



E-Business

Pengembangan Konsep Dasar

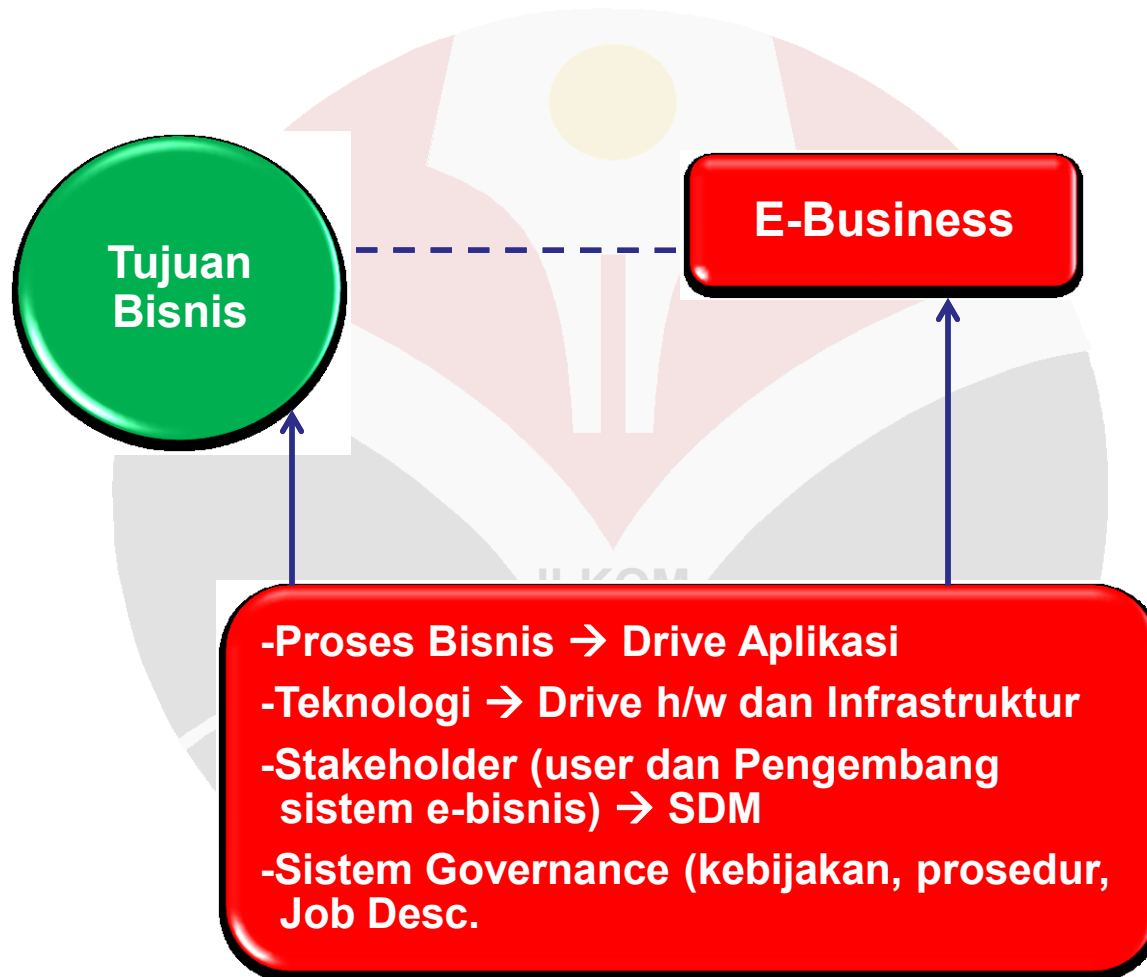
Sumber: Eko Indrajit, Konsep dan Aplikasi e-Business

ILKOM

Asep Wahyudin, M.T. (2398)
Ilmu Komputer

FPMIFA - Universitas Pendidikan Indonesia





Pada prinsipnya Konsep e-Business dapat diterapkan pada seluruh perusahaan tanpa peduli ukuran dan jenisnya, karena dalam proses penciptaan produk maupun jasanya, setiap perusahaan pasti membutuhkan:

sumber daya informasi

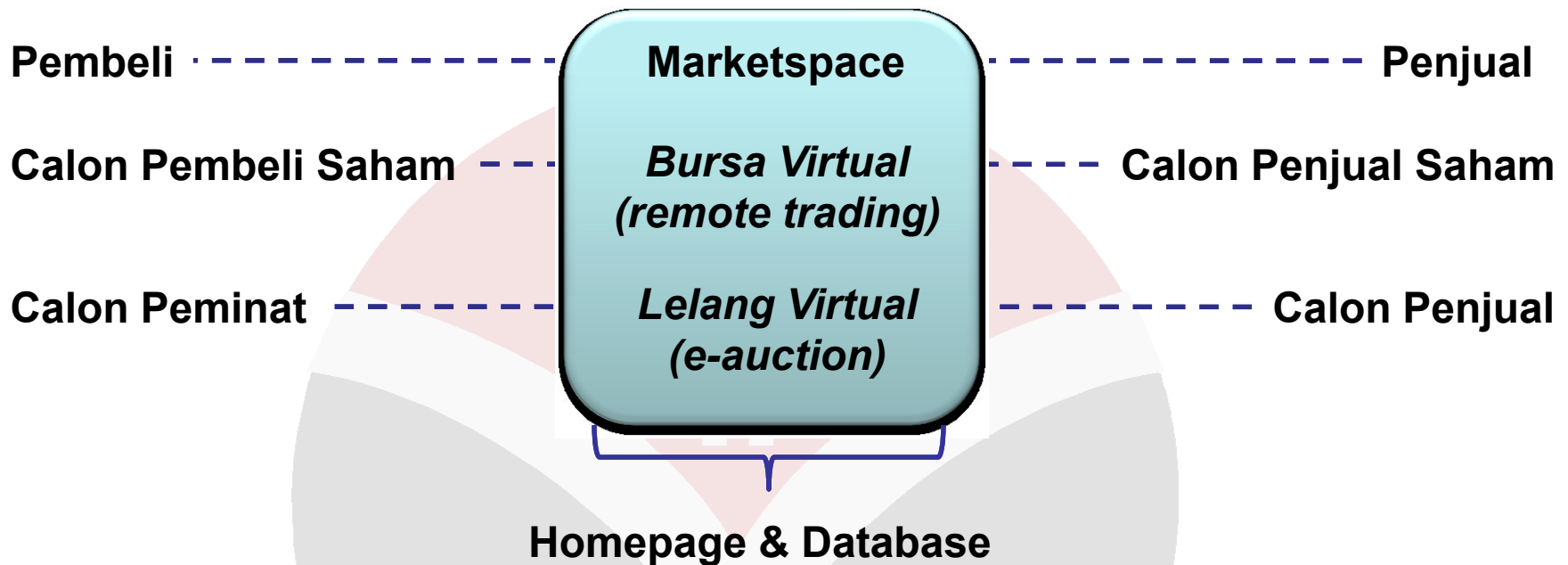
Bagaimana informasi diciptakan dan didistribusikan merupakan hal yang sangat krusial untuk dikelola

Karena fungsi dan proses bisnis butuh data/informasi

Konsep e-Business

Menawarkan tatacara penciptaan, penyimpanan, pengolahan, dan pendistribusian data/informasi yang efisien dan efektif di dalam sebuah perusahaan maupun antara perusahaan dengan stakeholdernya (supplier, customer, mitra bisnis, vendor, dan pihak lain yang berkepentingan).

Marketspace sbg Pasar Terbuka/Bebas



- ✓ Jika diarahkan pada usaha-usaha agar terjadi inisiatif pertukaran barang atau jasa secara langsung/tidak langsung, maka perusahaan sudah berada dalam tahap awal pengembangan e-Business.
- ✓ Dipergunakannya homepage dan database statis pada tahap awal pengembangan awal e-Business → "*brochureware*".
- ✓ Sebuah perusahaan telah benar-benar menerapkan konsep e-Business jika sebagian besar proses bisnis dan sumber daya informasinya telah secara signifikan (dan mayoritas) dikelola dengan menggunakan beragam teknologi informasi (terutama internet).

- e-business telah menjadi trend yang mewarnai aktifitas bisnis baik di negara maju maupun berkembang
- Konsep e-business berkembang karena kemajuan teknologi informasi dan e-business ini dianggap sebagai paradigma baru sebagai kunci sukses perusahaan di era informasi dan masa datang.
- *Mohan Sawhney* mendefinisikan e-business sebagai : *“The use of electronic network and assosiateed technologies to enable, improve, enhance, transform, or invet a business prosess or business system to create superior value for current or potential customer”*
- Bahwa teknologi elektronik dan digital berfungsi sebagai medium tercapainya proses dan sistem bisnis yang lebih baik di banding konvensional, terutama dilihat dari manfaat yang dapat dirasakan stakeholders

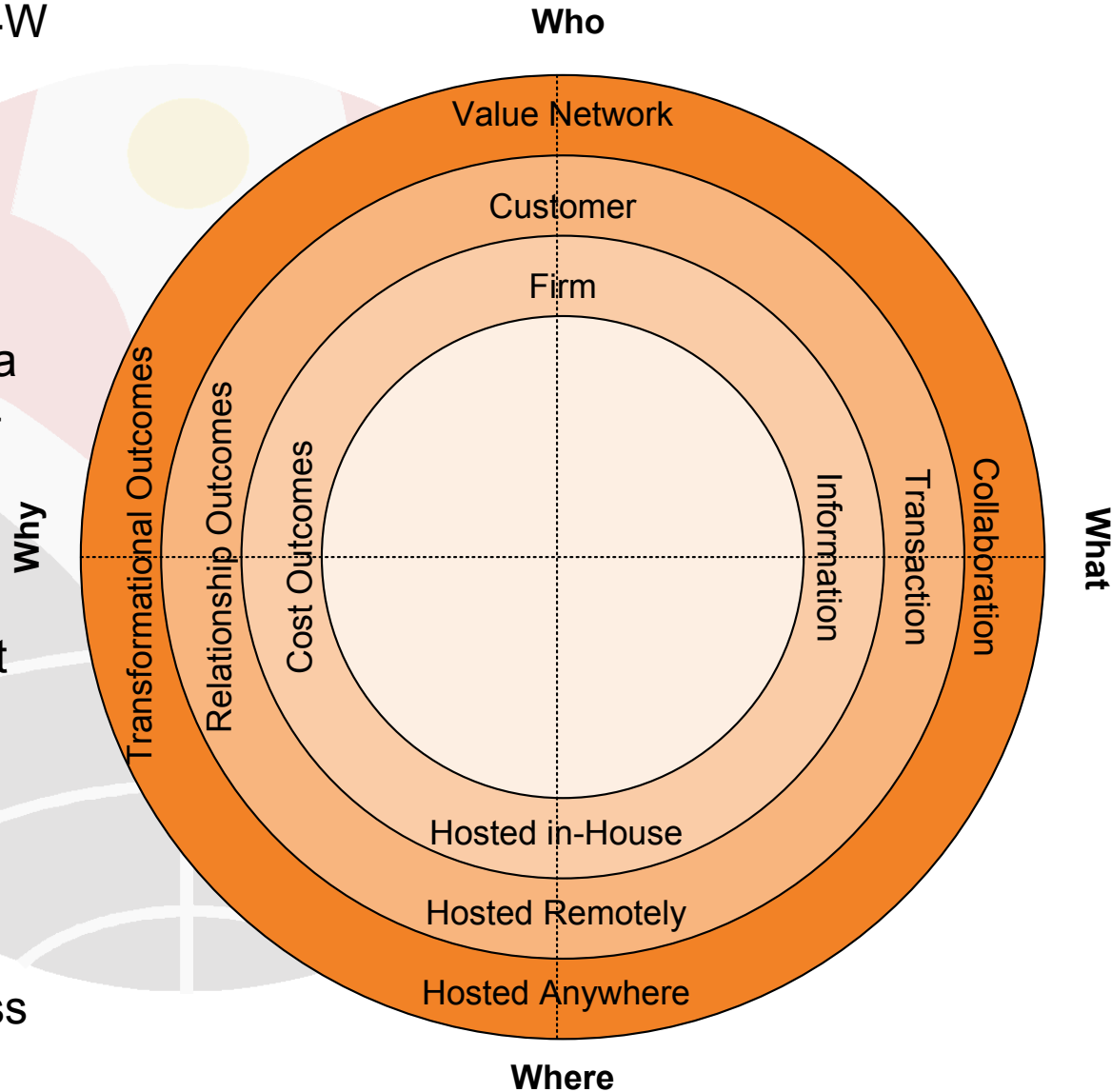
Dimensi ruang lingkup pengertian e-business menggunakan prinsip 4W

Dimensi What menjelaskan tentang aktifitas apa saja yang ada dalam e-business

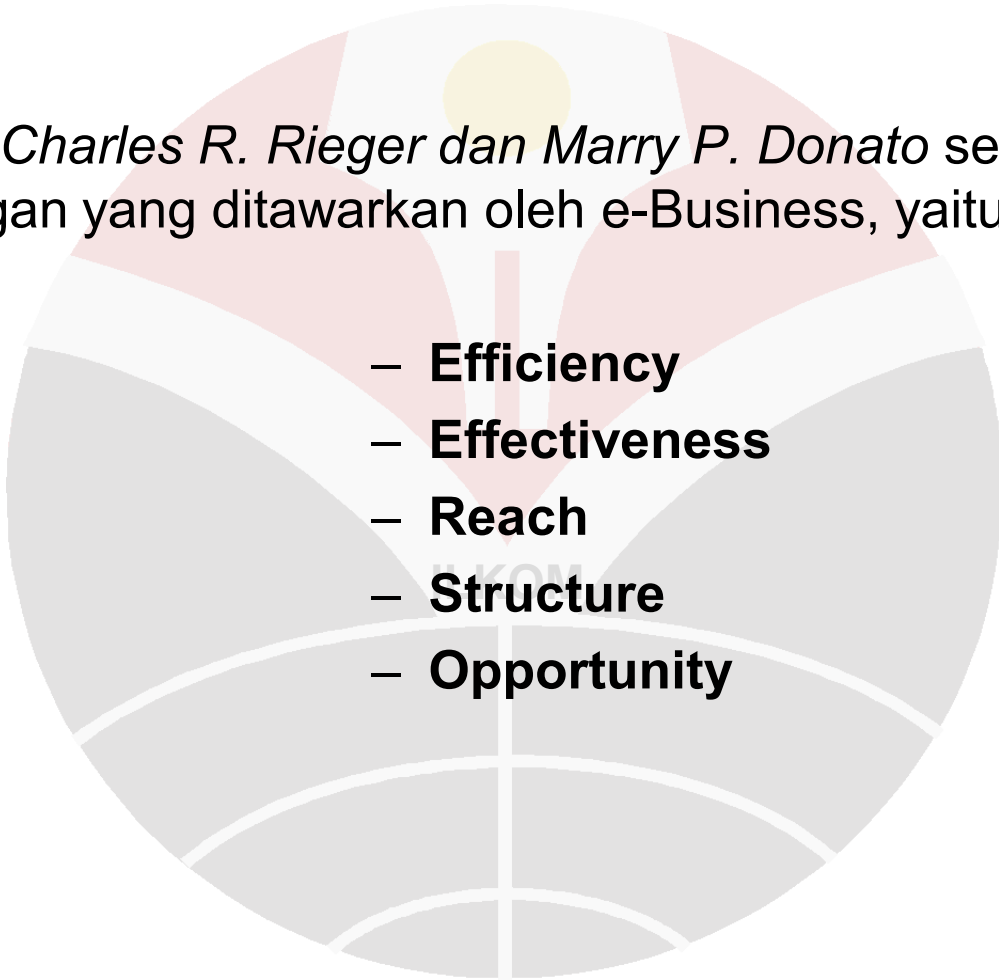
Dimensi Who menjelaskan siapa saja yang terlibat dalam aktifitas e-business

Dimensi Where menjelaskan dimana saja aktifitas bisnis dapat dilakukan

Dimensi Why menjelaskan mengapa para praktisi bisnis diseluruh dunia sepakat mengimplementasikan e-business



Menurut Charles R. Rieger dan Marry P. Donato setidaknya ada 5 keuntungan yang ditawarkan oleh e-Business, yaitu

- 
- **Efficiency**
 - **Effectiveness**
 - **Reach**
 - **Structure**
 - **Opportunity**

- **Efficiency**

Berdasarkan suatu riset memperlihatkan bahwa kurang lebih 40% dari total biaya operasional perusahaan diperuntukkan bagi aktivitas penyebaran informasi ke divisi-divisi terkait.

TIK → dapat mengurangi total biaya operasional.

Contohnya : bagaimana fasilitas email dapat mengurangi biaya komunikasi pengiriman dokumen

- **Effectiveness**

Dengan dimanfaatkannya teknologi informasi, pelanggan dapat berhubungan dengan perusahaan kapan saja. 7 hari seminggu 24 jam non stop

- **Reach**

Perusahaan mampu memperluas jangkauan dan ruang gerak perusahaan untuk ekspansi dengan mudah (menembus batas ruang dan waktu) dan tanpa memerlukan biaya yang relatif mahal

- **Structure**

Konsep *brick-and-mortar* menjelma menjadi *click-and-mortar* telah mengubah perilaku perusahaan dalam pendekatan bisnis

- **Opportunity**

Terbukannya peluang yang lebar bagi pelaku bisnis untuk berinovasi menciptakan produk-produk atau jasa-jasa baru akibat ditemukannya teknologi baru dari masa kemasa

Perkembangan implementasi konsep e-business disebuah industri atau negara sangat dipengaruhi oleh *external driving force* yaitu:

- **Customer Expectations**
- **Competitive Imperatives**
- **Deregulation**
- **Technology**

Customer Expectations

Konsumen pada saat ini tidak cukup dipuaskan dengan baiknya kualitas produk, tetapi juga mengharapkan adanya pelayanan pra dan pasca jual yang baik.

Spektrum pelayanan yang dimaksud antar lain:

- Pemesanan dapat dilaksanakan anytime, anywhere
- Pembayaran pembelian produk dengan metode yang beragam misalnya kartu kredit, kartu debit maupun layanan transfer
- Adanya fasilitas asuransi produk
- Pengiriman produk yang cepat dan harga kompetitif
- dsb

Competitive Imperatives

Globalisasi telah membentuk sebuah arena persaingan dunia usaha yang sangat ketat.

Pelanggan akan dengan mudah membandingkan kualitas produk dan pelayanan antar perusahaan, hal ini memaksa perusahaan mengembangkan strategi bisnis yang tepat.

Deregulation

Secara makro deregulasi yang dilakukan oleh pemerintah maupun negara-negara lain telah (seperti WTO, APEC, AFTA dll) turut mewarnai bentuk dunia usaha dimasa datang terutama dengan konsep perdagangan bebas antar negara dan industri.

Internet disini dinggap sebagai sebuah arena dimana konsep kompetisi sempurna dan pasar terbuka telah terjadi terutama produk –produk dan jasa-jasa yang dapat digitalisasi.

Technology

E-business adalah kemajuan teknologi informasi yang didominasi oleh percepatan teknologi komputer dan telekomunikasi.

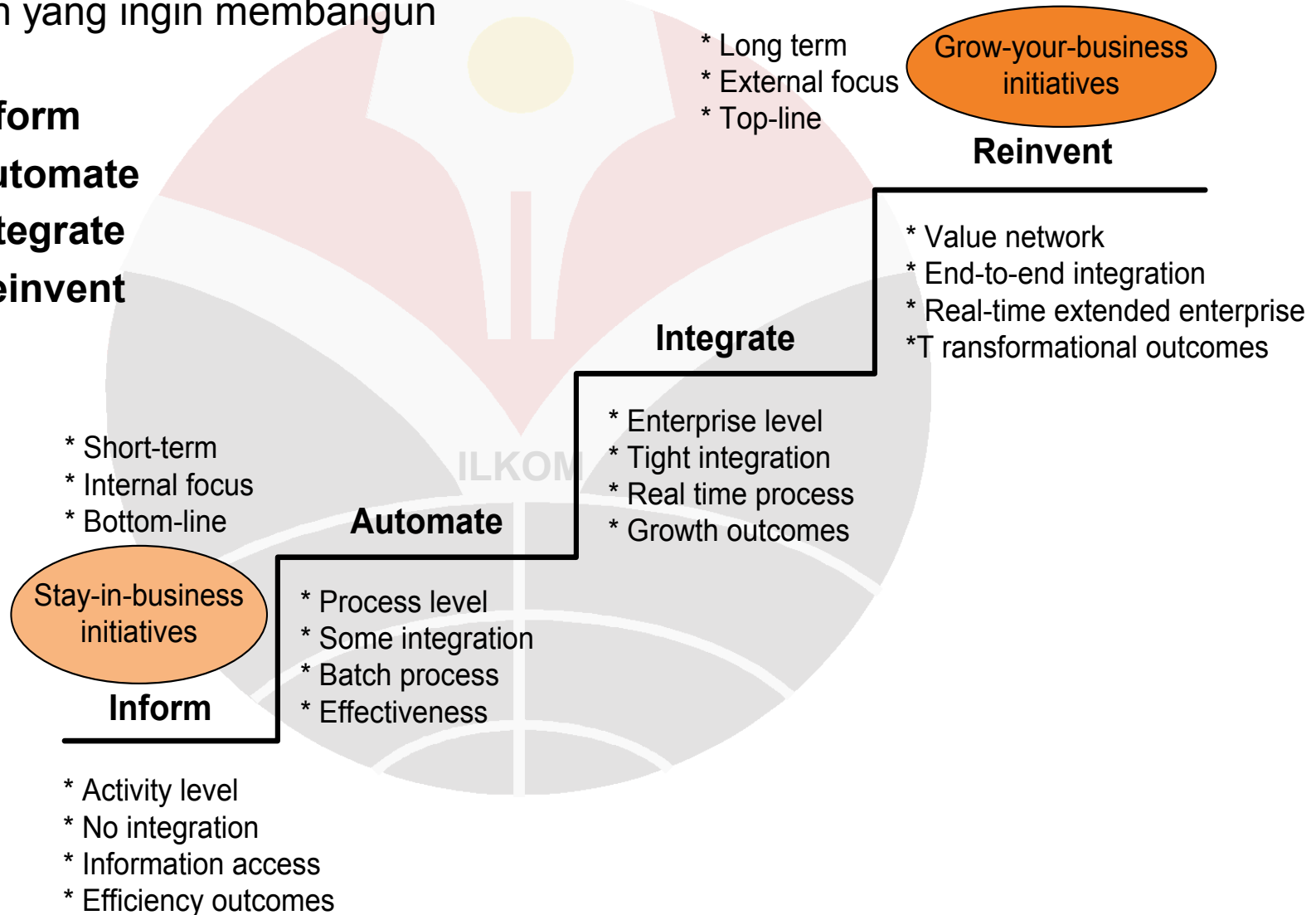
Fungsi dari teknologi informasi tidak hanya kritikal bagi perkembangan e-business tetapi justru menjadi penggerak dari dimungkinkannya model-model bisnis baru.



Tahap Evolusi e-Business

Empat tahapan evolusi yang dapat dijadikan pegangan/panduan bagi perusahaan yang ingin membangun e-business:

- **Tahap Inform**
- **Tahap Automate**
- **Tahap Integrate**
- **Tahap Reinvent**



- **Tahap Inform**

Ditandai adanya unit-unit kecil di dalam perusahaan yang mulai mencoba membangun software-software kecil berbasis internet.

- **Tahap Automate**

Mengintegrasikan unit-unit kecil software dalam perusahaan

- **Tahap Integrate**

Mengintegrasikan aplikasi e-business perusahaan dengan entiti-entiti lain diluar perusahaan.

- **Tahap Reinvent**

Adanya perubahan secara mendasar dari manajemen perusahaan terutama yang berkaitan dengan cara melihat bisnis yang ada

Model Arsitektur Aplikasi e-Business

Dalam menerapkan konsep e-business, peranan aplikasi sangatlah penting.

Ada dua model arsitektur e-business yaitu ;

- **Model Sequential**

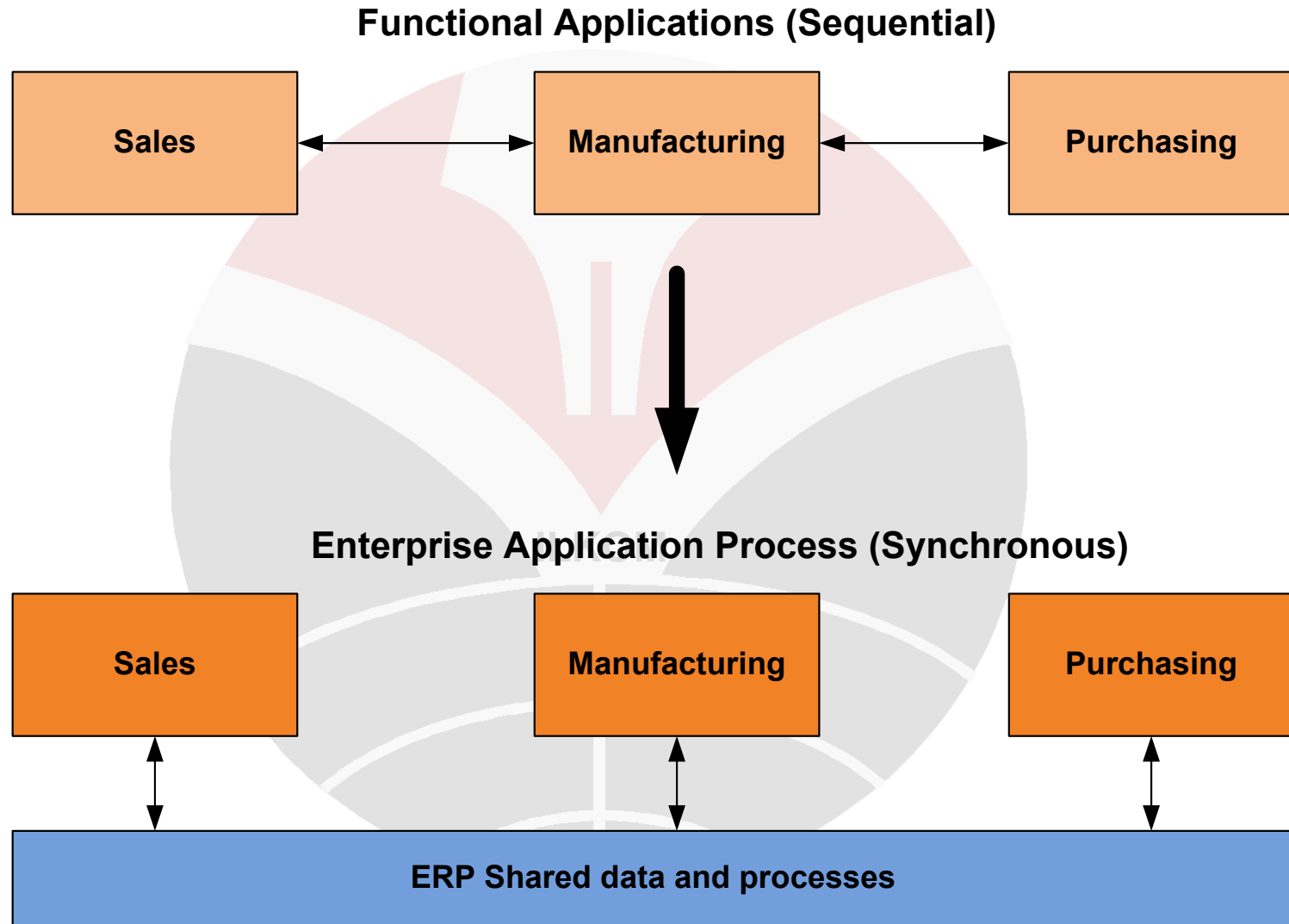
Model arsitektur yang mengembangkan aplikasi berdasarkan fungsi-fungsi yang ada dalam perusahaan. Untuk mengintegrasikan fungsi fungsi tersebut diperlukan interface agar output dari aplikasi dapat dibaca oleh aplikasi lain.

- **Model Synchronous**

Aplikasi besar yang akan mensinkronisasi mekanisme IPO masing-masing unit dengan cara memusatkan data dan proses pada sebuah titik.

Contoh: Aplikasi ERP(Enterprise Resource Planning)

Tahap Evolusi e-Business



Kelemahan konsep arsitektur sekuensial yang cukup mendasar adalah aspek kecepatan dan reliabilitas dan untuk mengatasi permasalahan kecepatan dan reliabilitas digunakan konsep arsitektur sinkronisasi

E-business Type

Perkembangan pemakaian alat-alat elektronik dan digital sebagai medium komunikasi dan relasi bisnis jauh lebih cepat dibanding dengan cara transaksi jual beli.

Community

Lebih mudah menciptakan kebutuhan (demand creation) kepada generasi muda dibanding dengan mengubah pola hidup generasi tua

Content

Adanya internet yang paling banyak memperoleh keuntungan adalah perusahaan bukan end user.

Technology Device

Teknologi berbasis PC akan bergeser ke teknologi digital ditambah microprocessor seperti PDA

Access Channels

Berkembangnya teknologi informasi semacam internet dan website menawarkan perusahaan yang berminat mengimplementasikan kanal akses tersebut

Regulation

E-business berkaitan erat dengan aktifitas pencarian laba finansial maka pemerintah akan mengikuti negara-negara maju dalam menerapkan regulasi e-business yang kondusif

Organization

Faktor budaya, pendidikan, sosial dan perilaku dalam organisasi memegang peranan penting dalam menentukan sukses tidaknya sosialisasi penggunaan teknologi informasi

Change Strategy

Perusahaan di negara berkembang lebih memilih metode evolusi dibanding revolusi dalam mengimplementasikan e-busines

Business Process

Perusahaan yang sukses diraih oleh perusahaan yang mampu mengawinkan konsep tradisional physical value chain dengan virtual value chain

System Approach

e-business baru dapat berkembang jika komponen lain dalam lingkungan sistem e-business turut tumbuh dan berkembang secara serentak

