

MAKALAH KONSEP E-BUSSINES



Disusun oleh :

Nama : Alfaris Kay

NIM : 210102A026

Kelas : SI II A

Jurusan : Sistem Informasi

**INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS
STIKOM AMBON
2021/2022**

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya persembahkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa atas rahmatNya, saya dapat menyelesaikan tugas makalah ini tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan makalah ini adalah untuk memenuhi tugas dari Dosen Pada Konsep E-Bussines.

Selain itu, makalah ini juga bertujuan untuk menambah wawasan tentang (Kemajuan Teknologi) bagi Saya sebagai penulis. Saya mengucapkan terima kasih banyak kepada Ibu La Mirsa Debora Pelupessy, Se.Mm selaku Dosen Konsep E-Bussines yang telah memberikan tugas ini sehingga dapat menambah pengetahuan dan wawasan saya sesuai dengan bidang studi yang saya tekuni.

Saya juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membagi pengetahuannya sehingga Saya dapat menyelesaikan makalah ini. Saya menyadari, makalah yang Saya tulis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan saya nantikan demi kesempurnaan makalah ini.

Ambon, 26 Mei 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumus Masalah.....	2
C. Tujuan Penulisan	2

BAB II PEMBAHASAN

A. Gurunya siapa dan nanyanya ke siapa saja ?	3
B. Teman2nya siapa saja dan dari mana saja ?.....	3
C. Relasi dan alamat yang dapat dihubungi apa saja ?	3
D. Dengan siapa saja ?	3
E. Belanjanya kemana saja ?.....	3
F. Kumpul dan ngobrolnya dimana dan dengan siapa saja?.....	3
G. Nontonnya apa saja, dengerin musiknya dari mana saja?	4
H. Surat2annya dengan apa saja sama siapa saja ?.....	4
I. Pendapatan dari mana saja dan bagaimana gaya hidupnya?	4
J. Pajang foto/tebar pesonanya dimana saja ?.....	4
K. Rekayasa Perencanaan Strategi Dengan Blog	4

BAB II PENUTUP

A. Kesimpulan	8
B. Saran	8

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era digital ini perkembangan teknologi terjadi sebuah evolusi pada teknologi media, sebut saja new media atau orang juga sering menyebutnya media online atau orang lebih akrab lagi menyebutnya dengan istilah internet, media ini tentunya sudah tidak asing lagi di telinga. Media ini juga disebut-sebut sebagai media yang sampai saat ini belum ada yang menandingi pertumbuhan jumlah penggunaannya. Di negara maju, new media mengalahkan berbagai media yang sebelumnya telah dijadikan sumber referensi dalam mendapatkan sebuah informasi.

Istilah new media muncul pada akhir abad 20, istilah ini digunakan untuk menyebut media jenis baru yang menggabungkan antara media konvensional dengan media internet. Dalam kurun waktu beberapa tahun belakangan ini new media diramaikan oleh fenomena munculnya situs jejaring sosial, situs ini menyediakan tempat didunia maya untuk membangun suatu komunitas jejaring pertemanan yang dapat diakses oleh semua orang di seluruh dunia. Perkembangan teknologi informasi yang terjadi memunculkan istilah E-Commerce yaitu proses pembelian dan penjualan produk, jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik dengan menggunakan jaringan komputer dan jaringan yang digunakan adalah jaringan internet

Blog adalah sarana yang sangat mudah digunakan untuk menulis dan mempublikasikan apapun di internet. Dengan blog, setiap orang dapat menyampaikan segala hal dalam bentuk tulisan, gambar, dan video secara gratis. Konten yang disampaikan tidak terbatas. Setiap orang bisa menyampaikan isi pikiran yang sederhana seperti diari hingga menulis berita secara individu (citizen journalism). Citizen journalism mengacu kepada partisipasi aktif masyarakat dalam memberikan tanggapan, hingga mempublikasikan konten, berita dan sebagainya di media seperti menjadi blogger atau menjadi kontributor media massa.

B. Rumus Masalah

1. Gurunya siapa dan nanyanya ke siapa saja ?
2. Teman2nya siapa saja dan dari mana saja ?
3. Relasi dan alamat yang dapat dihubungi apa saja ?
4. Dengan siapa saja ?
5. Belanjanya kemana saja ?
6. Kumpul dan ngobrolnya dimana dan dengan siapa saja?
7. Nontonnya apa saja, dengerin musiknya dari mana saja?
8. Surat2annya dengan apa saja sama siapa saja ?
9. Pendapatan dari mana saja dan bagaimana gaya hidupnya?
10. Pajang foto/tebar pesonanya dimana saja ?
11. Buatlah rekayasa perencanaan Strategi dengan Blog ?

C. Tujuan Penulisan

1. Menambah wawasan mengenai Era Digital
2. Mengetahui dampak positif dan negatif pada Era Digital
4. Khusus bagi saya, untuk memenuhi tugas dari Dosen dan Menambah Nilai

BAB II

PEMBAHASAN

A. Gurunya siapa dan nanyanya ke siapa saja ?

- Contohnya Guru dan siswa saling Tanya jawab pada saat belajar online menggunakan aplikasi Ruang Guru.

B. Teman2nya siapa saja dan dari mana saja ?

- Contohnya menggunakan aplikasi facebook untuk menjalin pertemanan dengan siapa saja yang berasal dari penjuru dunia.

C. Relasi dan alamat yang dapat dihubungi apa saja ?

- Contohnya kita berkenalan dengan seseorang dan dia ajak untuk bertemu di suatu tempat yang kita belum tau pasti tempatnya. Maka kenalan kita dapat mengirimkan lokasi/sharelok kepada kita kemudian kita dapat mengikutinya menggunakan aplikasi Maps.

D. Dengan siapa saja ?

- Dengan adanya teknologi internet/media sosial kita dapat berkenalan dengan siapa saja yang memanfaatkan teknologi tersebut. Contohnya Facebook, Instagram, Twitter, Dan Lain-lain.

E. Belanjanya kemana saja ?

- Contohnya kita belanja online menggunakan aplikasih Shoopi, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, Blibli Dan masih banyak lainnya. Kita tidak perlu bepergian ke luar untuk berbelanja secara fisik lagi.

F. Kumpul dan ngobrolnya dimana dan dengan siapa saja?

- Contohnya kita berada pada sebuah meeting online menggunakan aplikasi Zoom dan kita bias saling ngobrol dengan teman-teman dimana saja dan kapan saja kita mau.

G. Nontonnya apa saja, dengerin musiknya dari mana saja?

- Contohnya kita ingin menonton film korea maka kita bisa mencarinya di internet, bisa melalui youtube, Netflix, maupun situs-situs online lainnya. Sama halnya dengan music jika kita ingin mendengarkan music kita bisa mencarinya di internet, dan kita bisa mendengar sepuas hari kita dimna saja dana kapan saja.

H. Surat2annya dengan apa saja sama siapa saja ?

- Contohnya, kita dapat mengirimkan surat secara online kepada siapapun yang kita inginkan dengan menggunakan aplikasi elektronik mail misalnya Email/Gmail.

I. Pendapatan dari mana saja dan bagaimana gaya hidupnya?

- Contohnya kita berjualan online atau menjadi seorang youtuber maka kita sudah bisa menghasilkan uang. Dan gaya hidup juga sesuai dengan apa yang kita miliki.

J. Pajang foto/tebar pesonanya dimana saja ?

- Contohnya kita posting foto pada facebook, instagram, dan lain-lain, kapan saja dan dimna saja kita berada.

K. Rekayasa Perencanaan Strategi Dengan Blog

▪ Blog

Blog tak kalah penting dipraktikkan dalam strategi pemasaran produk. blog memastikan bisnis Anda memiliki reputasi yang bagus. Tak kalah penting lagi, keduanya membuat bisnis Anda sebagai yang terdepan dan paling mudah ditemukan.

Alasan Mengapa Blog Penting Untuk Bisnis, mengapa bisnis perlu memiliki blog. Beberapa di antaranya adalah untuk menyasar pelanggan potensial, meningkatkan jumlah trafik, lead, dan reputasi bisnis, membangun komunitas dan hubungan dekat, serta investasi jangka panjang.

Kesemua alasan tersebut diulas secara mendalam di artikel atas. Kalau Anda masih ragu untuk membuat blog, ada baiknya Anda membaca artikel di atas. Namun, pada intinya blog adalah strategi unik dan patut dicoba bagi bisnis yang ingin bermain dalam jangka panjang.

Ketika menerapkan strategi marketing lewat blog, Anda perlu ulet untuk menerapkan setiap tekniknya. Banyak teknis ini pun berubah seiring waktu. Tapi jangan jadikan ini sebagai alasan untuk tak membuat blog.

Unsur Penting dalam Perencanaan Strategis

Agar proses perencanaan strategis lebih mudah dipahami, ada beberapa unsur yang tidak bisa dilepaskan, yaitu:

- **Misi**

Misi adalah rumusan ringkas yang di dalamnya terdapat tujuan dasar pembentukan rencana strategis. Misi memastikan tujuan perusahaan tersebut terwujud dengan ukuran parameter, waktu, biaya, dan kinerja yang jelas sehingga dapat dikontrol dan dievaluasi.

- **Visi**

Visi adalah proyeksi masa depan yang merupakan hasil dari misi yang telah dijalankan. Visi mendorong terbentuknya komitmen yang kuat di antara para karyawan sehingga bersedia untuk maju dan mencapai tujuan masa depan perusahaan. Dalam rencana strategis, visi menjadi penunjuk arah dan cara untuk mewujudkannya.

- **Sasaran**

Dalam proses membuat rencana strategis perusahaan, menentukan sasaran juga tak kalah penting. Sasaran merupakan pengembangan visi dan misi. Supaya pencapaian tujuan perusahaan lebih optimal, baik visi, misi, maupun sasaran harus disampaikan secara terbuka kepada seluruh bagian internal dalam perusahaan.

Langkah Perencanaan Strategis

Jika ingin mencapai tujuan sesuai target, perusahaan perlu merancang rencana strategis secara efektif. Adapun langkah-langkah perencanaan strategis yang bisa dilakukan adalah sebagai berikut.

- **Mengidentifikasi Posisi Strategis Perusahaan**

Sebelum mencapai sebuah tujuan, Anda tentu perlu mengetahui posisi awal saat melangkah. Tahap ini berperan penting dalam penilaian efektivitas kinerja yang akan dilakukan.

Dalam proses identifikasi posisi strategis, perusahaan perlu melakukan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis SWOT merupakan alat bantu dalam cakupan sederhana yang dapat menampilkan posisi perusahaan berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi.

- **Merumuskan Opsi-Opsi Strategis**

Langkah selanjutnya adalah merumuskan rencana strategis berdasarkan opsi-opsi yang paling memungkinkan dan potensial. Keputusan strategis ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja setiap elemen dalam perusahaan sehingga menghasilkan output yang lebih optimal.

Pada tahap ini, Anda harus mempertimbangkan aspek-aspek yang paling berdampak terhadap bisnis. Dalam kasus tertentu, Anda bisa jadi dituntut mengambil keputusan sulit terkait biaya yang harus dikeluarkan untuk mengakomodasi sebuah peluang.

- **Mengimplementasikan Rencana Strategis**

Setelah menentukan rencana strategis, waktunya bagi perusahaan untuk bertindak. Terlebih dahulu, komunikasikan hasil perencanaan strategis dan perencanaan operasional kepada seluruh bagian perusahaan, baik individu maupun divisi. Lalu, pastikan semua orang terlibat dalam menjalankan rencana strategis sesuai dengan porsi masing-masing.

- **Memantau dan Mengevaluasi Rencana Strategis**

Tahap terakhir adalah aktif memantau pelaksanaan rencana strategis. Secara terjadwal, manajemen juga perlu melihat kembali rencana strategis yang telah dijalankan untuk mengevaluasi hasilnya. Lakukan penyesuaian yang diperlukan tanpa mengubah rencana strategis secara keseluruhan. Penilaian ini akan dibutuhkan dalam rapat akhir tahunan.

Target Perencanaan Strategis

Meskipun langkah-langkah perencanaan strategis membutuhkan waktu dan tenaga yang tidak sedikit, perusahaan memperoleh keuntungan besar jika berhasil melakukannya. Berikut manfaat yang akan didapatkan:

- **Meningkatkan Keterlibatan Karyawan**

Perumusan rencana strategis yang ideal dalam perusahaan harus melibatkan karyawan. Dari pandangan unik karyawan yang sehari-hari berkecimpung di level operasional, perusahaan bisa mendapatkan insight yang tepat dan bisa diaplikasikan. Di sisi lain, karyawan akan merasa lebih puas dengan tempat kerjanya jika dilibatkan dalam proses penting ini.

- **Mengenal Kekuatan dan Kelemahan**

Melalui proses pembuatan rencana strategis, perusahaan dapat mengenal kekuatan dan kelemahannya. Hal ini penting untuk mengetahui posisinya serta memiliki rencana untuk memperbaiki hal-hal yang kurang baik. Perusahaan pun dapat terus bergerak maju secara konsisten berdasarkan evaluasi yang akurat.

- **Meningkatkan Kinerja Perusahaan**

Target keberhasilan rencana strategis adalah kinerja perusahaan yang semakin meningkat. Caranya adalah dengan melibatkan karyawan sejak awal dalam proses perencanaan strategis. Dengan demikian, bisnis semakin berkembang berdasarkan visi, misi, dan sasaran perusahaan.

BAB III

PENUTUP

A. Kesimpulan

Banyak manfaat yang bisa kita peroleh dari sebuah blog, karena Blog bisa dijadikan sebagai sarana untuk menuangkan kreatifitas secara online, selain itu blog juga bisa di gunakan sebagai alat untuk mempromosikan sebuah produk, dan alat untuk menambah pertemanan.

B. Saran

Demikian makalah yang dapat saya buat mengenai materi yang menjadi pokok bahasan dalam makalah ini. Apabila ada saran dan kritik yang ingin di sampaikan, silahkan sampaikan kepada Saya. Apabila ada terdapat kesalahan mohon dapat memaafkan dan memakluminya, karena saya adalah hamba Tuhan yang tak luput dari salah.

DAFTAR PUSTAKA

Kayalfaris (2022,26)

<https://www.bukugaji.com/blog/perencanaan-strategis-pada-bisnis-pengertian-proses-manfaatnya>

<https://www.niagahoster.co.id/blog/strategi-pemasaran-produk/>

<http://makalahkomputerfitri.blogspot.com/2013/06/makalah-pembuatan-blog.html>

<https://docs.google.com/gview?url=https://storage.googleapis.com/assets-edlink/p/cb0ababfb019e6c4e9f2ae8954c825ed.backup>