

The slide features a dark blue background with white decorative circuit-like lines in the corners. These lines consist of straight paths that branch out and terminate in small circles, resembling a network or data flow diagram.

INTRODUCTION TO INFORMATION SYSTEMS

**WEEK 7 – ELECTRONIC BUSINESS SYSTEMS**

LECTURER : RAMBU YETTI KALAWAY

# AWAL PERKEMBANGAN E-BUSINESS

Tahun 1970an Aplikasi e-Business pertama kali dikembangkan dan digunakan sebagai transaksi pembayaran melalui internet yang disebut dengan Electronic Fund Transfer (EFT)

Dalam perkembangan berikutnya, diketemukannya Elektronik Data Interchange (EDI) yang digunakan untuk mentransfer data secara rutin, seperti dokumen-dokumen sampai pada transaksi keuangan.

# AWAL PERKEMBANGAN E-BUSINESS

Pada tahun 1990 dimana teknologi WWW, semakin maju karena tidak hanya menampilkan data saja melainkan sudah mampu menampilkan data gambar, suara, animasi bahkan video.

Pada tahun 2000-an, perkembangan e-Business, semakin pesat dimana banyak perusahaan-perusahaan di Amerika, Eropa, Asia bahkan Indonesia telah beralih dalam konsep memasarkan produk produknya melalui Internet.

# EKONOMI DIGITAL

e-Business merupakan kegiatan berbisnis di Internet yang tidak saja meliputi pembelian, penjualan dan jasa, tapi juga meliputi pelayanan pelanggan dan kerja sama dengan rekan bisnis (baik individual maupun instansi). Dalam hal ini, semua dilakukan melalui teknologi informasi dan komunikasi serta kolaborasi dan interaksi komunikasi antara manusia dan organisasi melalui teknologi tersebut.

Teknologi dimanfaatkan sebagai alat pertukaran, penyimpanan pemrosesan dan pengiriman informasi. Semua cakupan e-Business yang diperlukan, diintegrasikan ke dalam sebuah aplikasi yaitu E-Commerce yang menghubungkan perusahaan, konsumen bahkan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

# PENGERTIAN

Menurut Harisno & Pujadi (2009), e-Business merupakan kegiatan berbisnis di internet, yang tidak saja pembelian, penjualan dan jasa, tapi juga pelayanan pelanggan dan kerja sama dengan rekan bisnis. Sedangkan Chaffey (2009) mendefinisikan “*e-Business is the transformation of key business processes through the use of Internet technologies*”.

Menurut Sawhney (2001) Penggunaan jaringan elektronik dan teknologi terkait untuk memungkinkan, memperbaiki, meningkatkan, mengubah atau menciptakan proses bisnis atau sistem bisnis untuk menciptakan nilai superior bagi pelanggan saat ini atau pelanggan yang potensial.

# PENGERTIAN

Menurut Dhillon & Kaur (2012) e-Business adalah sebuah teknologi untuk mengembangkan proses bisnis yang terdiri dari proses internal organisasi seperti sumber daya manusia, sistem keuangan dan administrasi serta proses eksternal seperti penjualan dan pemasaran, penyediaan barang dan jasa dan juga hubungan dengan pelanggan.

Dhillon & Kaur (2012) juga menjelaskan bahwa e-Business adalah jenis metode yang menghubungkan berbagai perusahaan untuk membuat sistem pemrosesan internal dan eksternal secara lebih efisien dan fleksibel, dekat dengan mitra dan pemasok, dan dengan cara ini mereka memenuhi kebutuhan pelanggan.

# PENGERTIAN

Menurut O'Brien (2003) e-Business adalah penggunaan internet dan jaringan dan teknologi informasi lainnya untuk mendukung perdagangan elektronik, komunikasi dan kolaborasi perusahaan, dan proses bisnis berbasis website baik di dalam perusahaan internetwork, dan dengan pelanggan dan mitra bisnisnya

Menurut Romney dan Steinbart (2017), e-Business mengacu pada semua penggunaan kemajuan teknologi informasi khususnya teknologi jaringan dan komunikasi untuk memperbaiki cara-cara sebuah organisasi dalam melakukan seluruh proses-proses bisnis

# PENGERTIAN

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa e-Business merupakan suatu kegiatan yang menggunakan teknologi internet sebagai media utama untuk menjalankan proses bisnis sebuah perusahaan dan dapat menghemat biaya operasional perusahaan karena semua aktivitas dapat dilakukan melalui jaringan internet.

# HUBUNGAN E-BUSINESS DAN E-COMMERCE

Perdagangan elektronik atau e-Commerce merupakan bagian dari e-Business, dimana cakupan e-Business lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga kolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, sumber daya manusia, lowongan pekerjaan dan lain-lain.

Selain teknologi jaringan www, e-Business juga memerlukan teknologi basis data, surat elektronik dan bentuk teknologi nonkomputer yang lain seperti sistem pengiriman barang dan alat pembayaran untuk e-Commerce ini.

# HUBUNGAN E-BUSINESS DAN E-COMMERCE

Dalam prosesnya, setiap bisnis tentu tidak dapat berjalan sendiri tanpa adanya interaksi dengan pihak eksternal dari organisasi itu sendiri, seperti para supplier, customer, investor, kreditur, pemerintah dan media.

Interaksi ini akan terfasilitasi melalui aplikasi e-Commerce yang dimaksud. Karena itu, pada saat merancang dan membangun aplikasi e-Commerce tersebut harus sudah direncanakan dengan benar, agar fitur-fitur yang ada nantinya dapat memfasilitasi interaksi-interaksi tersebut.

# DAMPAK POSITIF IMPLEMENTASI E-BUSINESS

- **Meningkatkan Aliran Pendapatan (*Revenue Stream*)**

Lebih menjanjikan karena tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional. Dalam penggunaan teknologi ini sifatnya *real time* dan tidak memperdulikan batas, jarak, ruang, dan waktu, maka secara cepat kita dapat menerima informasi-informasi yang berguna bagi peningkatan pendapatan perusahaan.

# DAMPAK POSITIF IMPLEMENTASI E-BUSINESS

- **Meningkatkan Pangsa Pasar (*Market Exposure*)**

Dengan menggunakan internet, kita dapat menjangkau orang-orang dari berbagai daerah.

- **Menurunkan Biaya Operasional (*Operation Cost*)**

Dengan diterapkannya e-Business dapat mengurangi biaya terutama untuk biaya operasional.

# DAMPAK POSITIF IMPLEMENTASI E-BUSINESS

- **Meluaskan Jangkauan (*Global Reach*)**

Jangkauan untuk mendapatkan pangsa pasar baru menjadi semakin terbuka.

- **Meningkatkan *Customer Loyalty***

Interaksi yang mudah, tanpa harus menunggu antrian atau harus datang langsung ke outlet akan menambah loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

# DAMPAK POSITIF IMPLEMENTASI E-BUSINESS

- **Meningkatkan *Supplier Management***

Dengan adanya komunikasi yang terarah serta cepat dan tepat, waktu penyaluran barang pun akan menjadi semakin cepat.

- **Mempersingkat waktu produksi**

- **Meningkatkan *value chain***

# DAMPAK NEGATIF IMPLEMENTASI E-BUSINESS

- **Kehilangan segi finansial secara langsung karena kecurangan**

Misalkan pembobolan sebuah sistem perbankan oleh *hacker*, kemudian memindahkan sejumlah rekening orang lain ke rekeningnya sendiri.

- **Pencurian informasi rahasia yang berharga.**

Tindakan ini bisa menyingkap semua informasi rahasia organisasi kepada pihak-pihak yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar bagi si korban.

- **Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan (non-teknis)**

Kesalahan ini bersifat kesalahan non-teknis seperti aliran listrik padam atau jaringan yang tidak berfungsi.

# DAMPAK NEGATIF IMPLEMENTASI E-BUSINESS

- **Kehilangan kepercayaan dari para konsumen**

Kehilangan kepercayaan dari para konsumen. Ini karena berbagai macam faktor seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut.

- **Kerugian yang tidak terduga** seperti ketidakjujuran, kesalahan faktor manusia atau kesalahan sistem elektronik.

# APLIKASI E-BUSINESS

Dalam prosesnya, setiap bisnis tentu tidak dapat berjalan sendiri tanpa adanya interaksi dengan pihak eksternal dari organisasi itu sendiri, seperti para supplier, customer, investor, kreditur, pemerintah dan media.

Karena itu di dalam aplikasi e-Business haruslah terdapat fitur-fitur yang dapat memfasilitasi kegiatan tersebut. Berikut fitur-fitur yang harus ada pada aplikasi e-Business:

# APLIKASI E-BUSINESS

## 1. ERP (*Enterprise Resource Planning*)

ERP merupakan komponen utama dari e-Business, dengan kata lain ERP adalah sistem operasi bisnis, setara dengan sistem operasi windows untuk operasi back-office.

Adapun fungsinya adalah sebagai berikut:

- a. Sistem informasi untuk perusahaan manufaktur.
- b. Berperan mengintegrasikan dan mengotomatisasi proses bisnis.
- c. *Back office system*, konsumen dan publik tidak dilibatkan.
- d. *Client-server software*, baik desktop ataupun berbasis web.
- e. Memiliki kemampuan untuk mengelola sebagian besar transaksi.
- f. Data dapat diakses secara *real-time*.

# APLIKASI E-BUSINESS

## 2. CRM (*Customer Relationship Management*)

CRM adalah kustomisasi dan personalisasi produk dan layanan secara *real-time* berdasarkan kebiasaan beli, keinginan dan kebutuhan konsumen.

Adapun fungsinya adalah sebagai berikut:

- a. Merupakan penggambaran hubungan sistem dengan konsumennya.
- b. Usaha perusahaan dalam menjaga hubungan dengan konsumennya.
- c. Strategi bisnis perusahaan.
- d. Sebuah *tool* untuk memahami konsumennya.

# APLIKASI E-BUSINESS

## 3. *SCM (Supply Chain Management)*

SCM merupakan sinkronisasi dan koordinasi aktifitas-aktifitas yang berkaitan dengan aliran material/produk, baik yang ada dalam satu organisasi maupun antar organisasi.

Adapun fungsinya adalah sebagai berikut:

- a. Pengelolaan yang efektif atas integrasi yang terlibat di dalam kegiatan pemasokan.
- b. Perencanaan dan pengendalian yang baik atas kegiatan pengadaan.
- c. Efisiensi aliran pasokan hingga ke titik konsumsi terakhir.
- d. Perancangan dan kontrol arus material dan informasi sepanjang rantai pasokan.
- e. Bertujuan untuk mendapatkan kepuasan konsumen sekarang dan dimasa yang akan datang.

# PERBEDAAN BISNIS TRADISIONAL VS E-BUSINESS

Walaupun sama-sama bergerak di bidang bisnis, namun terdapat perbedaan mendasar antara bisnis tradisional dengan *e-business*. Perbedaan ini disebabkan oleh perubahan kebiasaan masyarakat yang mengikuti perkembangan teknologi.

Organisasi Bisnis Tradisional “Berkembang Bertahap”	Karakteristik dari “Perjalanan e-Business”
Terdefinisi dengan jelas	Definisi masa depan tidak jelas
Tidak ada perubahan pada lingkungan dan teknologi bisnis	Perubahan pada lingkungan dan teknologi bisnis yang permanen dan tidak terduga
Tekanan dan target waktu yang tinggi	Waktu dan kecepatan pemasaran adalah factor kompetitif yang utama
Pembelajaran yang berkelanjutan	Pembelajaran yang berkelanjutan dan dibutuhkan adaptasi yang cepat

# CAKUPAN E-BUSINESS

Cakupan atau spektrum e-Business dapat sangat luas wilayahnya tergantung dari masing-masing sudut pandang orang yang melihat definisi dari kata “bisnis” itu sendiri.

Untuk dapat menangkap dimensi ruang lingkup pengertian e-Business, cara yang sering digunakan adalah dengan menggunakan prinsip 4 W yaitu *What, Who, Where dan Why*.

# PRINSIP WHAT

*E-Business* memiliki cakupan jauh lebih luas tidak hanya pada aktifitas atau mekanisme transaksi yang dilakukan secara *online/digital* namun termasuk di dalamnya aktifitas relasi antara dua entiti perusahaan, interaksi antara perusahaan dengan konsumennya, kolaborasi antara perusahaan dengan para mitra bisnisnya, pertukaran informasi antara perusahaan dengan para pesaing usahanya dan lain sebagainya.

# PRINSIP WHO

*Who* adalah semua pihak yang melakukan interaksi dalam sebuah sistem bisnis/serangkaian proses bisnis yaitu pihak yang berkepentingan dalam ruang lingkup e-Business.

Tujuh klasifikasi pihak yang sering dipergunakan dalam mengilustrasikan e-Business yaitu:

- a. *Agent*
- b. *Business*
- c. *Consumer*
- d. *Device*
- e. *Employee*
- f. *Family*
- g. *Government*

## PRINSIP WHERE

Dalam e-Business interaksi dan kegiatan e-Business dapat dilakukan dimana saja melalui berbagai kanal akses, sejauh pihak yang berkepentingan memiliki fasilitas elektronik/digital sebagai kanal akses.

## PRINSIP WHY

Konsep e-Business tidak hanya menguntungkan perusahaan namun juga memberikan kesempatan perusahaan untuk meningkatkan perusahaan dalam meningkatkan level pendapatannya (*revenue generation*) secara langsung maupun tidak langsung.

Implementasi e-Business yang dilakukan oleh perusahaan memberikan dampak perusahaan dapat melihat berbagai peluang dan celah bisnis baru yang selama ini belum pernah ditawarkan kepada masyarakat.

# SPEKTRUM VALUE E-BUSINESS

Menurut Indrajit (2001) ada 5 keuntungan e-Business (*e-Business value spectrum*) menurut yaitu:

## **1. Efesiensi (Efficiency)**

Manfaat yang didapatkan perusahaan adalah perbaikan tingkat efisiensi. Berdasarkan sebuah riset menyatakan kurang dari 40% dari total biaya operasional diperuntukkan bagi aktifitas penciptaan dan penyebaran informasi ke berbagai bagian terkait.

Dengan memanfaatkan teknologi informasi di dalam rangkaian bisnis sehari-hari terlihat bagaimana perusahaan dapat mengurangi total biaya operasional yang biasa dikeluarkannya.

# SPEKTRUM VALUE E-BUSINESS

## 2. Efektifitas (*Effectiveness*)

Efektifitas dirasakan ketika terjadi perubahan-perubahan yang cukup signifikan dalam cara perusahaan melakukan aktifitas operasional sehari-hari. Contoh penerapan konsep *e-supply chain* membuat manajemen dapat meningkatkan service level kepada pelangganya.

Contoh lainnya dengan mengimplementasikan aplikasi ERP pada perusahaan memberikan dampak meningkatnya kualitas pengambilan keputusan dari manajemen.

# SPEKTRUM VALUE E-BUSINESS

## 3. Jangkauan (Reach)

Kemampuan penggunaan teknologi informasi di dalam memperluas jangkauan dan ruang gerak perusahaan. Selain itu memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan domain kerja sama dengan mitranya secara signifikan

# SPEKTRUM VALUE E-BUSINESS

## 4. Struktur (Structure)

Terciptanya berbagai jenis produk dan jasa baru akibat konvergensi berbagai sektor industri yang selama ini secara struktur terlihat berdiri sendiri-sendiri. Contohnya bagaimana sebuah kendaraan dapat jual dengan cara lelang, sebuah bank virtual yang berfungsi sebagai penasehat keuangan dan lainnya.

# SPEKTRUM VALUE E-BUSINESS

## 5. Peluang (Opportunity)

Terbukanya kesempatan yang lebar bagi pelaku bisnis untuk berinovasi menciptakan produk maupun jasa baru akibat berkembangnya teknologi informasi baru dari waktu ke waktu.

Contohnya dalam bidang pendidikan, saat ini semakin marak situs penyelenggara pendidikan secara *online/virtual*.

# SPEKTRUM VALUE E-BUSINESS

Contoh atau gambaran *e-Business* berdasarkan spektrum value *e-Business* di atas:

1. *e-Auctioning*, yaitu lelang yang memanfaatkan teknologi elektronik sebagai tempat terjadinya proses lelang.
2. *e-Banking*, kegiatan yang melakukan transaksi, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi sistem keamanan.
3. *e-Commerce*, transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet.
4. *e-Directories*, Sebuah layanan pengiriman situs web di mana situs web ditambahkan ke kategori yang tepat dalam direktori online dicari yang meningkatkan visibilitas situs web dan menciptakan inbound link yang relevan dengan situs web tersebut.

# SPEKTRUM VALUE E-BUSINESS

5. *e-Engineering*, terciptanya pengembangan produk dinamis terpadu dan proses realisasi yang memiliki kelincahan dan kemahiran yang diperlukan untuk merespon tuntutan dunia *e-Commerce*.

6. *e-Franchising*, bentuk kerja sama bisnis atau usaha dengan memakai prinsip kemitraan, sebuah perusahaan yang sudah mapan baik itu dari segi sistem manajemennya, keuangannya maupun dari marketingnya serta adanya merek dari produk perusahaan yang sudah dikenal oleh masyarakat luas, dengan perusahaan ataupun individu yang memakai merek dari produk maupun sistem tersebut dengan memanfaatkan teknologi informasi.

# SPEKTRUM VALUE E-BUSINESS

7. *e-Learning*, sistem atau konsep pendidikan yang memanfaatkan teknologi informasi dalam proses belajar mengajar.
8. *e-Mailing*, suatu sarana untuk mengirim dan menerima surat atau pesan dengan format digital melalui jalur jaringan komputer dan internet.
9. *e-Marketing*, segala upaya yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media elektronik atau Internet.

# SPEKTRUM VALUE E-BUSINESS

10. *e-Research*, kegiatan riset yang menggunakan serangkaian fasilitas teknologi informasi dan komunikasi, sedemikian rupa sehingga melahirkan cara kerja dan metode riset baru.

11. *e-Supply*, proses Supply Chain yang di manage secara elektronik, biasanya menggunakan teknologi jaringan komputer.

12. *e-Trading*, suatu sistem perdagangan secara *online* yaitu lewat perangkat teknologi internet, dimana dengan sistem ini investor tidak perlu lagi datang atau repot menelepon kantor pialang (*broker*).

# SPEKTRUM VALUE E-BUSINESS

13. *e-Travel*, semua kegiatan industry travel yang dikaitkan pada e-Commerce atau dengan kata lain travel yang di-online-kan.
14. *e-Operational Resources Management*.

# TREN KE ARAH E-BUSINESS

Seiring berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang mana tentunya menjadi penunjang utama bagi perkembangan e-Business, sehingga menjadi tren bagi beberapa aspek yang memanfaatkan e-Business :

<b>Kategori</b>	<b>Tren</b>
<b>Customer</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pelayanan yang lebih cepat</li><li>- Self-service</li><li>- Lebih banyak pilihan produk</li><li>- Solusi yang terintegrasi</li></ul>
<b>e-Service</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pelayanan dan penjualan yang terintegrasi</li><li>- Dukungan yang memadai</li><li>- Pembayaran yang fleksibel</li><li>- Pengiriman yang dapat diandalkan</li><li>- Waktu proses yang singkat</li></ul>
<b>Organisasi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Outsourcing</li><li>- Kontrak manufaktur</li><li>- Distribusi virtual</li></ul>
<b>Pegawai</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Penyaringan prekrutan</li><li>- Mempertahankan karyawan terbaik</li></ul>
<b>Teknologi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Menggunakan aplikasi web</li><li>- Konvergensi infrastruktur</li><li>- Penyedia layanan aplikasi (service provider)</li></ul>

# JENIS E-BUSINESS

e-Businness sendiri terdapat beberapa jenis dan karakteristiknya masing-masing sesuai dengan siapa pelakunya dan kepada siapa bisnis ini ditujukan

Jenis e-Business	Karakteristik
B2C (Business to Consumer)	<ul style="list-style-type: none"><li>- Antara organisasi dengan perorangan</li><li>- Nilai transaksi kecil</li><li>- Transaksi tidak sering terjadi</li><li>- Relatif sederhana</li></ul>
B2B (Business to Business) B2G (Business to Government) B2E (Business to Education)	<ul style="list-style-type: none"><li>- Antar organisasi</li><li>- Nilai transaksi besar</li><li>- Hubungan yang kuat dan berkelanjutan</li><li>- Pemberian kredit dari penjual ke pelanggan</li><li>- Lebih kompleks</li></ul>

Sumber : Purwaningtias,dkk (2020)

# KEBUTUHAN SISTEM E-BUSINESS

Agar dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh organisasi, maka dari itu Sistem Informasi e-Business haruslah memenuhi semua kebutuhan yang diperlukan oleh organisasi dalam menjalankan konsep e-Business-nya.

Agar dapat memenuhi ekspektasi dari organisasi, maka sistem informasi e-Business harus memenuhi kriteria kebutuhan-kebutuhan tersebut yaitu:

1. Efisien dan efektif.
2. Trend masa depan.
3. Integrated dengan sistem yang lain.
4. Keamanan data.
5. Interaktif.

# FAKTOR KEBERHASILAN IMPLEMENTASI E-BUSINESS

Terdapat beberapa strategi dalam mengimplementasikan e-Business seperti yang dikutip dalam buku Chaffey (2011) di antaranya ada 11 faktor penentu keberhasilan, yang juga dapat berguna diterapkan untuk organisasi yang lebih besar:

1. *Content*, penyampaian isi yang efektif dari produk atau jasa.
2. *Convenience*, kegunaan dari situs web.
3. *Control*, sejauh mana organisasi telah didefinisikan proses yang mereka dapat mengelola.

# FAKTOR KEBERHASILAN IMPLEMENTASI E-BUSINESS

4. Interaksi, sarana membangun hubungan dengan pelanggan individu.
5. Komunitas, sarana membangun hubungan dengan kelompok-kelompok individu atau organisasi yang berpikiran.
6. Sensitifitas harga, sensitifitas dari produk atau jasa untuk persaingan harga di Internet.
7. Logo, kemampuan untuk membangun sebuah nama merek yang kredibel untuk e-Commerce.

# FAKTOR KEBERHASILAN IMPLEMENTASI E-BUSINESS

8. Komitmen, sebuah motivasi yang kuat untuk menggunakan internet dan kemauan untuk berinovasi.
9. Kemitraan, sejauh mana e-commerce venture menggunakan kemitraan (hubungan rantai nilai) untuk meningkatkan kehadiran Internet dan memperluas bisnisnya.
10. Proses perbaikan, sejauh mana perusahaan dapat mengubah dan mengotomatisasi proses bisnis.
11. Integrasi, Penyediaan hubungan antara sistem TI yang mendasari dalam mendukung kemitraan dan perbaikan proses.

# FAKTOR KEBERHASILAN IMPLEMENTASI E-BUSINESS

Sedangkan menurut Wade (2005), mengungkapkan beberapa faktor kesuksesan implementasi e-Business, antara lain:

1. Ekspektasi dari perusahaan ditunjang dengan ketersediaan dana.
2. Jadwal dan waktu implementasi yang memadai.
3. Pengetahuan akan proses bisnis, kompetensi dan pengalaman dalam pembangunan sistem informasi e-Business.
4. Komunikasi baik secara fungsional dan *cross-fuction*.
5. Komitmen yang tinggi dari semua pihak yang terlibat.

# MERANCANG SISTEM E-BUSINESS

Sistem dalam E-Business sangat bergantung dan dipengaruhi dengan kebutuhan dan Model Bisnis yang akan dilakukan. Artinya kebutuhan sistem akan berbeda antara satu model bisnis dengan model bisnis lainnya.

Adapun penggunaan teknologi dalam e-Business bertujuan untuk:

1. *Redefine business*, memaksimalkan nilai pelanggan dan memungkinkan mengembangkan bisnis dengan cara yang baru.
2. Mengubah sudut pandang kompetitif dan saluran distribusi.
3. Memperluas jangkauan pasar.
4. Meningkatkan kecepatan bisnis, menyederhanakan interaksi, meningkatkan harapan pelanggan.

# MERANCANG SISTEM E-BUSINESS

Persyaratan baru pada e-Business untuk lingkup bisnis bertitik pada fleksibel, responsif, cepat, berfokus pada pelanggan, inovatif, kolaboratif *self-service* dan bersifat global.

Persyaratan baru pada e-Business juga bertitik pada sistem yang mudah digunakan, terintegrasi, handal, kokoh, responsif, fleksibel, mudah maintainable, akurat, terukur, global dan aman

# TAHAPAN MEMBANGUN SENDIRI SI E-BUSINESS

## **1. Tentukan Ide dan Produk Anda**

- a. Buat Daftar hal apa saja yang Anda sukai.
- b. Sortir daftar tersebut, pilih yang paling disukai.
- c. Tentukan bahasa yang akan digunakan dalam bisnis Online Anda.
- d. Lakukan riset produk yang akan dijual sesuai dengan topik bisnis yang telah ditentukan.
- e. Lebih Spesifik, lebih baik.

# TAHAPAN MEMBANGUN SENDIRI SI E-BUSINESS

## 2. Research (Riset Pasar)

- a. Kapan memulai?
- b. Modal dan kemungkinan hasil yang didapat?
- c. Siapa calon Pelanggan Anda?
- d. Siapa calon Pesaing Anda?
- e. Masalah yang mungkin akan dihadapi?
- f. Cara menyelesaikan masalah?

# TAHAPAN MEMBANGUN SENDIRI SI E-BUSINESS

## 3. Kumpulkan *Content*

- a. Buatlah konten yang asli (original) dan menarik.
- b. Buatlah konten bermanfaat dan kaya akan informasi.
- c. Jadilah diri sendiri dan kreatif.
- d. Jangan bertele-tele.
- e. Libatkan pengguna.
- f. Gunakan bahasa manusia (tata bahasa yang baik).
- g. Update website secara berkala.

# TAHAPAN MEMBANGUN SENDIRI SI E-BUSINESS

## 4. Membeli Nama Domain

- a. Pilih Nama yang sesuai.
- b. Fitur-fitur yang sesuai.
- c. Simple dan mudah diingat.
- d. Hindari penggunaan angka dan tanda hubung.
- e. Jangan menggunakan nama domain yang berbau SARA.

# TAHAPAN MEMBANGUN SENDIRI SI E-BUSINESS

**5. Beli atau Tentukan Server Hosting Beberapa pertimbangan sebelum membeli *hosting*:**

- a. Space.
- b. SO (Linux, Unix or Windows).
- c. Web Server (Apache or IIS).
- d. Engine Script (PHP, ASP, JSP, ColdFusion).
- e. Database Engine (MySQL, PostgreSQL, SQL Server, Oracle).
- f. Hosting Manager (cPanel, sPanel or Plesk).
- g. Bandwidth.
- h. Lokasi Server (lokal atau luar negeri).
- i. Jumlah domain atau sub domain.

# TAHAPAN MEMBANGUN SENDIRI SI E-BUSINESS

## 6. Web Design dan Programming

- a. Buat Logical User Flow.
- b. Informasi penting bisnis Anda.
- c. Informasi kontak dan navigasi yang mudah.
- d. Keamanan Integrasi dengan social media.
- e. Mendukung Mobile Application.
- f. FAQ.
- g. Hosting yang baik
- h. Jangan terlalu banyak fitur yang tidak perlu..

# TAHAPAN MEMBANGUN SENDIRI SI E-BUSINESS

## 7. Promosikan Website (Sistem) Anda

- a. Melalui Web Forum.
- b. Menggunakan Media Video (misalnya: youtube).
- c. Tukar Link.
- d. Membuat Newsletter Feed, RssFeed.
- e. Melalui Kartu Nama.
- f. SEO di Google atau Search Engine lainnya (Yahoo, Bing dll).
- g. Memanfaatkan Situs Jejaring Sosial.
- h. Membuat Backlink

# EVOLUSI E-BUSINESS

Menurut Laudon (2010), ada tiga fase perkembangan dalam dunia E-Business :

## **1. Fase Inovasi (1995-2000)**

Fase Inovasi memiliki beberapa ciri, yaitu E-Business dijalankan berdasarkan pada perkembangan teknologi (*technology driven*), seperti perkembangan internet, komunikasi dan pertukaran data dan lain sebagainya.

Umumnya produk-produk yang dipasarkan pada masa ini adalah produk-produk eceran, seperti yang dilakukan oleh Amazon dan e-Bay, seperti menjual buku sampai musik mp3.

# EVOLUSI E-BUSINESS

## 2. Fase Konsolidasi (2001-2006)

Pada fase ini E-Business dijalankan berdasarkan pada aspek bisnis (*bussines driven*). Pada Fase ini E-Business tidak hanya lagi hanya sebatas inovasi teknologi yang mendukungnya, tetapi dijalankan pada perencanaan bisnis, sehingga strategi yang dilakukan ialah perpaduan antara strategi bisnis konvensional dan teknologi online yang pada umumnya disebut dengan *bricks and clicks*.

Jadi fase ini sangat berfokus terhadap laba. Umumnya produk yang dijual meliputi produk dengan eceran tinggi dan kompleks, seperti komputer, *handphone* dan barang elektronik lainnya.

# EVOLUSI E-BUSINESS

## 3. Fase Re-Invensi (2006-Sekarang)

Pada fase ini E-Business dijalankan dengan didasarkan pada pelanggan, audiens dan komunitas organisasi bisnis (*customer, audience and community driven*). Dengan demikian para organisasi bisnis mulai memberikan perhatian kepada siapa sebenarnya pelanggan mereka.

Jadi fase ini tidak hanya semata-mata mengejar target penjualan atau laba tetapi juga memperhatikan faktor-faktor yang berkaitan dengan pelanggan dan target pasar mereka (pertumbuhan jaringan sosial).

Pada umumnya bisnis lebih berfokus pada jasa dibanding produk fisik.

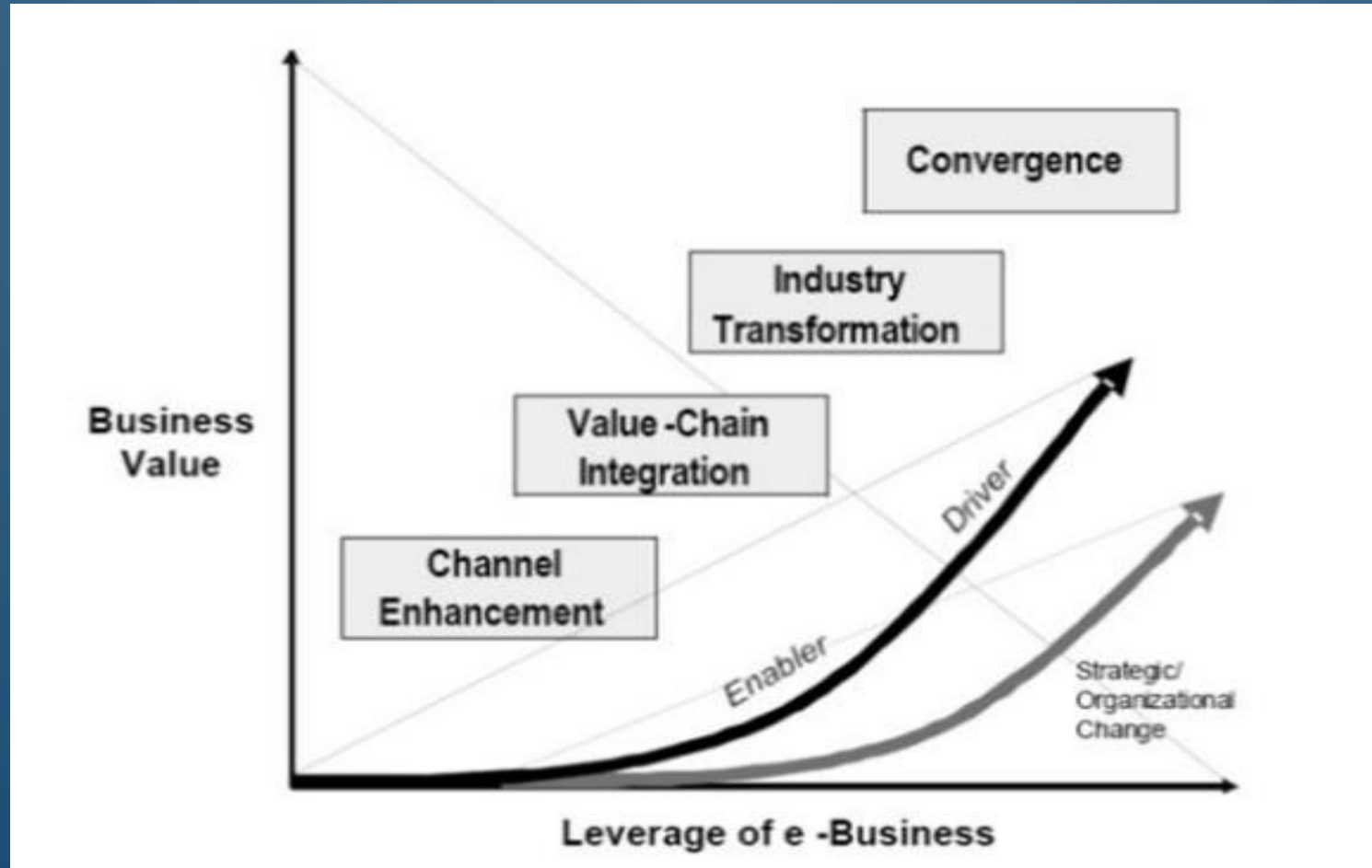
# ALASAN EVOLUSI

Seiring perkembangan teknologi, bisnis juga ikut berkembang dari bisnis tradisional menjadi e-Business. Bahkan e-Business sendiri juga mengalami evolusi seiring meningkatnya pangsa pasar dan perubahan perilaku konsumen. Alasan-alasan terjadinya evolusi e-business adalah sebagai berikut:

1. Sangat berhati-hati.
2. Resiko lebih kecil.
3. Benar-benar memberikan value kepada konsumen.

# TAHAPAN EVOLUSI

Empat tahapan evolusi menurut Deise, et.al (2000) :



Sumber : Diese, et.al (2000)

# TAHAPAN EVOLUSI

## **1. Channel Enhancement**

Perusahaan konvensional yang ingin memanfaatkan internet dapat memulai dengan mempergunakan teknologi informasi sebagai kanal tambahan dan alternatif dalam menghubungkan perusahaan dengan para pelanggannya.

Contohnya:

- a. Sebelumnya dalam perbankan, nasabah harus datang menemui teller untuk melakukan transaksi perbankan, namun sekarang nasabah dapat memilih transaksi perbankan dengan fasilitas e-banking melalui internet.
- b. Sebelumnya dalam penjualan, pembeli harus datang langsung ke tempat untuk melakukan pembelian barang, namun saat ini pembeli dapat melakukan melalui internet.

# TAHAPAN EVOLUSI

## 2. *Value-Chain Integration*

*Value chain* (rantai nilai) merupakan rangkaian proses atau aktivitas perubahan bahan mentah menjadi produk jadi. Karena bahan mentah yang dibutuhkan oleh perusahaan pada dasarnya merupakan *output* atau produk dari rangkaian rantai nilai perusahaan lain sebagai pemasoknya, maka pengintegrasian kedua rantai nilai ini akan semakin meningkatnya efisiensi dan efektivitas proses penciptaan produk secara keseluruhan.

Perusahaan dapat meningkatkan profitnya secara signifikan karena dengan kemampuan menyatukan rantai nilai dari seluruh perusahaan yang terlibat dalam sistem penciptaan produk, perusahaan dapat fokus pada kompetensi utamanya (*core competencies*) dan membuang proses-proses pendukung lainnya ke pihak lain (*outsourcing management*)

# TAHAPAN EVOLUSI

## 3. *Industry Transformation*

Transformasi industri terjadi sebagai hasil dari perusahaan yang telah menyadari benar kekuatannya dan dapat memanfaatkan peluang e-Business yang akan ditawarkan oleh internet dan dunia maya. Tidak sedikit perusahaan yang pada akhirnya harus mengganti core bisnisnya setelah melihat kekuatan utama yang dimilikinya (*core competencies*) dan tingginya kompetisi di industri terkait.

Beberapa contoh dari transformasi industri yang terjadi saat ini:

a. Perusahaan penerbitan buku-buku bermutu yang biasa memulai rangkaian prosesnya dari pemilihan naskah, pengeditan, penyusunan *layout*, pencetakan dan distribusi dapat hanya berkonsentrasi pada proses pemilihan naskah saja karena proses-proses lainnya dapat *dioutsorcekan* ke perusahaan di industri terkait

## TAHAPAN EVOLUSI

b. Perusahaan penjual lagu-lagu musik melalui kaset ataupun CD yang memiliki banyak sekali toko di setiap kota dapat dengan mudah mentransformasikan dirinya menjadi portal yang dapat mencari dan meramu lagu-lagu yang diinginkan masingmasing pelanggan uniknya, karena proses produksi sampai dengan distribusi kaset atau CD dapat dilakukan oleh perusahaan lain, karena bersangkutan cukup mengetahui informasi lagu apa saja yang tersedia dipasaran dan dimana mendapatkannya.

## TAHAPAN EVOLUSI

c. Perusahaan pemberi jasa kesehatan seperti *medical center* dimana para dokter berkumpul untuk memberikan diagnosa kepada pasien yang datang dapat berubah menjadi perusahaan penyedia jasa akses pelayanan kesehatan melalui televisi, dalam artian kata setiap calon pasien cukup menggunakan televisi khususnya untuk dapat berkomunikasi dengan dokter yang diinginkan dimana saja dan kapan saja melalui aplikasi *telemedicine*.

# TAHAPAN EVOLUSI

## 4. *Convergence*

Konvergensi antara lebih dari satu industri terjadi karena dengan adanya internet perusahaan dapat secara mudah berkolaborasi dan berkooperasi untuk menciptakan produk-produk baru yang tidak mungkin dapat diciptakan tanpa adanya kerja sama tersebut. Produk-produk inovasi baru ditawarkan di pasaran karena adanya konvergensi sebagai berikut:

a. Konvergensi antara industri dengan perbankan, kesehatan dan teknologi informasi melahirkan sebuah smart card yang selain berfungsi sebagai kartu kredit dan kartu debit, dapat dipergunakan untuk menyimpan data riwayat kesehatan pasien yang akan secara langsung dihubungkan dengan program asuransi kesehatan yang ditawarkan

## TAHAPAN EVOLUSI

- b. Konvergensi antara industri telekomunikasi dan internet menghasilkan sebuah *handphone* yang tidak saja dapat dipergunakan sebagai *internet browser*.
- c. Konvergensi antara industri multimedia dengan manufaktur mobil menawarkan suatu jasa kepada para pelanggan untuk melakukan pemesanan produksi mobil dengan desain, warna, karakteristik dan karakteristik lain sesuai selera masingmasing pelanggan yang unik melalui situs internet yang diperlengkapi dengan aplikasi CAD/CAM.
- d. Konvergensi antara industri robotika dan pertahanan dapat menghasilkan suatu robot yang dapat menjinakkan bom dan berfungsi sebagai mata-mata institusi tertentu di negara lain

# JENIS-JENIS E-BUSINESS

Pada dasarnya, dilihat dari jenisnya e-Business dibagi menjadi dua kategori umum, yaitu B2B dan B2C. Prinsip pembagian ini dilandasi pada jenis institusi atau komunitas yang melakukan interaksi perdagangan dua arah. Perkembangan dari kedua katagori umum tersebut menjadi:

## **1. Business to Business (B2B)**

Merupakan sistem komunikasi bisnis antar pelaku bisnis atau transaksi secara elektronik antar perusahaan yang dilakukan secara rutin dan dalam kapasitas produk yang besar.

# JENIS-JENIS E-BUSINESS

## 2. Business to Customer (B2C)

Jenis perdagangan elektronik di mana ada sebuah perusahaan (*business*) yang melakukan penjualan langsung barang-barangnya kepada pembeli (*consumer*).

Karakteristik:

- a. Merek terkenal.
- b. Barang-barang terdigitisasi, seperti *e-book*.
- c. Harga terjangkau.
- d. Barang-barang yang cukup sering dicari dalam keseharian.
- e. Barang yang tidak dapat ditemukan dengan mudah di toko-toko tradisional.

# JENIS-JENIS E-BUSINESS

## 3. Customer to Business (C2B)

## 4. Customer to Customer (C2C)

C2C merupakan salah satu model e-Commerce, dalam hal ini konsumen menjual secara langsung pada konsumen yang lain, atau dapat dikatakan sebagai transaksi jual beli antar konsumen.

Karakteristik:

- a. Internet dijadikan sebagai sarana tukar menukar informasi tentang produk, harga, kualitas dan pelayanannya.
- b. Konsumen juga membentuk komunitas pengguna atau penggemar suatu produk. Sehingga jika ada ketidakpuasan suatu produk, maka akan segera tersebar luas melalui komunitas tersebut. Contoh Kaskus, Facebook, Twitter, Broadcast from HP dan lain-lain.

# JENIS-JENIS E-BUSINESS

**5. *Business to Government (B2G)***

**6. *Government to Customer (G2C)***

**7. *Government to Government (G2G)***

Kemudian, aplikasi-aplikasi e-Business dibagi lagi menjadi tiga katagori di antaranya adalah:

## **1. Internal Business System**

a. CRM

b. ERP

c. DMS

d. HRM

# JENIS-JENIS E-BUSINESS

## **2. Enterprise Communication and Collaboration**

- a. VoIP
- b. CMS
- c. E-mail
- d. Voice mail

## **3. Electronic commerce**

- a. Internet shop
- b. Online marketing

# MANFAAT E-BUSINESS

Sebelum organisasi memutuskan untuk beralih dari bisnis tradisional ke e-Business, tentu mereka mempertimbangkan apa saja manfaat yang akan mereka dapatkan ketika melakukan hal tersebut. Banyak sekali manfaat yang diberikan oleh e-business, yaitu:

## **1. Bagi Perusahaan atau Pebisnis Perorangan**

- a. Memperpendek jarak.
- b. Perluasan pasar.
- c. Perluasan jaringan mitra kerja.
- d. Biaya terkendali.
- e. Efisien.
- f. Cash flow terjamin.
- g. Manfaat lainnya.

# MANFAAT E-BUSINESS

## 2. Bagi Konsumen

- a. Efektif
- b. Biaya terkendali
- c. Aman secara fisik
- d. Harga murah
- e. Fleksibel

# MANFAAT E-BUSINESS

## 3. Bagi Masyarakat pada Umumnya

- a. Peluang kerja baru
- b. Wahana kompetisi

## 4. Bagi Dunia Akademis

- a. Tantangan baru.
- b. Para peneliti tertantang untuk melakukan analisis terhadap pergeseran pola bisnis.
- c. Membuka kerangka baru dalam penjualan jasa pendidikan.

The background is a solid dark blue color. In the four corners, there are decorative white line-art elements that resemble circuit traces or a stylized tree structure. These elements consist of thin white lines that branch out and terminate in small white circles. The top-left and bottom-left corners have more complex, dense branching patterns, while the top-right and bottom-right corners have simpler, more linear patterns.

THANK YOU !

RAMBU YETTI KALAWAY

# REFERENSI

Chaffey, Dave.,2011, E-Business and E-Commerce Management, England: Prentice Hall

Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F, 2009, Internet marketing: strategy, implementation, and practice, Harlow: Pearson.

Deise, Martin V, Conrad Nowikow, Patrick King, and Amy Wright,2000, Executive's Guide to eBusiness – From Tactics to Strategy, Canada: John Wiley & Sons, Inc.

Dhillon , R dan Kaur, S, 2012, Review Paper on e-business dan CRM, Dapat diakses di <http://www.researchmanuscripts.com/isociety2012/64.pdf>

Harisno, & Pujadi, T, 2009, E-business dan e-commerce sebagai trend Taktik Baru perusahaan, Comm Informasi Teknologi , Vol. 3 No. 2, 66.

Indrajit, Richardus Eko, 2001, E-Commerce:Kiat dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

Laudon, Kenneth C; & P. Laudon, Jane, 2010, Management Information Systems: Managing The Digital Firm,Eleventh Edition,New Jersey: Pearson Prentice Hall.

# REFERENSI

- O'Brien, James A, 2003, Introduction to Information System: Essentials for the E-business Enterprise, 11th edition, New York: McGraw Hill Inc.
- Purwaningtias, Deasy., Muhammad Nashih, Nanda Diaz Arizona, 2020, E-Business: Konsep Dasar E-Business di Era Digital, Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Romney, Marshall B, Paul John Steinbart, 2017, Accounting Information System, UK: Pearson Education Limited.
- Sawhney, Mohan, dan Jeff Zabin, 2001, The Seven Steps to Nirvana – Strategic Insights into eBusiness Transformation, New York: McGraw-Hill.
- Wade, Michael R. and Saggi Nevo 2005, Development and Validation of a Perceptual Instrument to Measure E-Commerce Performance, International Journal of Electronic Commerce International J1 - International Journal of Electronic Commerce, 10 (2), 123-46