**TUGAS 2 TKTI MENENTUKAN DAN MENGHUBUNGKAN TUJUAN BISNIS DAN TUJUAN TI**

Di susun oleh :

Muhammad Afif Khosyidzaki (14)

Muhammad Nazril Nur Rahman

Faruq

Satria

Fatra

**D4 SISTEM INFORMASI BISNIS TEKNOLOGI INFORMASI POLITEKNIK NEGERI MALANG 2023**

**Platform E-commerce di Indonesia**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TUJUAN BISNIS E-COMMERCE** | Meningkatkan kinerja situs | Sistem analitik data | Otomatisasi Operasi | Keamanan Cyber | Integrasi CRM |
| Meningkatkan pangsa pasar | P | P | S | S |  |
| Menignkatkan kepuasan pelanggan | P | S | S | P | S |
| Mengurangi Biaya operasional | S | P | P | S | S |
| Meningkatkan konversi penjualan | P | P | S | S | P |
| Memperkuat reputasi merek | S | P | S | P | S |

Alasan dari penentuan PRIMARY atau SUPPORT dalam It goals di bisnis E-COMMERCE :

1. **Tujuan Bisnis 1: Meningkatkan pangsa pasar**

Tujuan TI 1: Meningkatkan kinerja situs web (P): Untuk menarik lebih banyak pelanggan, kinerja dan kecepatan situs web sangat penting. Jika situs web lambat atau down sering, calon pelanggan akan meninggalkan situs web, sehingga kemungkinan memperluas pangsa pasar berkurang.

Tujuan TI 2: Sistem analitik data (P): Analitik data membantu perusahaan memahami perilaku pasar dan perilaku pelanggan sehingga mereka dapat membuat strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan meningkatkan jangkauan pasar karena pentingnya keputusan berbasis data untuk memperluas pasar (P).   
  
 Tujuan TI 3: Otomatisasi operasi (S): Otomatisasi memiliki kemampuan untuk mengurangi biaya operasional, tetapi dampak pada peningkatan pangsa pasar mungkin tidak langsung. Oleh karena itu, otomatisasi hanya mendukung tujuan ini dan berfungsi sebagai pendukung (S).   
  
 Tujuan TI 4: Keamanan siber (S): Meskipun menjaga kepercayaan pelanggan sangat penting, keamanan membantu meningkatkan pangsa pasar dengan memastikan keamanan dan kepercayaan data pelanggan. Oleh karena itu, posisinya adalah pendukung (S).   
  
 Tujuan TI 5: Integrasi CRM (S): CRM membantu manajemen pelanggan dan mendukung retensi pelanggan, tetapi tidak selalu membantu meningkatkan pangsa pasar baru secara langsung. Oleh karena itu, CRM berfungsi sebagai pendukung (S).   
  
**2. Tujuan Bisnis 2: Meningkatkan kepuasan konsumen**   
  
 Tujuan TI 1: Meningkatkan kinerja situs web (P): Untuk memberikan pengalaman pelanggan yang positif, situs web harus cepat dan responsif. Jika situs web lambat atau tidak responsif, pelanggan akan frustrasi dan kepuasan mereka akan berkurang.   
  
 Tujuan TI 2: Sistem analitik data (S): Sistem analitik dapat membantu memahami perilaku pelanggan dan menemukan masalah, tetapi mereka lebih penting dalam pengambilan keputusan karena membantu meningkatkan kepuasan pelanggan secara tidak langsung. Oleh karena itu, fungsinya adalah pendukung (S).   
  
 Tujuan TI 3: Otomatisasi operasi (S): Otomatisasi operasi meningkatkan efisiensi di belakang layar dan mengurangi kesalahan manusia, sehingga pelanggan memiliki pengalaman yang lebih baik. Tapi perannya tidak langsung, jadi Supporting (S) dinilai.   
  
 Tujuan TI 4: Keamanan siber (P): Pelanggan menginginkan rasa aman saat bertransaksi, terutama di platform e-commerce. Karena ancaman keamanan dapat menurunkan kepuasan secara signifikan, peningkatan keamanan sangat penting (P).   
  
 Tujuan TI 5: Integrasi CRM (P): CRM berfungsi sebagai Primary (P) karena memainkan peran penting dalam mengelola hubungan dengan pelanggan, menangani keluhan, memberikan respons cepat, dan menjaga kepuasan pelanggan.   
  
**3. Tujuan Bisnis 3: Menurunkan biaya operasional**  
 Tujuan TI 1: Meningkatkan kinerja situs web (S): Meningkatkan kinerja situs web dapat mengurangi biaya pemeliharaan dan dukungan pelanggan sedikit, tetapi tidak berdampak langsung pada biaya operasional secara keseluruhan. Akibatnya, ini adalah peran pendukung (S).   
  
 Tujuan TI 2: Sistem analitik data (P): Analitik data membantu menemukan area yang membutuhkan efisiensi dan pengurangan biaya; ini juga dapat memberi wawasan penting untuk pengambilan keputusan terkait biaya, sehingga berfungsi sebagai Primary (P).   
  
 Tujuan TI 3: Otomatisasi operasi (P): Otomatisasi operasi akan menurunkan biaya operasional karena meningkatkan efisiensi dan mengurangi kebutuhan tenaga kerja manual.   
  
 Tujuan TI 4: Keamanan siber (S): Efek keamanan siber lebih bersifat pencegahan daripada mengurangi biaya akibat pelanggaran data atau kerugian finansial. Akibatnya, peranannya sebagai pendukung (S).   
  
 Tujuan TI 5: Integrasi CRM (S): CRM dapat membantu mengelola pelanggan dengan lebih efisien, yang dapat mengurangi biaya operasional, tetapi efeknya tidak terlalu besar, sehingga ini adalah peran pendukung (S).   
  
**4. Tujuan Bisnis 4: Meningkatkan jumlah penjualan yang dikonversikan**   
  
 Tujuan TI 1: Meningkatkan kinerja situs web (P): Pengunjung akan lebih cenderung melakukan pembelian jika situs webnya cepat dan mudah digunakan. Akibatnya, kinerja situs web berperan sebagai Primary (P).   
  
 Tujuan TI 2: Sistem analitik data (P): Peran utama analitik data adalah membantu perusahaan memahami pola perilaku pengunjung yang tidak melakukan pembelian dan melakukan perbaikan yang diperlukan.   
  
 Tujuan TI 3: Otomatisasi operasi (S): Meskipun perannya tidak langsung, otomatisasi di backend dapat mempercepat proses pemesanan dan pengiriman, yang dapat meningkatkan tingkat konversi.   
  
 Tujuan TI 4: Keamanan siber (S): Keamanan yang baik akan meningkatkan kepercayaan pelanggan untuk bertransaksi, tetapi ini tidak selalu berdampak langsung pada peningkatan konversi. Oleh karena itu, ini berfungsi sebagai pendukung (S).   
  
 Tujuan TI 5: Integrasi CRM (P): Peran utama (P) sistem CRM yang baik adalah menjaga hubungan dengan calon pelanggan dan mengarahkan mereka ke pembelian.   
  
**5. Tujuan Bisnis 5: Meningkatkan kredibilitas merek**   
  
 Tujuan TI 1: Meningkatkan kinerja situs web (S): Kinerja situs web yang cepat dan andal meningkatkan persepsi positif tentang perusahaan, tetapi dampaknya pada reputasi merek tidak selalu terlihat secara langsung. Oleh karena itu, ini berfungsi sebagai pendukung (S).   
  
 Tujuan TI 2: Sistem analitik data (P): Analitis data memungkinkan perusahaan untuk melacak tren pasar, persepsi merek, dan perasaan pelanggan di berbagai platform, yang sangat penting untuk membangun dan memperkuat reputasi. Oleh karena itu, peran ini merupakan peran utama (P).   
  
 Tujuan TI 3: Otomatisasi operasi (S): Otomatisasi dapat membantu reputasi dengan memastikan operasi yang efisien dan sedikit kesalahan; namun, dampak otomatisasi pada reputasi tidak langsung, sehingga ini berfungsi sebagai pendukung (S).

Tujuan TI 4: Keamanan siber (P): Untuk menjaga kepercayaan pelanggan dan reputasi perusahaan, keamanan siber yang baik sangat penting. Pelanggaran data dapat merusak reputasi secara signifikan, jadi keamanan siber adalah peran utama (P).   
  
Tujuan TI 5: Integrasi CRM (S): CRM membantu mengelola hubungan dengan pelanggan dan memastikan kepuasan pelanggan yang tinggi, yang dapat memperkuat reputasi. Namun, dampaknya pada reputasi tidak langsung, sehingga menjadi pendukung (S).