

Nama : Cinta Revalinsya

Nim : 2331750002

Kelas : MI3AP

1. Ada **tiga** tingkatan strategi e-business:

- **Strategi Korporat (Corporate Strategy):** Menentukan bisnis apa yang harus dilakukan perusahaan secara keseluruhan (termasuk e-business dan non-e-business).
- **Strategi Unit Bisnis (Business Unit Strategy):** Menentukan bagaimana unit bisnis tertentu akan bersaing di pasarnya, yang mencakup bagaimana teknologi digital akan mendukung keunggulan kompetitif.
- **Strategi Fungsional/Operasional (Functional/Operational Strategy):** Strategi yang lebih detail di tingkat departemen (seperti pemasaran, TI, dan operasional) untuk menerapkan strategi unit bisnis.

2. Analisis SWOT adalah kerangka kerja perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi empat elemen kunci dalam suatu proyek, bisnis, atau upaya:

- **Strengths (Kekuatan):** Faktor internal positif yang menguntungkan.
- **Weaknesses (Kelemahan):** Faktor internal negatif yang merugikan.
- **Opportunities (Peluang):** Faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan.
- **Threats (Ancaman):** Faktor eksternal negatif yang harus dihindari atau diminimalkan.

3. Beberapa cara untuk meningkatkan jangkauan situs web meliputi:

- **Optimasi Mesin Pencari (SEO):** Memastikan situs muncul tinggi di hasil pencarian Google/Bing untuk kata kunci yang relevan.
- **Pemasaran Konten:** Membuat konten berkualitas, informatif, dan relevan yang menarik audiens target.
- **Pemasaran Media Sosial (SMM):** Mempromosikan situs dan konten melalui platform media sosial.
- **Iklan Berbayar (PPC):** Menggunakan iklan berbayar (seperti Google Ads) untuk menjangkau target audiens spesifik dengan cepat.
- **Kemitraan/Afiliasi:** Bekerja sama dengan situs atau *influencer* lain untuk promosi silang.

4. Pembangunan relasi (Customer Relationship Management/CRM) dapat dilakukan melalui model-model seperti:

- **Model Transaksional:** Fokus pada penjualan tunggal; kurang menekankan hubungan jangka panjang.
- **Model Jangka Panjang/Relasional:** Berfokus pada membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan untuk penjualan berulang dan nilai seumur hidup pelanggan (*Customer Lifetime Value*).
- **Model Personalisasi:** Menggunakan data pelanggan untuk memberikan pengalaman dan penawaran yang sangat personal.
- **Model Komunitas:** Membangun forum atau grup di mana pelanggan dapat berinteraksi satu sama lain dan dengan merek, menciptakan rasa kepemilikan.

5. Strategi utama untuk bersaing meliputi:

- **Kepemimpinan Biaya (Cost Leadership):** Menjadi produsen berbiaya terendah di industri, memungkinkan penetapan harga yang lebih rendah.
- **Diferensiasi (Differentiation):** Menawarkan produk atau layanan yang unik, berbeda, dan memiliki nilai tambah yang dianggap unggul oleh pelanggan (misalnya, kualitas, fitur, layanan pelanggan).
- **Fokus (Focus):** Berkonsentrasi pada segmen pasar yang sempit (*niche*) dan melayani kebutuhan segmen tersebut dengan sangat baik, baik melalui biaya rendah (Fokus Biaya) atau diferensiasi (Fokus Diferensiasi).

Pertanyaan E-Government

1. **E-Government** (Pemerintahan Elektronik) adalah penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) oleh lembaga pemerintah untuk memberikan layanan publik yang lebih efisien, memfasilitasi interaksi yang lebih baik dengan warga negara dan pelaku bisnis, memberdayakan masyarakat melalui akses informasi, dan menjadikan pemerintahan lebih akuntabel, transparan, dan efektif.

2. Tahapan pengembangan dan penerapan e-Government (sering disebut sebagai *4-Stage Model of E-Government Development*) meliputi:

1. **Tahap Kehadiran (Presence/Informasi):** Pemerintah mulai hadir secara online, menyediakan informasi statis.
2. **Tahap Interaksi (Interaction):** Warga dapat berinteraksi dengan pemerintah (misalnya, mengunduh formulir atau mengirim email).

3. **Tahap Transaksi (Transaction):** Warga dapat menyelesaikan transaksi online (misalnya, membayar pajak, mendaftar izin).
4. **Tahap Transformasi (Transformation/Integrasi):** Pelayanan sepenuhnya terintegrasi, personal, dan mengubah cara pemerintah beroperasi secara mendasar.

3. Tujuan utama penerapan e-Government antara lain:

- **Meningkatkan Kualitas Layanan Publik:** Menyediakan layanan yang lebih cepat, mudah diakses, dan efisien.
- **Meningkatkan Transparansi dan Akuntabilitas:** Membuka informasi pemerintah kepada publik dan membuat proses pengambilan keputusan lebih jelas.
- **Meningkatkan Efisiensi dan Efektivitas Pemerintahan:** Mengurangi biaya operasional dan birokrasi.
- **Memberdayakan Masyarakat:** Memberikan akses yang lebih luas ke informasi dan partisipasi dalam proses pemerintahan.

4. Sasaran utama penerapan e-Government biasanya melibatkan peningkatan hubungan antara berbagai pihak:

- **G2C (Government to Citizen):** Peningkatan layanan dan interaksi antara pemerintah dan warga negara.
- **G2B (Government to Business):** Peningkatan layanan dan interaksi antara pemerintah dan pelaku bisnis (misalnya, perizinan, pengadaan).
- **G2G (Government to Government):** Peningkatan kolaborasi dan pertukaran informasi antarlembaga pemerintah.
- **G2E (Government to Employee):** Peningkatan efisiensi operasional internal pemerintah dan manajemen sumber daya manusia.

5. Bidang-bidang utama penerapan e-Government adalah yang mencerminkan sasarannya (seperti dijelaskan pada no. 4):

- **E-Service/Pelayanan Publik (G2C & G2B):** Pemberian layanan publik secara online (contoh: pembuatan KTP, pembayaran pajak, pendaftaran usaha).
- **E-Administration/Tata Kelola Pemerintahan (G2G & G2E):** Penggunaan TIK untuk meningkatkan efisiensi internal pemerintah, termasuk manajemen data, arsip digital, dan koordinasi antarinstansi.
- **E-Democracy/E-Participation (G2C):** Pemanfaatan TIK untuk meningkatkan partisipasi warga negara dalam proses politik dan pengambilan keputusan (contoh: survei online, forum konsultasi publik).

