser. Selain itu terdapat juga sebuah perangkat lunak gratis untuk administrasi basis data MySQL berbasis web yang sangat populer yaitu phpMyAdmin. Untuk perangkat lunak untuk administrasi basis data MySQL yang dijual secara komersial antara lain: MySQL front, Navicat dan EMS SQL Manager for MySQL.

Bahasa SQL memiliki struktur yang mudah dipahami karena perintah – perintahnya pada dasarnya dibuat dari bahasa Inggris. Sehingga kita dapat melakukan perintah – perintah SQL ke dalam database MySQL, yaitu:

a. Memasukkan atau menambah record baru ke dalam database.
b. Mengeksekusi query database
c. Mengambil data dari database
d. Mengubah record pada database
e. Menghapus record pada database

Perintah SQL dapat diketik dengan huruf besar atau kecil (non case sensitive). Setelah selesai mengetik perintah di MySQL harus diakhiri dengan tanda titik koma sebagai penanda akhir dari perintah MySQL. Perintah SQL dapat diketik dengan huruf besar atau kecil (non case sensitive). Setelah selesai mengetik

perintah di MySQL harus diakhiri dengan tanda titik koma sebagai penanda akhir dari perintah MySQL.

2.8.5. *Cascading Style Sheet (CSS)*

Cascading Style Sheet (CSS) merupakan salah satu bahasa pemrograman web untuk mengendalikan beberapa komponen dalam sebuah web sehingga akan lebih terstruktur dan seragam. Begitu pula sama halnya dengan styles dalam aplikasi pengolahan kata seperti Microsoft Word yang dapat mengatur beberapa style, misalnya heading, subbab, bodytext, footer, images dan style lainnya untuk dapat digunakan bersama-sama dalam beberapa berkas (file). Pada umumnya CSS dipakai untuk memformat tampilan halaman web yang dibuat dengan bahasa HTML dan XHTML.

CSS dapat mengendalikan ukuran gambar, warna bagian tubuh pada teks, warna tabel, ukuran border, warna border, warna hyperlink, warna mouse over, spasi antar paragraf, spasi antar teks, margin kiri, kanan, atas, bawah, dan parameter lainnya. CSS adalah bahasa style sheet yang digunakan untuk mengatur tampilan dokumen. Dengan adanya CSS memungkinkan kita untuk menampilkan halaman yang sama dengan format yang berbeda. CSS adalah layouting "Masa Depan" dengan penggabungan bersama XHTML. Fakta Menggunakan CSS diantaranya :

1. Telah didukung oleh kebanyakan browser versi terbaru, tetapi tidak didukung oleh browser-browser lama.

2. Lebih fleksibel dalam penempatan posisi layout. Dalam layouting CSS, kita mengenal Z-Index untuk menempatkan objek dalam posisi yang sama.
3. Menjaga HTML dalam penggunaan tag yang minimal, hal ini berpengaruh terhadap ukuran berkas dan kecepatan pengunduhan.
4. Dapat menampilkan konten utama terlebih dahulu, sementara gambar dapat ditampilkan sesudahnya.
5. Penerjemahan CSS setiap browser berbeda, tata letak akan berubah jika dilihat di berbagai browser.

2.8.6. *Java Script*

2.8.6.1. Sejarah *Java Script*

Java Script pertama kali diperkenalkan oleh Netscape pada tahun 1995. Pada awalnya bahasa yang sekarang disebut *Java Script* ini dulunya dinamai "LiveScript"" yang berfungsi sebagai bahasa sederhana untuk *browser* Netscape Navigator 2 yang sangat populer pada saat itu. Kemudian sejalan dengan sedang giatnya kerjasama antara Netscape dan Sun (pengembang bahasa pemrograman "Java") pada masa itu, maka Netscape memberikan nama "JavaScript" kepada bahasa tersebut pada tanggal 4 desember 1995.

Pada saat yang bersamaan Microsoft sendiri mencoba untuk mengadaptasikan teknologi ini yang mereka sebut sebagai "Jscript" di *browser* milik mereka yaitu Internet Explorer 3. *JavaScript* sendiri merupakan modifikasi dari bahasa pemrograman C++ dengan pola penulisan yang lebih sederhana dari bahasa pemrograman C++.

2.8.6.2.Kelebihan *Java Script*

Java Script adalah bahasa pemrograman berbasis *prototipe* yang berjalan disisi klien. Jika kita berbicara dalam konteks web, sederhananya, kita dapat memahami *Java Script* sebagai bahasa pemrograman yang berjalan khusus untuk di *browser* atau halaman web agar halaman web menjadi lebih hidup. Kalau dilihat dari suku katanya terdiri dari dua suku kata, yaitu Java dan Script. Java adalah Bahasa pemrograman berorientasi objek, sedangkan Script adalah serangkaian instruksi program.

Secara fungsional, *Java Script* digunakan untuk menyediakan akses *script* pada objek yang dibenamkan (*embedded*). Contoh sederhana dari penggunaan *Java Script* adalah membuka halaman pop up, fungsi validasi pada form sebelum data dikirimkan ke *server*, merubah image kursor ketika melewati objek tertentu, dan lain lain.

2.8.6.3.Kekurangan *Java Script*

Java Script bekerja pada sisi *browser*. maksudnya begini : untuk menampilkan halaman web, user menuliskan alamat web di *address bar url*. setelah itu, browser "mengambil" *file* html (dengan *file Java Script* yang melekat padanya jika memang ada) ke *server* yang beralamat di URL yang diketikan oleh user. Selesai file diambil, file ditampilkan pada *browser*, setelah file *Java Script* berada pada *browser*, kemudian *script Java Script* tersebut bekerja.

Efek dari *Java script* yang bekerja pada sisi *browser* ini, *Java script* dapat merespon perintah *user* dengan cepat, dan membuat halaman web menjadi lebih responsif. *Java Script* melakukan apa yang tidak bisa dilakukan oleh HTML, PHP, dan CSS : menangani hal – hal yang membutuhkan respon cepat terhadap aksi dari user.

Contoh : fungsi validasi pada form. ketika anda mengisi sebuah form yang divalidasi menggunakan JavaScript, anda mengetikkan data lalu mengetik submit, sebelum data dikirimkan ke *server*, data akan "dicek" terlebih dahulu pada *browser* menggunakan fungsi *Java Script* yang ada pada halaman web. sehingga, jika memang data yang anda isikan tidak valid, daripada membuang – buang waktu dengan mengirimkan data ke *server* baru di validasi di *server* dan lalu *server* mengirimkan respons balik mengenai ketidak validan *input* data anda, lebih baik cek validasi data form dilakukan secara lokal di *browser* menggunakan fungsi *Java Script*.

2.8.7. *Apache Web Browser*

Web server merupakan *server* internet yang mampu melayani koneksi transfer data dalam protocol HTTP. *Web server* merupakan hal yang terpenting dari server di internet dibandingkan server lainnya seperti *e-mail server*, ftp *server* ataupun *news server*. Hal ini disebabkan *web server* telah dirancang untuk dapat melayani beragam jenis data, dari *text* sampai grafis 3 dimensi. Kemampuan ini telah menyebabkan berbagai institusi seperti universitas maupun perusahaan dapat menerima kehadirannya dan juga sekaligus menggunakannya sebagai sarana di internet.

Web server juga dapat menggabungkan dengan dunia *mobile wireless* internet atau yang sering disebut sebagai WAP (*Wireless Access Protocol*), yang banyak digunakan sebagai sarana handphone yang memiliki fitur WAP. Dalam kondisi ini, *web server* tidak lagi melayani data file HTML tetapi telah melayani WML (*Wireless Markup Language*).

Salah satu *software* yang biasa digunakan oleh banyak web master di dunia adalah apache. *Software* tersebut dapat kita download secara gratis dari web resmi apache, yaitu http://www.apache.org. Dalam Penggunaannya Apache merupakan software open source yang sekarang ini sudah merebut pasar dunia lebih dari 50%. *Web server* ini fleksibel terhadap berbagai system operasi seperti windows9x/NT ataupun unix/linux. *Apache* merupakan turunan dari webserver yang dikeluarkan oleh NCSA yaitu NCSA HTTPd pada sekitar tahun 1995.

Kelebihan *web server Apache* :

a. *Freeware* (software gratisan).
b. Mudah di *install*.
c. Mampu beroperasi pada berbagai *platform* sistem operasi.
d. Mudah mengkonfigurasinya.
e. *Apache Web server*

Mudah dalam menambahkan periferal lainnya ke dalam platform web servernya, misalnya : untuk menambahkan modul, cukup hanya menset *file*

konfigurasinya agar mengikutsertakan modul itu ke dalam kumpulan modul lain yang sudah dioperasikan.

2.8.8. Web Browser

Penjelajah web atau biasa disebut *web browser*, disebut juga sebagai *perambah* atau *peramban*, adalah perangkat lunak yang berfungsi menampilkan dan melakukan interaksi dengan dokumen-dokumen yang disediakan oleh *server web*. Penjelajah web yang populer adalah Google Chrome dan Mozilla Firefox. Penjelajah web adalah jenis agen pengguna yang paling sering digunakan. Web sendiri adalah kumpulan jaringan berisi dokumen dan tersambung satu dengan yang lain, yang dikenal sebagai *World Wide Web*. Adapun beberapa istilah yang sering muncul pada saat kita menggunakan web browser adalah sebagai berikut :

Tabel 2. 3 Instilah -istilah Web Browser

Istilah	Keterangan
Website	Halaman-halaman web saling terhubung dalam suatu website
Homepage	Halaman awal ketika suatu situs dimunculkan, biasanya juga sebagai penghubung ke website-website lain
URL	Alamat unik pada suatu web yang digunakan web server untuk mengirimkan halaman web tersebut ke komputer untuk mengaksesnya.
WWW	Kumpulan dari dokumen-dokumen elektronik yang kemudian disebut web, tiap dokumen tersebut disebut web page.
Portal	Web yang menyediakan berbagai jenis layanan.