Nama : Hani Kartika

Nim : 21020071

Prodi : Manajemen Informatika D3

1. Sebutkan serta jelaskan pengertian bisnis digital !
2. Jelaskan bagaimana sejarah awal perkembangan bisnis digital !
3. Sebutkan apa saja spektrum bisnis digital !
4. Sebutkan perbadaan bisnis tradisional dengan bisnis digital !
5. Sebutkan dan jelaskan jenis dan karakteristik bisnis digital !
6. Sebutkan dan jelaskan tahapan pembangun bisnis digital !
7. Metode mengambangan sistem apa yang paling cocok untuk membangun sistem e-busines? Jelaskan !
8. Sebutkan faktor-faktor kegagalan pembangunan sistem informasi Bisnis Digital!
9. Sebutkan pula faktor-faktor keberhasilan pembangunan sistem informasi Bisnis digital !
10. Ada berapa tahapan perencanaan keberhasilan Bisnis Digital? Sebutkan dan jelaskan!
11. Sebutkan 7 tahapan membangun sendiri sistem informasi Bisnis Digital!
12. Ada berapa tingkatan strategi Bisnis Digital? Sebutkan!
13. Apa yang dimaksud dengan Analisis SWOT?
14. Sebutkan model-model pembangunan relasi!
15. Apa saja strategi untuk menghadapi kompetisi ?
16. Sebutkan fase-fase evolusi Bisnis Digital!

Jawab :

1. Fase Inovasi (1995 – 2000)
2. Fase Konsolidasi (2001 – 2006)
3. Fase Re-Invensi (2006 - Sekarang)
4. Sebutkan proses-proses yang termasuk dalam proses CRM!

Jawab :

1. Proses penanganan keluhan pelanggan
2. Proses penanganan pesananpelanggan
3. Proses penanganan permintaan informasi dari pelanggan
4. Proses pengelolaan data dan informasi seputar pelanggan
5. Proses pengelolaan kebutuhan pelanggan
6. Proses analisa karakterisik dan perilaku pelanggan, dan lain sebagainya
7. Sebutkan apa yang menjadi hambatan Bisnis Digital di Indonesia!

Jawab :

1. Punya website dan ditemukan calon pelanggan
2. Banyak competitor
3. Memiliki keahlian computer yang baik
4. Menemukan pasar yang tepat
5. Memenangkan perhatian target komsumen
6. Membangaun kepercayaan
7. Mempertahankan loyalitas pelanggan
8. Kendala finansial
9. Ketepatan order
10. keamanan
11. Sebutkan definisi dari Business to Consumer (B2C)!

Jawab :

proses penjualan produk dan layanan secara langsung antara pelaku bisnis dan konsumen yang merupakan pengguna akhir dari produk atau layanannya. Sebagian besar perusahaan yang melakukan penjualn secara langsung ke konsumen dapat disebut sebagai perusahaan B2C.

1. Apa saja karakteristik Business to Consumer (B2C)?

Jawab :

1. Terbuka untuk umum, di mana informasi terkait produk barang atau jasa yang disediakan perusahaan disebarkan kepada masyarakat luas.
2. Transaksi B2C dilakukan dengan prosedur yang sederhana, serta tidak melulu didasari atas hubungan atau relasi antara perusahaan dan kosumen.
3. Produk barang dan jasa yang disediakan berdasarkan permohonan (*on demand*) dan digunakan untuk keperluan pribadi konsumen akhir.
4. Persaingan tinggi antar sesama pemain, seiring dengan permintaan yang tinggi akibat produk B2C yang banyak dibutuhkan masyarakat secara perorangan.
5. Apa saja aktifitas Business to Consumer (B2C)?

Jawab :

Menjual barang maupun jasa secara langsung sepada konsumen, baik perorangan maupun kelompok.

1. Sebutkan layanan-layanan Business to Consumer (B2C) kepada Customer!

Jawab :

1. Memuat contoh produk yang dijual beserta informasinya.
2. Melakukan transaksi penjualan barang.
3. Melakukan transaksi pembayaran barang.
4. Melakukan transaksi pengiriman barang.
5. Membuat berita-berita terbaru tentang produk.
6. Menginformasikan lokasi penjualan dan layanan.
7. Memberikan service secara lengkap.
8. Sebutkan definisi dari *Enterprise Resource Planning (ERP)*!

Jawab :

ERP (enterprise Resource Planning) merupakan sistem perangkat lunak saling terintegrasi untuk mengelola dan mengkoordinir proses bisnis di suatu organisasi, termasuk keuangan, sumberdaya manusia, produksi, dan persediaan.

1. Mengapa organisasi harus menerapkan *Enterprise Resource Planning (ERP)*?

Jawab :

Untuk meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan visibilitas proses bisnis, membantu pengambilan keputusan yang tepat berdasarkan data real-time.

1. Apa saja tahapan evolusi aplikasi *Enterprise Resource Planning (ERP)*?

Jawab :

1. Tahap 1

menjadi cikal bakal dari adanya ERP, MRP ini memiliki area fungsional, yakni *Inventory Management* dan *Production*.

1. Tahap 2

Selain bisa mengkonsep perencanaan kebutuhan material, juga menjadi alat yang membantu untuk menyelesaikan masalah.  Bahkan memungkinkan untuk mengubah rencananya dan mengganti jika memang perlu. Area fungsional untuk Close Loop MRP adalah berupa *Inventory Management, Production*, serta *Engineering*.

1. Tahap 3

Yakni tahap *Manufacturing Resource Planning* atau MRP II. Tahapan ini adalah untuk menyempurnakan dari Close Loop MRP. Di mana dengan menambahkan tiga elemen utama dalam sistem ini. Area fungsional MRP II berupa *Inventory Management, Production, Engineering, Finance*, serta *Human Resource Management*.

1. Tahap 4

Inilah perkembangan dari sistem ERP selanjutnya yang lebih luas lagi sampai ke integrasi keuangan. Kemudian juga melalui batas fungsi dari organisasi. Dengan begitu, perusahaan akan merasakan kemudahan untuk mengelola proses bisnisnya.

1. Tahap 5

Tahap kelima adalah sekaligus tahap evolusi terakhir dari software ERP. Di saat ini Anda pun semakin mudah untuk memahami apa yang dimaksud dengan ERP dan bentuk implementasinya bagi perusahaan.

1. Apa keuntungan dan kelemahan implementasi *Enterprise Resource Planning (ERP)*?

Jawab :

Keuntungannya efisiensi operasional, data terintegrasi,mempermudah menganalisis data. Kelemahanya yaitu biaya tidak murah, implementasi yang kompleks, berpotensi adanya gangguan pada proses bisnis

1. Apa saja tips memilih aplikasi *Enterprise Resource Planning (ERP)*?

Jawab :

1. Tentukan tujuan dan kebutuhan bisnis perusahaan
2. Bandingkan terlebih dahulu fitur dan fungsi dari aplikasi ERP dengan aplikasi ERP yang ada dipasaran. Pastikan fitur relevan dengan kebutuhan
3. Pastikan ERP fleksibel dapat dengan mudah
4. Pastikan ERP dapat terintegrasi dengan insfrastruktur IT yang ada di organisasi
5. Pilih saja ERP yang mudah digunakan dan jika memerlukan pelatihan, pelatihan nya tidak terlalu kompleks untuk karyawan.
6. Pastikan vendornya bereputasi baik
7. Sebutkan definisi dari *Customer Relationship Management (CRM)*!

Jawab :

Dengan melibatkan penggunaan teknologi dan proses bisnis untuk mengumpulkan, menganalisis, dan memanfaatkan data pelanggan untuk memahami kebutuhan pelangan, memperkuat hubungan dengan pelanggan.

1. Apa saja sasaran *Customer Relationship Management (CRM)*?
2. Mengefisienkan pelayanan
3. Memahami kebutuhan pelanggan
4. Peningkatan kepuasan pelanggan
5. Meningkatnya penjualan
6. Menjaga hubungan dengan pelanggan
7. Sebutkan tahapan-tahapan *Customer Relationship Management (CRM)*?

Jawab :

1. Memberikan layanan dan dukungan pada pelangggan
2. Pengembangan hubungan dengan pelanggan
3. Identifikasi prospek pelanggan
4. Sebutkan elemen utama implementasi *Customer Relationship Management (CRM)!*

Jawab :

Dapat mengolah data pelanggan,pelatihan karyawan dalam mneghadapi pelanggan, memantau dan menganalisis kinerja CRM terus menerus

1. Sebutkan tipe-tipe *Customer Relationship Management (CRM)!*

Jawab :

1. CRM operasional
2. CRM analitik
3. CRM kolaboratif
4. Sebutkan definisi dari *Supply Chain Managemen (SCM)*!

Jawab :

suatu pendekatan terintegrasi untuk mengolah aliran barang, jasa,dan informasi dari pemasok, dengan tujuan meningkatkan efesiensi, kualitas, dan kepuasan pelanggan serta mencapai keunggulan yang kompetitif

1. Sebutkan proses bisnis pada *Supply Chain Managemen (SCM)*!
2. Apa peran internet terhadap *Supply Chain Managemen (SCM)*?
3. Apa saja tantangan *Supply Chain Managemen (SCM)*?
4. Sebutkan prinsip-prinsip *Supply Chain Managemen (SCM)*!