

LAPORAN PRAKTIKUM E-BUSSINESS

NAMA : BETHANIA DWI ROSSYANTI
KELAS : MI - 2B
NIM (ABSEN) : 1831710113 (05)

1. Value chain adalah pendekatan sistematis untuk mengembangkan keunggulan kompetitif sebuah perusahaan. Pendekatan ini diciptakan oleh Michael E. Porter yang berisi sekumpulan aktivitas yang membuat dan membangun nilai marjin atau nilai tambah. Yang dimana aktivitas ini dibagi menjadi Primary Activity dan Support Activity.

2. Aktivitas Utama (Primary Activity)

-Kegiatan pokok yang dilakukan sebuah perusahaan untuk memberi nilai tambah

-Inbound Logistic, Operations, Outbound Logistic, Marketing & Sales, Service Aktivitas Penunjang (Support Activity)

-Kegiatan pendukung aktivitas pertama dan memungkinkan aktivitas utama berlangsung

-Firm Infrastructure, Human Resource Manajemen, Technology Development, Procurement

3.

A. Aldi menjual barang-barangnya dengan cara memanjangkan barang-barang yang praktis dan tidak terlalu memerhatikan tampilannya. Aldi juga tidak menjual berbagai macam barang, Aldi hanya menjual barang-barang yang sering dibeli oleh sebagian orang dan itulah yang membuat Aldi efisien serta membuat barang Aldi jadi murah dibandingkan dengan toko lain.

B. Tentang Sulawesi selatan yang memproduksi biji kopi namun mereka telah bekerjasama dengan Australia. Kopi Toraja sudah dikenal oleh banyak kalangan, hasil nilai jual lebih tinggi ketimbang kopi-kopi yang lainnya. Dr. Jeff Nelson sudah meneliti kopi di Indonesia sejak tahun 2001, beliau membuat kopi dengan nama Benteng Alla dengan inovasi Rose Coffee-nya dengan mutu dan khas kopi yang baik.

C. Yang menggunakan cost leadership adalah video pertama karena mereka memberikan harga terendah dibandingkan harga di toko lainnya.

Dan yang menerapkan differentiation adalah video yang kedua dimana di video itu dijelaskan bahwa petani kopi di Sulawesi berusaha meningkatkan keunggulan kompetitifnya dengan menciptakan perbedaan antara produk-produk yang berada di pasaran.

D. Yang dilakukan Aldi dalam mencapai cost leadership adalah dengan menjual barang-barang yang hanya dibutuhkan dan sering dibeli oleh para pembeli atau konsumen. Aldi juga tidak banyak mempermasalahkan kemasan yang cantik dikarenakan untuk menghemat biaya pengemasan. Dan yang dilakukan produsen kopi untuk mencapai differentiation-nya adalah dengan melihat pasaran dan keinginan pasar menginginkan kopi yang seperti apa yang diminta dan produsen kopi akhirnya mengerti keinginan pasar lalu mereka akan meningkatkan keunggulan mereka.

