

Evolusi e-Business

Pertemuan 5

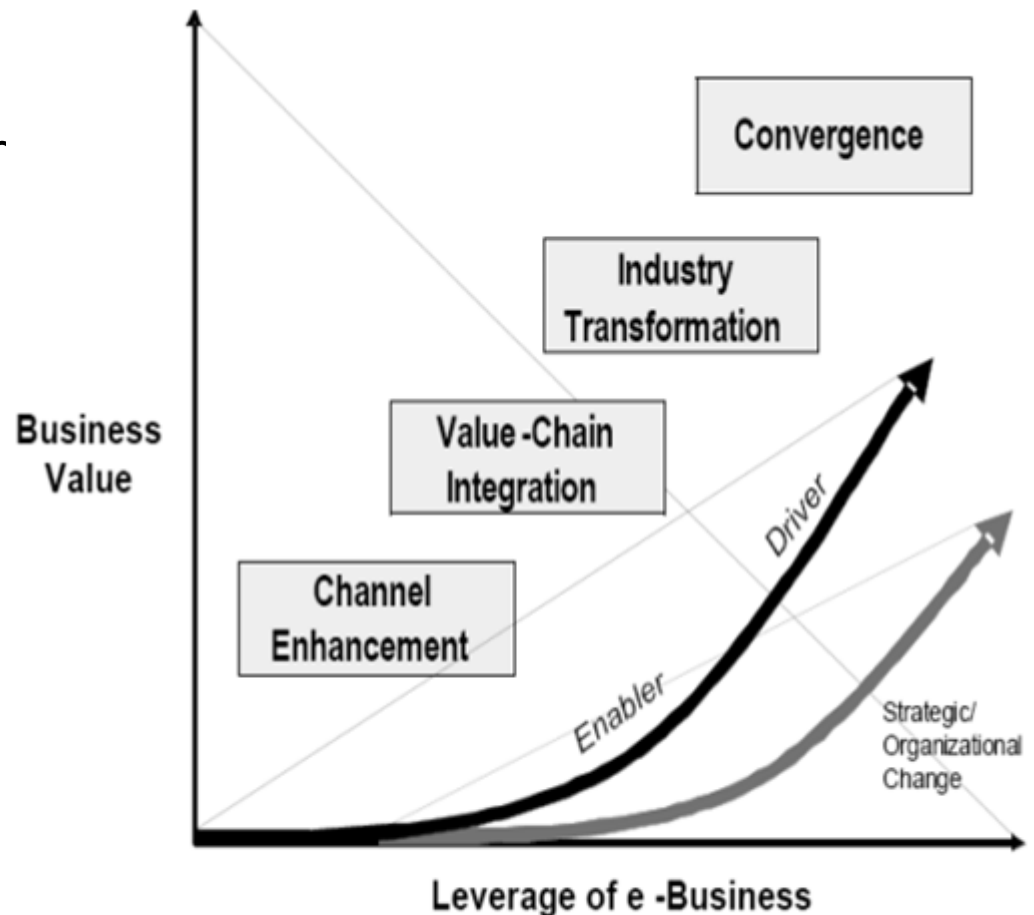
Evolusi e-bisnis di dunia maya

Ada 4 tahapan evolusi yang dipergunakan sebagai bahar pijakan yaitu:

1. channel Enhancement
2. Value-Chain Integration
3. Industry Transformation
4. Convergence

Alasan Evolusi

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



Sumber: Martin V. Deise et al., 2000.

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 pelangganya. 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

2. Value-Chain Integration

Menurut Michael Porter, 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 efesiensi 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).

3. Industry Transformation

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

- ▶ 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 proses–proses lainnya dapat dioutsourcean ke perusahaan diindustri terkait.
- ▶ Perusahaan penjual lagu–lagi 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(compalation) lagu–lagu yang diinginkan masing–masing pelanggan uniknya karena proses produksisampai dengan distribusi kaset atau cd dapat dilakukan oleh perusahaan lain, karena yang bersangkutan cukup mengetahui informasi lagu apa saja yang tersedia dipasaran dan dimana mendapatkannya

- ▶ 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 arti kata setiap calon pasien cukup menggunakan televisi khususnya untuk dapat berkomunikasi dengan dokter yang diinginkan dimana saja dan kapan saja melalui aplikasi telemedicine

4. Convergence

Kovergensi 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. Lihatlah bagaimana maraknya produk-produk inovasi baru ditawarkan, diantaranya sebagai berikut:

Konvergensi antara industri 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 dihibingkan dengan program asuransi kesehatan yang ditawarkan

- ▶ Konvergensi antara industri telekomunikasi dan internet menghasilkan sebuah handphome yang tidak saja dapat dipergunakan sebagai alat komunikasi 2 arah namun dapat juga dipergnakan sebagai internet browser
- ▶ Konvergensi antara industri multimedia dengan manufaktur mobil menawarkan suatu jasa kepada para pelanggan untuk melakukan pemesanan produksi mobil dengan desain, warna, karakteristik dan lainnya sesuai selera masing-masing pelanggan yang unitk melalui situs internet yang dilengkapi dengan aplikasi CAD/CAM
- ▶ Konvergensi antara industri robotik dan pertahanan dapat menghasilkan suatu robot yang dapat menjinakkan bom dan berfungsi sebagai matamata institusi tertentu di negara lain

Diagram Relasi E-Business

Pada dunia nyata, e-business bermula dari paket-paket aplikasi yang bersifat fungsional sedangkan pada dunia maya beragam aplikasi e-business dibangun berdasarkan paradigma proses(business process). Jika dilihat dari rangkaian business process yang seringkali ditemukan diperusahaan, dari arah hulu menuju ke hilir, aplikasi e-business dapat di katagorikan menjadi 4 jenis



Suport Chokwareenorn (IBM). 2000

Cara mudah dalam memahami ke4 katagori aplikasi e-business ini adalah dengan mencoba bergerak dari rangkaian proses hilir menuju hulu. Alasan pendekatan tersebut dipakai adalah karena di era bisnis modern saat ini perusahaan berdiri karena adanya pelanggan yang membutuhkan sebuah prodek atau pelayanan tertentu

Berdasarkan dari pendekatan tersebut, maka pada bagian hilir akan dijumpai rangkaian proses yang menghubungkan sebuah perusahaan dnegan para pelangganya. Konsep yang biasa dipergunakan dalam membangun aplikasi katagori ini adalah customer relationship management (CRM). Konsep ini mengajarkan kiat dan strategi untuk membangun dan menjalin hubungan yang efektif antara perusahaan dengan pelanggannya agar tercapailah apa yang kerap diistilahkan sebagai customer satisfaction, customer loyalty dan customer retention.

Proses–proses yang termasuk dalam proses CRM adalah

- ▶ Proses penanganan keluhan pelanggan
- ▶ Proses penanganan pesanan pelanggan
- ▶ Proses penanganan permintaan informasi dari pelanggan
- ▶ Proses pengelolaan data dan informasi seputar pelanggan
- ▶ Proses pengelolaan kebutuhan pelanggan
- ▶ Proses analisa karakteristik dan perilaku pelanggan, dan lain sebagainya

Jenis e-Business

Business to Business (B2B)

Business to Customer (B2C)

Customer to Customer (C2C)

Customer to Business (C2B)

Business to government (B2G)

Aplikasi e-Business dari beberapa perusahaan ternama

Situs	Pasar	Produk
Amazon.com	B2C	Buku, musik, video, mainan, elektronik, artikel, hadiah
eBay.com	C2C B2C	Sepesialis lelang
Etrade	B2C B2B	Stok dan informasi investasi, layanan keuangan

Manfaat e-Business

Bagi Perusahaan atau pebisnis perorangan

1. Memperpendek jarak
2. Perluasan pasar
3. Perluasan jaringan mitra kerja
4. Biaya terkendali
5. Efisien
6. Cash flow terjamin
7. Manfaat lainnya

Bagi Konsumen

1. Efektif
2. Biaya terkendali
3. Aman secara fisik
4. Harga murah
5. Fleksibel

Manfaat e-Business

Bagi masyarakat pada umumnya

1. Peluang kerja baru
2. Wahana kompetisi

Bagi dunia Akademis

1. Tantangan baru
2. Para peneliti tertantang untuk melakukan analisis terhadap pergeseran pola bisnis
3. Membuka kerangka baru dalam penjualan jasa pendidikan

Latar belakang pembentukan situs e-Business

1. Kebutuhan Konsumen
2. Keprihatinan atau kesadaran konsumen
3. Kondisi sosial, ekonomi dan demografi

Hambatan e-Business di Indonesia

1. Belum terbentuknya high trust society
2. Pada umumnya harga produk tidak dapat ditawarkan lagi
3. Sarana prasarana masih belum memadai
4. masih sangat sedikit SDM yang memahami dan menguasai konsep dan implementasi TI
5. Jasa pos masih membutuhkan pembenahan dan peningkatan
6. Adanya tindak kejahatan kartu kredit
7. Perbedaan platform
8. Masih menunggu
9. e-Business masih dipandang sebelah mata
10. Konsumen yang aktif
11. Etika dan moralitas

Langkah–langkah Bisnis dengan Sistem e-Business

1. Perusahaan mempublikasikan halaman web tentang produk–produk nya kepada masyarakat
2. Calon pembeli dapat memilih produk dan mengisi formulir transaksi elektronik dengan mencantumkan nomor kartu kreditnya
3. Setelah proses pembayaran selesai, barang akan dikirim melalui jasa pos atau jasa pengiriman barang lainnya

Transaksi e-Busines

1. Pemilihan produk
2. Inisialisasi pembelian
3. Permintaan otorisasi
4. Otorisasi
5. Permintaan pelunasan
6. Pengiriman barang

Ditinjau dari alat pembayarannya maka dapat dikelompokkan sbb:

1. Sistem uang digital (anonymous)
2. Cek elektronik
3. Kredit Card Elektronik
4. Elektronik funds transfer

TUGAS

- ▶ Kelompok 4 orang
- ▶ Cari perusahaan yang mulai berevolusi kedalam e-bisnis.
- ▶ Kumpulkan dalam bentuk pdf ke email dosen dengan subject tugas e-bisnis

Nama Perusahaan	Jenis Bisnis	Produk Yang Dijual	Alasan Migrasi ke Ebisnis	Kategori Evolusi
1.				
2.				
3.				
4.				