Nama : Farkhan

NPM : 20081010060

Kelas : B081

**E-Business dan Perkembangannya**

1. **Pengertian E-Business**

* Menurut Los Gerstner

Aktivitas yang berkaitan secara langsung dengan proses pertukaran barang dan/atau jasa dengan memanfaatkan internet.

* Menurut Mohan Swahney

Penggunaan jaringan elektronik dan teknologi yang terkait untuk meningkatkan proses bisnis.

* Secara Umum

Penggunaan teknologi informasi serta juga untuk komunikasi.

1. **Perkembangan E-Business**

Pada tahun 1970, aplikasi e-Business pertama kali dikembangkan dan digunakan sebagai transaksi pembayaran melalui internet yang sederhana.

Perkembangan e-Business menurut loudon:

* Fase Inovasi

Pada tahun 1995-2000, e-Business dijalankan berdasar perkembangan teknologi, biasanya yang dijual berupa produk eceran seperti menjual buku, cd film, hingga musik mp3.

* Fase Konsolidasi

Pada 2001 – 2006, pada aspek bisnis (bussiness driven) contoh produk yang dijual meliputi produk komputer, handphone, dan barang elektronik lainnya.

* Fase Reinvesi

Pada tahun 2006 – sekarang didasarkan pada pelanggan, audiens, dan komunitas organisasi bisnis, contohnya yaitu e-commerce.

1. **Unsur-Unsur E-Business**

* Pelaku bisnis

Perusahaan, supplier, konsumen, rekan, dll

* Alat dan media

Seperti teknologi informasi dan komunikasi (komputer, internet, dll)

* Kegiatan dan sasaran

Seperti aktivitas/kegiatan dan juga proses bisnis ( pelayanan, penjualan, dan transaksi) dan operasi bisnis utama.

* Tujuan

Seperti komunikasi, koordinasi, pengelolahan, organisasi,ll

* Keuntungan yang didapat

Lebih relatif aman dan pasar marketing lebih banyak / luas

1. **Strategi E-Business**

Ada beberapa strategi e-business pada perusahaan, yaitu sebagai berikut:

* ERP

Dapat digunakan untuk berkoordinasi mengenai sumber daya serta informasi dalam berbisnis.

* EAI

Konsep integrasi dari proses bisnis yang memungkinkan antar perusahaan bertukar informasi.

* CRM

Strategi dari layanan dan perangkat lunak yang di desain untuk meningkatkan keuntungan dan kepuasaan para konsumen.

* SCM

Strategi manajemen mengenai rantai suplai yang secara otomatis akan terkomputerisasi.

1. **Jenis-Jenis E-Business**

* Business to Business(B2B)
* Business to Consumer(B2C)
* Consumer to Consumer(C2C)
* Consumer to Business(C2B)
* Governemnt to Business (G2B)
* Business to Government (B2G)
* Government to Government (G2G)

1. **Manfaat E-Business**

* Memperluas pasar hingga mencakup pasar nasional dan pasar global.
* Pembisnis itu dapat menjangkau banyak pelanggan dimana dimanapun ia berada.
* Memungkinkan perusahaan untuk menerapkan *mass customization* terhadap produk dan jasanya
* Menekan biaya telekomunikasi
* Memudahkan melihat produk tanpa datang ke tempat.
* Akses terhadap informasi yang lebih luas

1. **Kelebihan dan Kekurangan E-Business**

* Kelebihan

1. Akses yang mudah.
2. Lebih tepat sasaran.
3. Dapat menghemat waktu.
4. Tidak membutuhkan modal besar.

* Kekurangan

1. Berisiko terjadinya penipuan.
2. Tidak adanya pertemuan secara langsung.