

Electronic Business

Pertemuan 1



Ekonomi Digital

- e-Bisnis

Penggunaan teknologi elektronik pada transaksi bisnis

- Kolaborasi

Adanya interaksi, komunikasi dan kolaborasi informasi antara manusia dan organisasi

- Pertukaran Informasi

Penyimpanan, pemrosesan dan pengiriman informasi

- *E-Commerce* merupakan suatu aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang , pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.
- *E-Business* merupakan kegiatan berbisnis di Internet yang tidak saja meliputi pembelian, penjualan dan jasa, tapi juga meliputi pelayanan pelanggan dan kerja sama dengan rekan bisnis (baik individual maupun instansi).

Pengenalan e-bisnis

Romney/ Steinbart :

e-business mengacu pada semua penggunaan kemajuan teknologi informasi (TI) khususnya teknologi jaringan dan komunikasi untuk memperbaiki cara-cara sebuah organisasi dalam melakukan seluruh proses-proses bisnis

Interaksi eksternal organisasi dalam e-bisnis

- Suppliers
- Customers
- Investors
- Creditors
- The government
- Media

Positive - Negative of E-Commerce & E-Business

Positive:

- Revenue Stream (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan dan tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional.
- Dapat meningkatkan market exposure (pangsa pasar).
- Menurunkan biaya operasional (operating cost).
- Melebarkan jangkauan (global reach).
- Meningkatkan customer loyalty.
- Memperpendek waktu produksi.
- Meningkatkan value chain (mata rantai pendapatan)

Negative

- Pencurian informasi rahasia yang berharga. Gangguan yang timbul bisa menyingkap semua informasi rahasia tersebut kepada pihak-pihak yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar bagi si korban.
- Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan. Kesalahan ini bersifat kesalahan non-teknis seperti aliran listrik tiba-tiba padam atau jaringan yang tidak berfungsi.

- Kehilangan kepercayaan dari para konsumen. Ini karena berbagai macam faktor seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut.
- Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak. Misalkan pembobolan sebuah sistem perbankan oleh hacker, kemudian memindahkan sejumlah rekening orang lain ke rekeningnya sendiri.
- Kerugian yang tidak terduga. Disebabkan oleh gangguan yang dilakukan dengan sengaja, ketidakjujuran, praktik bisnis yang tidak benar, dan kesalahan faktor manusia atau kesalahan sistem elektronik.

E-BUSINESS APLICATION

- ERP (*Enterprise Resource Planning*)
→ Is the backbone of e-business, dengan kata lain ERP adalah sistem operasi bisnis, setara dengan sistem operasi windows untuk operasi back-office
- CRM (*Customer Relationship management*)
→ kustomisasi dan personalisasi produk dan layanan secara real-time berdasarkan kebiasaan beli, keinginan dan kebutuhan konsumen
- SCM (*Supply Chain Management*)
→ singkronisasi dan koordinasi aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan aliran material/produk, baik yang ada dalam satu organisasi maupun antar organisasi

Enterprise Resource Planning (ERP)

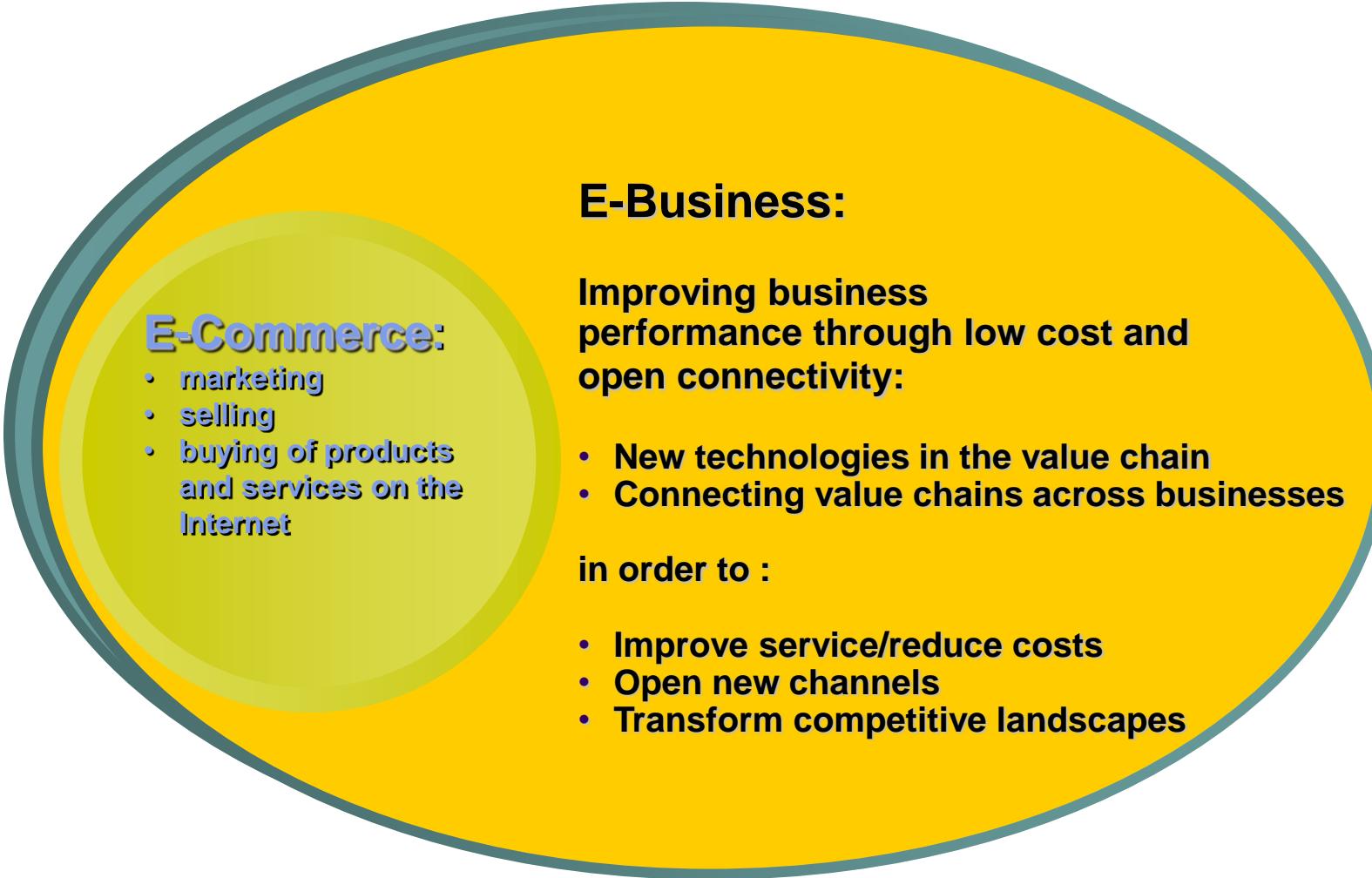
- Sistem informasi untuk perusahaan manufaktur
- Berperan mengintegrasikan dan mengotomatisasi proses bisnis
- Back office system, konsumen dan publik tidak dilibatkan
- Client-server software, baik desktop ataupun berbasis web
- Memiliki kemampuan untuk mengolah sebagian besar transaksi
- Data dapat diakses secara real-time

Customer Relationship management (CRM)

- Merupakan penggambaran hubungan ‘sistem’ dengan konsumennya
- Usaha perusahaan dalam menjaga hubungan dengan konsumennya
- Strategi bisnis perusahaan
- Sebuah tool untuk mengerti konsumennya

Supply Chain Management (SCM)

- Pengelolaan yang efektif atas integrasi yang terlibat didalam kegiatan pemasokan
- Perencanaan dan pengendalian yang baik atas kegiatan pengadaan
- Efisiensi aliran pasokan hingga ke titik konsumsi terakhir
- Perancangan dan kontrol arus material dan informasi sepanjang rantai pasokan
- Bertujuan untuk mendapatkan kepuasan konsumen sekarang dan dimasa yang akan datang



E-Commerce:

- marketing
- selling
- buying of products and services on the Internet

E-Business:

Improving business performance through low cost and open connectivity:

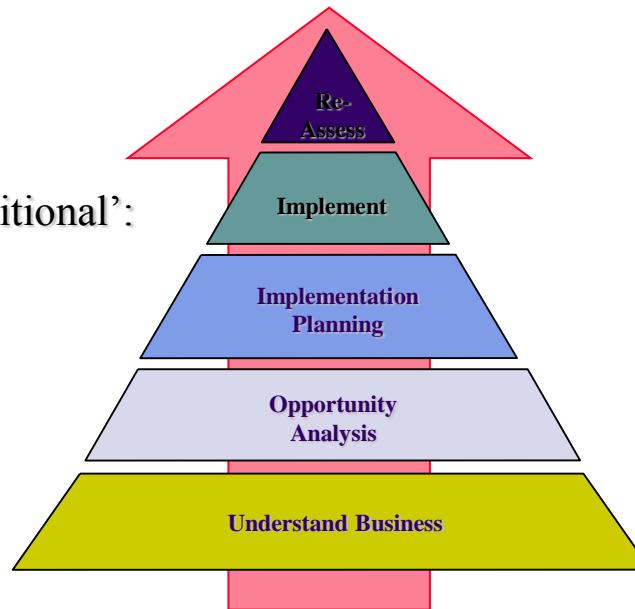
- New technologies in the value chain
- Connecting value chains across businesses

in order to :

- Improve service/reduce costs
- Open new channels
- Transform competitive landscapes

e-Business vs Business

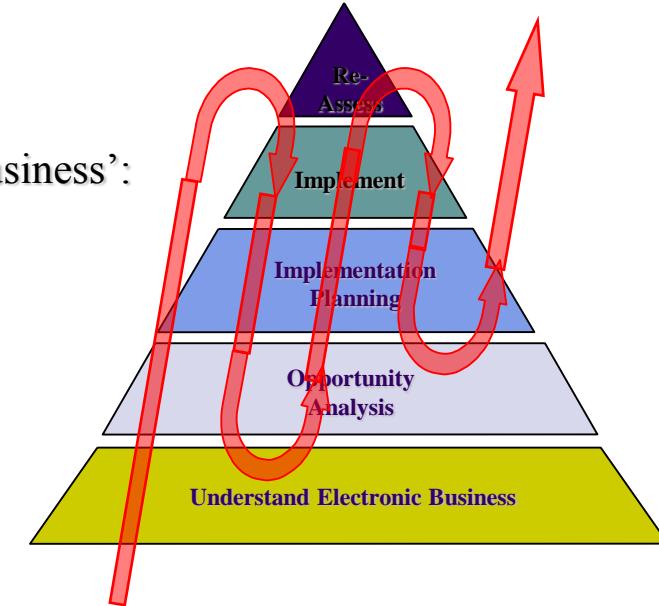
‘Traditional’:



Traditional business organization
‘develop step by step’:

- Definitions are clear
- No change in the business and technology environment
- High time pressure
- Continuous learning

‘E-Business’:



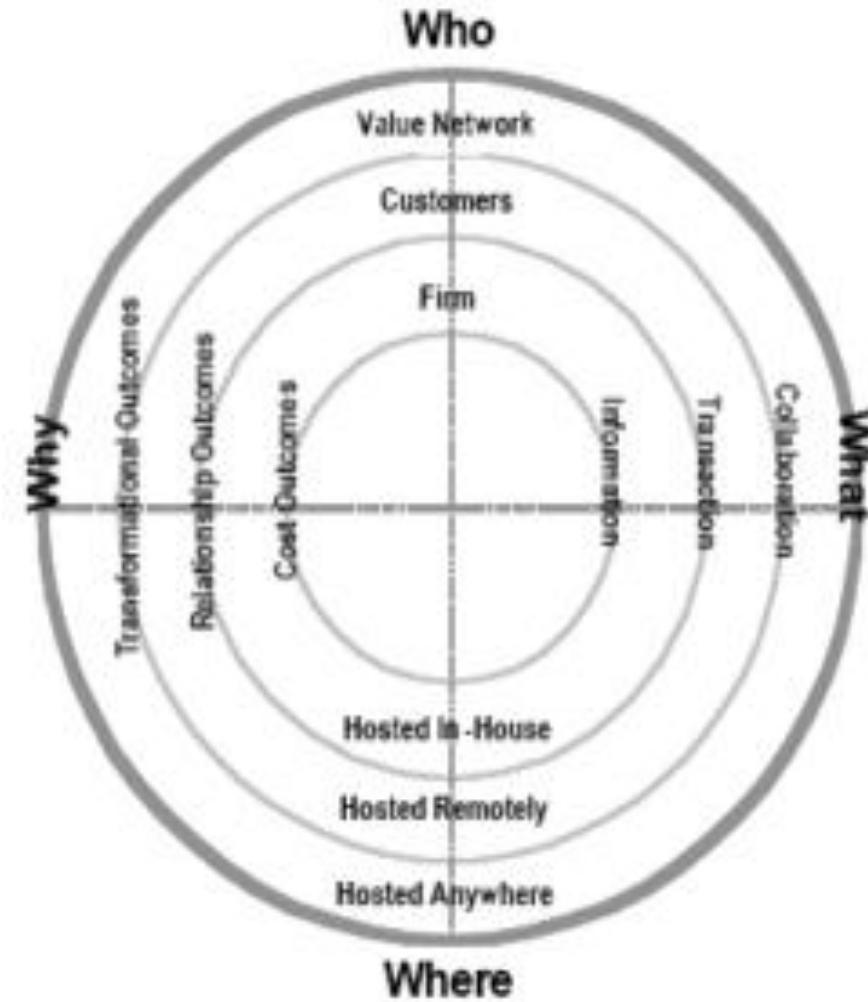
Characteristics of an “Electronic Business journey”:

- Definitions of the future are ‘fuzzy’
- Permanent and unpredictable change in the business and technology environment
- Time to market and speed are major competitive factors
- Continuous learning & fast adaptation is required

E-Business is not a project - but rather a journey that requires vision and non-linear procedures

Cakupan e-Bisnis

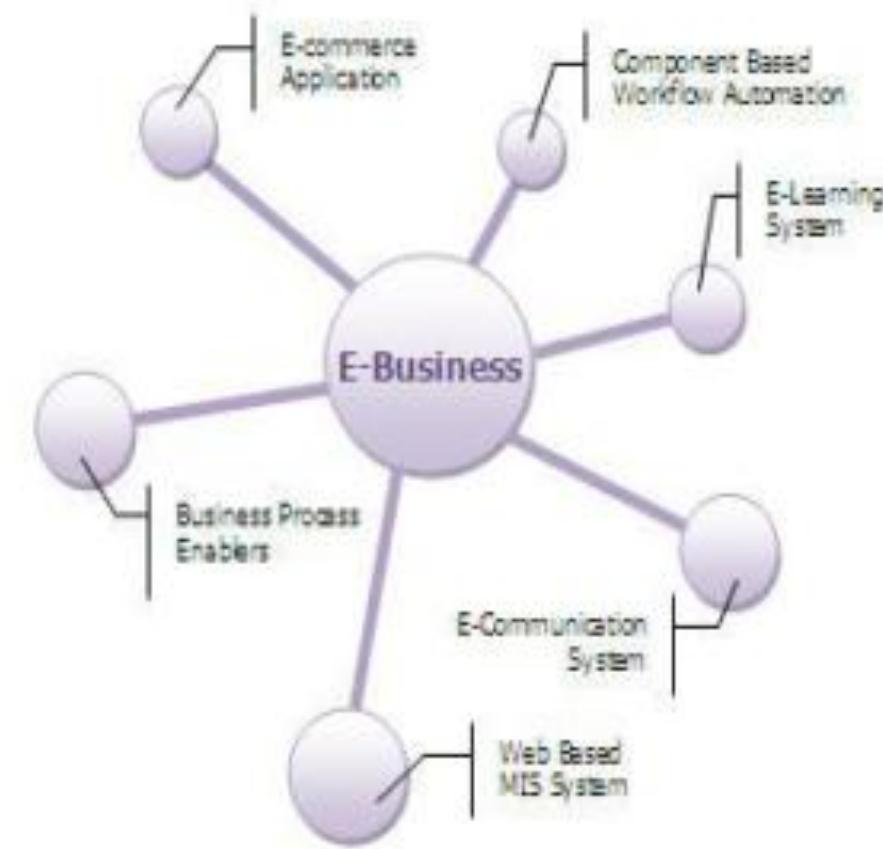
- Cakupan atau spektrum e-bisnis dapat sangat luas wilayahnya tergantung dari masing-masing sudut pandang orang yang melihat definisi dari kata “bisnis” itu sendiri
- Untuk dapat menangkap dimensi ruang lingkup pengertian e-bisnis, cara yang sering digunakan adalah dengan menggunakan prinsip 4W yaitu What, Who, Where dan Why



Mohan Santhanay et.al., 2001

1. Prinsip What

E-bisnis memiliki cakupan jauh lebih luas tidak hanya pada aktifitas atau mekanisme transaksi yang dilakukan secara online/digital namun termasuk didalamnya aktifitas relasi antara dua entiti perusahaan, interaksi antara perusahaan dengan konsumenya, kolaborasi antara perusahaan dengan para mitra bisnisnya, pertukaran informasi antara perusahaan dengan para pesaing usahanya dan lain sebagainya



2. Prinsip Who

Semua pihak atau entiti yang melakukan interaksi dalam sebuah sistem bisnis/ serangkaian proses bisnis merupakan pihak yang berkepentingan dalam ruang lingkup e-bisnis. 7 klasifikasi entiti yang sering dipergunakan dalam mengilustrasikan e-bisnis yaitu

1. Agent
2. Business
3. Consumer
4. Device
5. Employee
6. Family
7. government

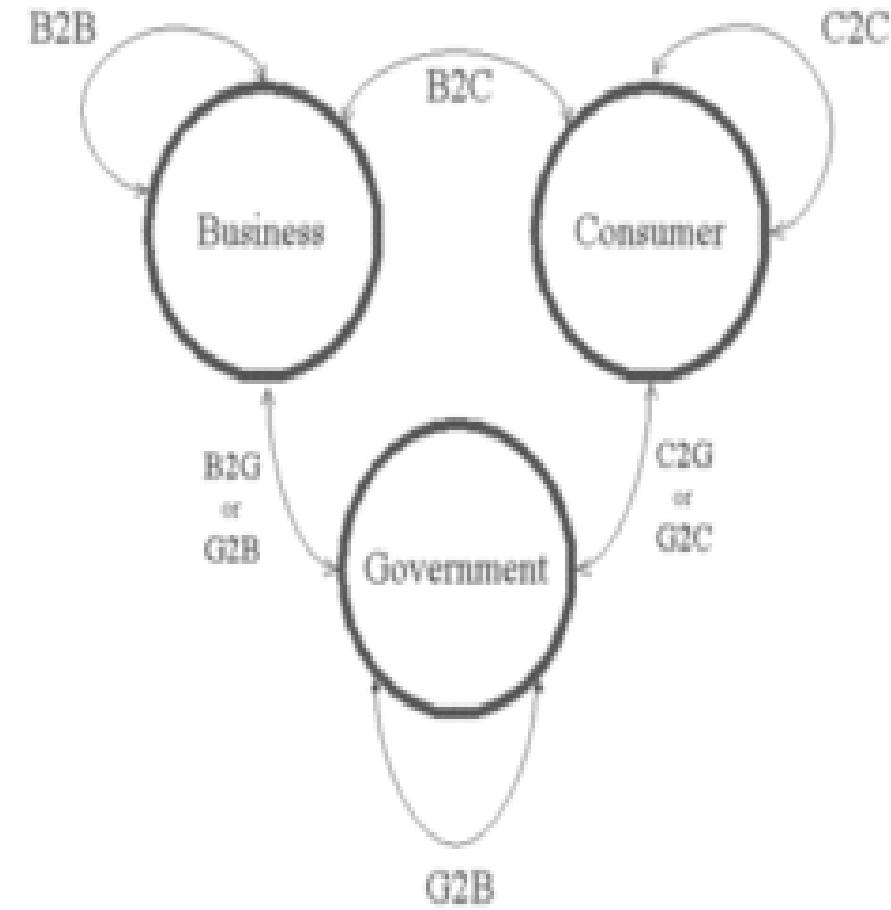
3. Prinsip Where

Dalam E-bisnis interaksi dapat dilakukan dimana saja melalui berbagai kanal akses, sejauh pihak yang berkepentingan memiliki fasilitas elektronik/digital sebagai kanal akses.



4. Prinsip Why

Konsep e-bisnis tidak hanya menguntungkan perusahaan namun juga memberikan kesempatan perusahaan untuk meningkatkan perusahaan dalam meningkatkan level pendapatanya (revenue generation) secara langsung maupun tidak langsung. Implementasi e-bisnis yang dilakukan oleh perusahaan memberikan dampak perusahaan dapat melihat berbagai peluang dan celah bisnis baru yang selama ini belum pernah ditawarkan kepada masyarakat



Spektrum Value e-Bisnis

5 keuntungan (spektrum value e-bisnis) e-bisnis menurut Charles R. Rieger dan Mary P. Donato yaitu

1. Efficiency / Efisiensi

Menfaat yang didapatkan perusahaan adalah perbaikan tingkat efisiensi. Berdasarkan sebuah riset menyatakan kurang dari 40% dari total biaya operasional diperuntukkan bagi aktivitas penciptaan dan penyebaran informasi ke berbagai bagian terkait. Dengan memanfaatkan teknologi informasi didalam rangkaian bisnis sehari-hari terlihat bagaimana perusahaan dapat mengurangi total biaya operasional yang biasa dikeluarkannya.

2. Effectiveness / Efektivitas

Efektivitas dirasakan ketika terjadi perubahan-perubahan yang cukup signifikan dalam cara perusahaan melakukan aktivitas operasional sehari-hari. Contoh penerapan konsep e-supply chain membuat managemen dapat meningkatkan service level kepada pelanggannya, contoh lainnya dengan mengimplementasikan aplikasi ERP pada perusahaan memberikan dampak meningkatnya kualitas pengambilan keputusan dari manajemen

3. Reach / Jangkauan

Kemampuan penggunaan teknologi informasi didalam memperluas jangkauan dan ruang gerak perusahaan. Selain itu memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan domain kerja sama dengan mitranya secara signifikan

4. Structure / Struktur

Terciptanya berbagai jenis produk dan jasa baru akibat konvergensi berbagai sektor industri yang selama ini secara struktur terlihat berdiri sendiri-sendiri. Contohnya bagaimana sebuah kendaraan dapat jual dengan cara lelang, sebuah bank virtual yang berfungsi sebagai penasehat keuangan dan lainnya.

5. Opportunity / Peluang

Terbukanya kesempatan yang lebar bagi pelaku bisnis untuk berinovasi menciptakan produk maupun jasa baru akibat berkembangnya teknologi informasi baru dari waktu ke waktu. Contohnya dalam bidang pendidikan, saat ini semakin marak situs penyelengara pendidikan secara online / virtual.

Contoh e-Bisnis

- e-Auctioning
- e-Banking
- e-Commerce
- e-Directories
- e-Engineering
- e-Franchising
- e-Learning
- e-Mailing
- e-Marketing
- e-Research
- e-Supply
- e-Trading
- e-Travel
- e-Operational Resources Management

Tren ke arah e-bisnis

Kategori	Tren
Pelanggan	<ul style="list-style-type: none">- Pelayanan yang lebih cepat- Self-service- Lebih banyak pilihan produk- Solusi yang terintegrasi
e-Service	<ul style="list-style-type: none">- Pelayanan dan penjualan yang terintegrasi- Dukungan yang memadai- Pembayaran yang fleksibel- Pengiriman yang dapat diandalkan- Waktu proses yang singkat
Organisasi	<ul style="list-style-type: none">- Outsourcing- Kontrak manufaktur- Distribusi virtual
Pegawai	<ul style="list-style-type: none">- Penyaringan perekrutan- Mempertahankan karyawan terbaik
Teknologi	<ul style="list-style-type: none">- Menggunakan aplikasi web- Konvergensi Infrastruktur- Penyedia layanan aplikasi (service provider)

Jenis e-Bisnis

Jenis E-Business	Karakteristik
B2C (business to consumer)	<ul style="list-style-type: none">■ antara organisasi dgn perorangan■ nilai transaksi kecil■ transaksi tidak sering terjadi■ relatif sederhana
B2B (business to business) B2G (business to government) B2E (business to education)	<ul style="list-style-type: none">■ antar organisasi■ nilai transaksi besar■ hubungan yang kuat dan berkelanjutan■ pemberian kredit dari penjual ke pelanggan■ lebih kompleks

Tahapan Pembangunan Sistem e-Business

Pertemuan 2

Visi dan Prospek Membangun e-Business

Membangun sistem e-Business bukan hanya mengkomputerisasi SI bisnis yang kemudian dihubungkan ke Internet. Jika pemahaman itu yang menjadi landasan dalam membangun sistem e-Business, maka niscaya sistem itu sulit untuk bertahan.

1. Adanya keinginan yang kuat dan konsisten untuk membangun hubungan langsung dengan konsumen.
2. Pembangunan Jaringan Komunitas
3. perluasan pasar
4. Masuk era persaingan global

Tahap-Tahap pembentukan Sistem e-Business

1. Mendayagunakan komputer personal, jaringan komputer dan Internet seoptimal mungkin
2. Membangun halaman web untuk jalinan komunikasi antara perusahaan dengan konsumen secara efektif dan fleksibel
3. Membangun SI e-Business yang efektif
4. Mengembangkan SI yang bersifat inter platform

Pemodelan Sistem

Membangun sebuah sistem yang besar dan kompleks SI e-Business, tim pembuat pembuat sistem perlu membuat model

Pemodelan tersebut menggambarkan aliran data yang akan di proses menjadi informasi; aliran distribusi juga akan digambarkan. Dengan demikian, arus data informasi dapat terlihat secara jelas.

Penggambaran pemodelan dapat menggunakan sistem flowchart atau blok diagram.

Metode Daur Hidup untuk Membangun SI e-Business

Metode daur hidup cocok untuk pembangunan sistem e-business, karena memiliki beberapa karakteristik yaitu proses dilakukan selangkah demi selangkah yang disertai dengan proses dokumentasi yang rapi.

Metode daur hidup terdiri dari beberapa tahapan proses, yaitu

1. Tahap perencanaan,
2. Analisis
3. Perancangan
4. Penerapan
5. Evaluasi
6. Penggunaan
7. Pemeliharaan.

Pada setiap tahapan dilakukan proses pendokumentasian atas segala yang telah dilakukan atau disepakati.

1. Tahap Perencanaan

Proses Perencanaan Sistem e-Business



Tahap ini sangat penting karena pada tahap ini permasalahan yang sebenarnya didefinisikan secara rinci

Tahap perencanaan mempersiapkan sistem e-bisnis meliputi

- Memahami permasalahan yang muncul dan mendefinisikan secara rinci
- Merumuskan kasus-kasus bisnis yang ingin diselesaikan
- Mengestimasikan total investasi yang akan disediakan
- Rencana aksi yang kongkrit

2. Tahap Analisis

- Tahap ini harus dilakukan seobyektif mungkin agar hasilnya tidak bias
- Untuk menganalisa, dapat menggunakan 6 dimensi kelayakan (Mc.Leod) yaitu kelayakan teknis, pengembalian ekonomis, pengembalian non ekonomis, hukum dan etika, operasional, jadwal
- Faktor lain dalam menganalisa yaitu kelayakan organisasi, memilih kelompok bisnis, kemungkinan permodalan, tingkat kopetisi produk, lingkungan operasional sistem dan sistem harga
- Apabila diketemukan indikasi ketidaklayakan maka cari penyebabnya selanjutnya susun langkah konkret

3. Tahap Perancangan

Tahap perancangan merupakan fase pemahaman kriteria kebutuhan sistem. Diharapkan lebih menuju sistem yang stabil dan flexibel. Pada tahap perancangan selain memperhatikan rekomendasi kelayakan, perlu memperhatikan beberapa hal berikut:

1. Kebutuhan perusahaan
2. Kebutuhan operator
3. Kebutuhan pemakai
4. Kebutuhan teknis

4. Tahap Penerapan

Tahap ini merupakan kegiatan untuk mengimplementasikan rancangan yang telah disusun sebelumnya agar dapat diwujudnyatakan

Implementasi untuk prosedur di dalam teknologi komputer akan menggunakan bahasa komputer

Untuk proses yang terdapat di luar sistem komputer, disusunlah sebuah konvensi atau perjanjian atau tata tertib, agar setiap orang yang terlibat dapat mengikuti alur yang telah ditetapkan

Untuk merealisasikan sistem pada tahap penerapan ini, ditempuh beberapa metode, antara lain, penggunaan paket aplikasi, pengembangan oleh staf sendiri (insourcing), dan pengembangnan yang dilakukan dengan kerjasama dari pihak luar seperti konsultan atau software house (outsourcing)

5. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini, dilakukan uji coba sistem yang telah selesai disusun. Proses uji coba diperlukan untuk memastikan bahwa sistem tersebut sudah benar. Karakteristik yang ditetapkan, dan tidak ada kesalahan-kesalahan yang terkandung didalamnya. Evaluasi merupakan uji coba sistem yang berguna untuk:

- a. Memastikan sistem sudah berjalan dengan benar
- b. Memastikan sesuai karakteristik yang ditetapkan
- c. Memastikan tidak terjadi kesalahan sampai ke penelusuran dan keterlibatan data

Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam mengevaluasi perangkat keras adalah

1. Kemampuan perangkat keras yang meliputi kecepatan proses dan distribusinya
2. Seberapa besar biaya yang harus disediakannya untuk pengoperasian dan perawatan sistem
3. Kompatibilitas perangkat keras terhadap sistem-sistem yang terkait
4. Seberapa lama teknologi yang digunakan akan dapat bertahan
5. Sejauh mana pilihan-pilihan terhadap komputer yang digunakan memperhatikan faktor-faktor ergonomik
6. Tingkat kehandalan dan sekalabilitas jaringan komputer yang dibangun sebagai infrastruktur sistem tersebut

6. Tahap Penggunaan dan Pemeliharaan

Pada tahap ini, sistem yang telah diuji coba dan dinyatakan lolos dapat mulai digunakan untuk mengenal proses e-Business yang sesungguhnya.

Pemeliharaan sistem secara rutin dapat meliputi penataan ulang database, membackup, dan scaning virus. Sementara itu, pemeliharaan juga termasuk melakukan penyesuaian-penyesuaian untuk menjaga kemuktahiran sistem, atau pembetulan atas kesalahan-kesalahan yang mungkin terjadi dan belum diketahui sebelumnya.

Kegagalan SI e-business

Faktor-faktor penyebab kegagalan

1. Sering orang memandang SI e-Business adalah paling utama dan penting, sementara melupakan komitmen dan konsistensi terhadap materi informasi, produk dan respon layanan kepada konsumen
2. Antar-muka SI e-Business sering kurang interaktif, kurang komunikatif dan kurang mudah digunakan oleh konsumen, karena antar muka sering dibangun berdasarkan selera pembuatnya
3. Perubahan cara pandang, pola berbisnis, dan sistem dari tradisional dan lokal menjadi moderen dan global; perusahaan dan pebisnis membutuhkan waktu untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut.

Kebutuhan Sistem e-bisnis

- Efesien dan efektif
- Trend masa depan
- Integrated dengan sistem yang lain
- Keamanan data
- interaktif

Rencana Keberhasilan E-Business

Pertemuan 3

E-Business...

Bukan....

Hanya meletakkan sebuah halaman web

atau

Hanya web yang memungkinkan aplikasi yang telah ada

Menggunakan teknologi untuk....

- Redefine bisnis, memaksimalkan nilai pelanggan, memungkinkan bisnis dengan cara baru
- Mengubah lanskap kompetitif, saluran distribusi
- Dampak pangsa pasar, memperluas jangkauan pasar
- Meningkatkan kecepatan bisnis, menyederhanakan interaksi, meningkatkan harapan pelanggan
- Membuat dan membunuh perusahaan

Persyaratan Baru pada E-Business

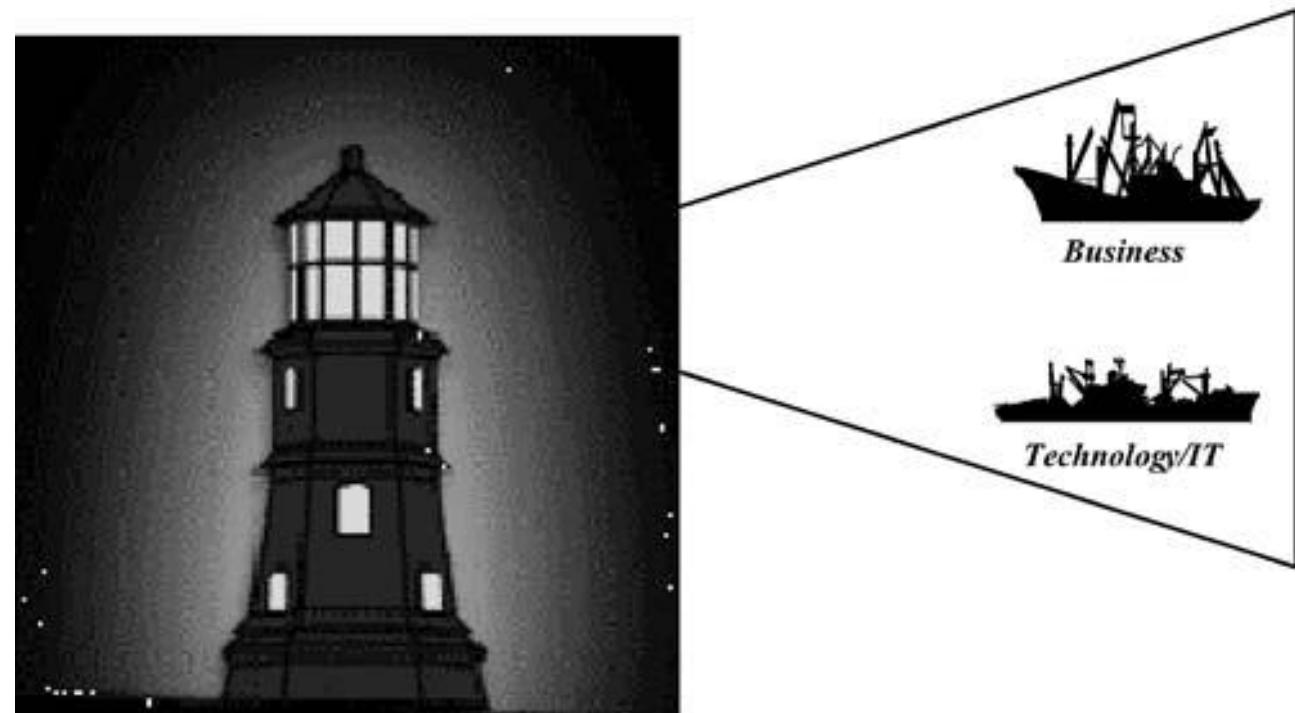
Bisnis.....

fleksibel, responsif, cepat,
berfokus pada pelanggan,
inventif, inovatif,
kolaboratif, self-service,
global

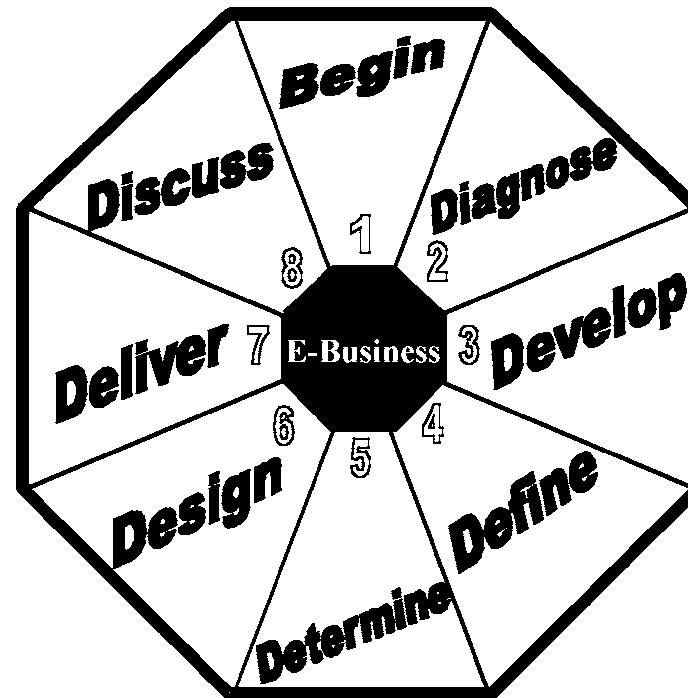
Sistem.....

mudah digunakan,
terintegrasi, handal,
kokoh, responsif,
fleksibel, mudah
maintainable,
akurat, terukur,
global, aman

A Strategic Plan Provides a Guiding Light



Planning for E-Business Success



METODOLOGI OVERVIEW

1. BEGIN

- Mulailah dengan mendapatkan dukungan manajemen eksekutif dan sponsor bisnis.
- Mengidentifikasi tujuan bisnis untuk menyelesaikan e-rencana bisnis dan inisiatif.
- Identifikasi tim dari individu-individu yang akan terlibat.
- Garis besar proses perencanaan yang akan digunakan.
- Mengembangkan rencana komunikasi menguraikan bagaimana anggota organisasi tim dan akan tetap mengikuti kegiatan.
- Akhirnya mengumumkan proyek kepada organisasi.

2. DIAGNOSE

- Mendiagnosis tren dan bagaimana mereka dapat mempengaruhi organisasi.
- Dokumen lingkungan saat ini dan mendiagnosis kekuatan dan bidang perbaikan.
- Mengidentifikasi para pemangku kepentingan dan mendiagnosis proses mereka.
- Mendiagnosa industri dan dampak eksternal serta nilai rantai.
- Bisnis mendiagnosis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

3. DEVELOP

- Mengembangkan proposisi nilai serta nilai pengiriman proposisi.
- Mengembangkan strategi e-bisnis dan metrik untuk mengukur keberhasilan dan kemajuan dari strategi.

4. DEFINE

- Tentukan peluang tertentu serta kompetitif situasi.
- Tentukan prioritas.

5. DETERMINE

- Menentukan dampak ke arsitektur aplikasi bisnis, infrastruktur teknis, proses bisnis, sistem informasi proses, dan orang / organisasi.
- Menentukan biaya analisis manfaat serta peta jalan untuk mendapatkan strategi.
- Mendapatkan persetujuan pada rencana bisnis untuk melanjutkan pengiriman dari rencana.

6. DESIGN

- Desain tampilan dan nuansa yang diperlukan untuk melaksanakan strategi dan nilai proposisi. Identifikasi navigasi dan layardesain.
- Desain perubahan yang dibutuhkan untuk aplikasi dan keamanan.

7. DELIVER

- Menyampaikan strategi dan desain dengan mengembangkan, pengujian, pelatihan, dan pelaksanaan.
- Mempromosikan dan memasarkan e-bisnis situs dan fungsionalitas.

8. DISCUSS

- Diskusikan hasil usaha e-bisnis dengan mendapatkan umpan balik dan menganalisis.
- Menentukan tindakan yang diperlukan.

Discuss:

- Obtain feedback
- Analyze
- Determine action

Deliver:

- Develop
- Test
- Train
- Implement
- Promote

Design:

- Look and feel
- Navigation
- Screens
- Applications
- Security

Begin:

- Obtain support
- Purpose
- Identify team
- Planning process
- Communication plan
- Announce

Diagnose:

- Trends
- Current situation
- Situation analysis
- Stakeholders
- Stakeholder processes
- Industry analysis
- Value chain
- Business analysis

Develop:

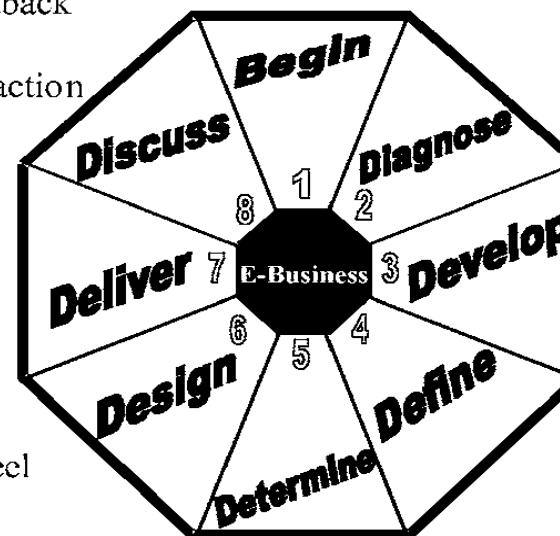
- Value proposition
- Value delivery proposition
- Strategy
- Metrics

Define:

- Opportunities
- Competitive situation
- Priorities

Determine:

- Application architecture impact
- Technical architecture impact
- Business process impact
- IS process impact
- People/organization impact
- Cost/benefit analysis
- Roadmap
- Approval



STRATEGI DALAM E-BUSINESS

PERTEMUAN 4

Issu Penting

- Teknologi hanya memegang peranan lebih kurang 1/3 bagian saja
- Perusahaan e-bisnis harus memperhatikan 2/3 bagian lainnya, organisasi, sdm, relasi, sistem manajerial dan strategi yang akan di terapkan
- Persoalan e-bisnis buka sekedar penerapan TI dalam sistem bisnis tradisional tapi juga perubahan yang berjalan bersamaan

Menggali Strategi

Faktor Eksternal	Faktor Internal	Kekuatan Strengths (S)	Kelemahan Weaknesses (W)
Peluang Opportunities (O)		Strategi SO Yang memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang	Strategi WO digunakan untuk mengambil kesempatan guna menutup kelemahan
Ancaman Threats (T)		Strategi ST yang menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi WT digunakan untuk memperkecil kelemahan & menghindari ancaman

Perilaku Konsumen

1. Keingintahuan terhadap perkembangan atau trend baru
2. Keinginan untuk melakukan perbandingan
3. Keinginan untuk meneliti
4. Keinginan untuk menggunakan teknologi dalam memperoleh informasi produk dan melakukan transaksi secara efektif

PERUBAHAN POLA PERILAKU KONSUMEN TRADISIONAL MENUJU E-BISNIS

Menurut Budi Sutedjo (2001) ada 7 perubahan pola perilaku konsumen tradisional ke e-bisnis yaitu

1. Pola Belanja, dari pergi ke pasar tradisional menuju komputer
2. Pola Pemilihan Barang, dari memegang barang menjadi melihat katalog elektronik
3. Pola Transaksi, dari pola ada uang ada barang menjadi ada uang barang dikirm
4. Pola Konsumsi, barang dibeli tidak dapat langsung di konsumsi

5. Pola Pemakaian Barang, khusus barang berwujud, harus melalui perantara
6. Pola Pembayaran, dari tunai kini adaketerlibatan pihak ketiga seperti penggunaan kartu kredit, uang digital atau cek elektronik
7. Pola Komunikasi, seolah kesempatan untuk membina pertemanan hilang

SIKAP-SIKAP YANG DIMILIKI KONSUMEN E-BUSINES

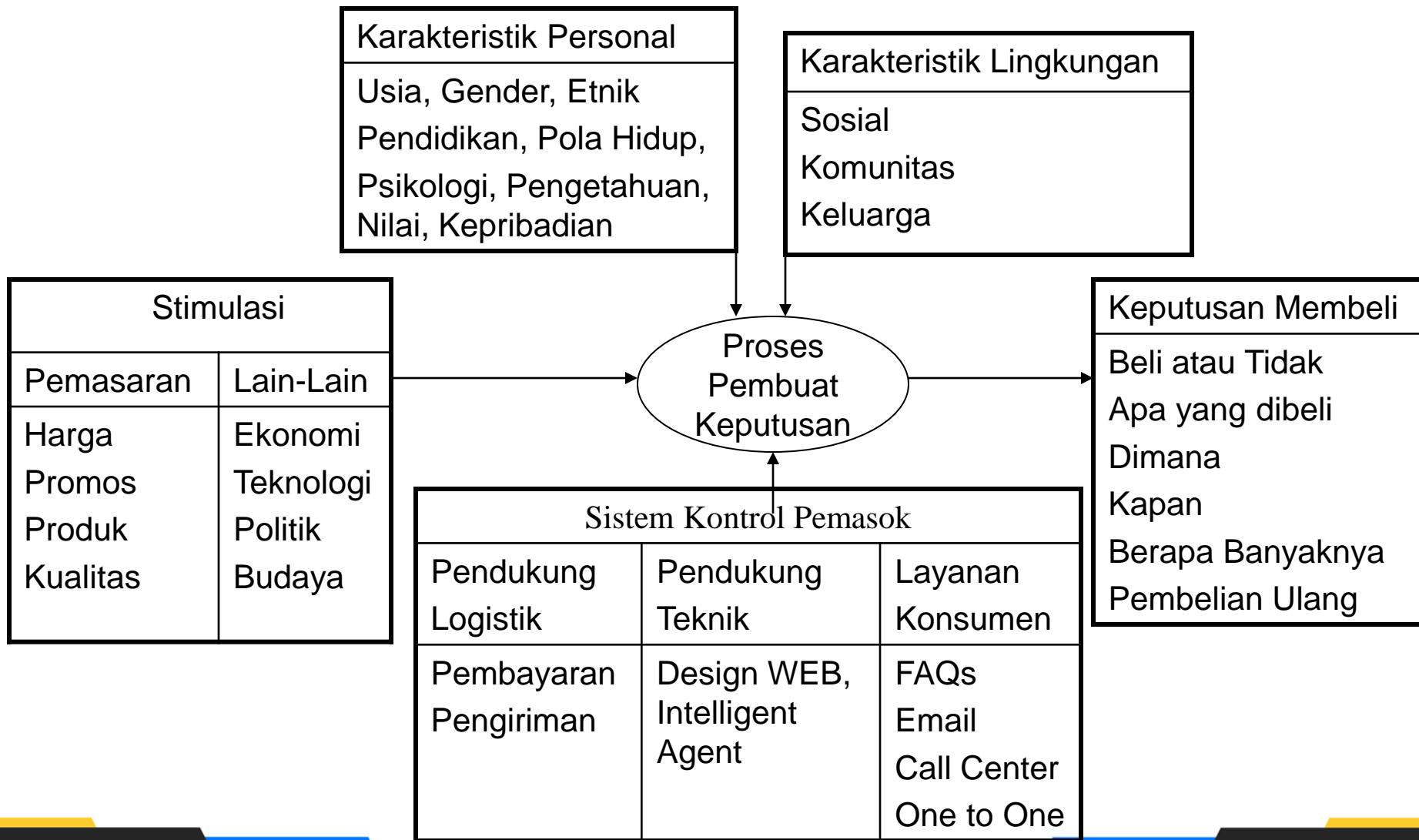
1. Kritis terhadap penwaran-penawaran produk
2. Sensitif terhadap harga
3. Sensitif terhadap kualitas
4. Menuntut jaminan atau garansi atas produk
5. Menuntut teknik penyajian halaman web yang secara kognitif

STRATEGI E-BUSINESS

Beberapa kutipan makalah Fandy Tjiptono (2000) yang berjudul *Elektronik Commerce: Three Emerging Strategies* tentang model pembentukan e-Market

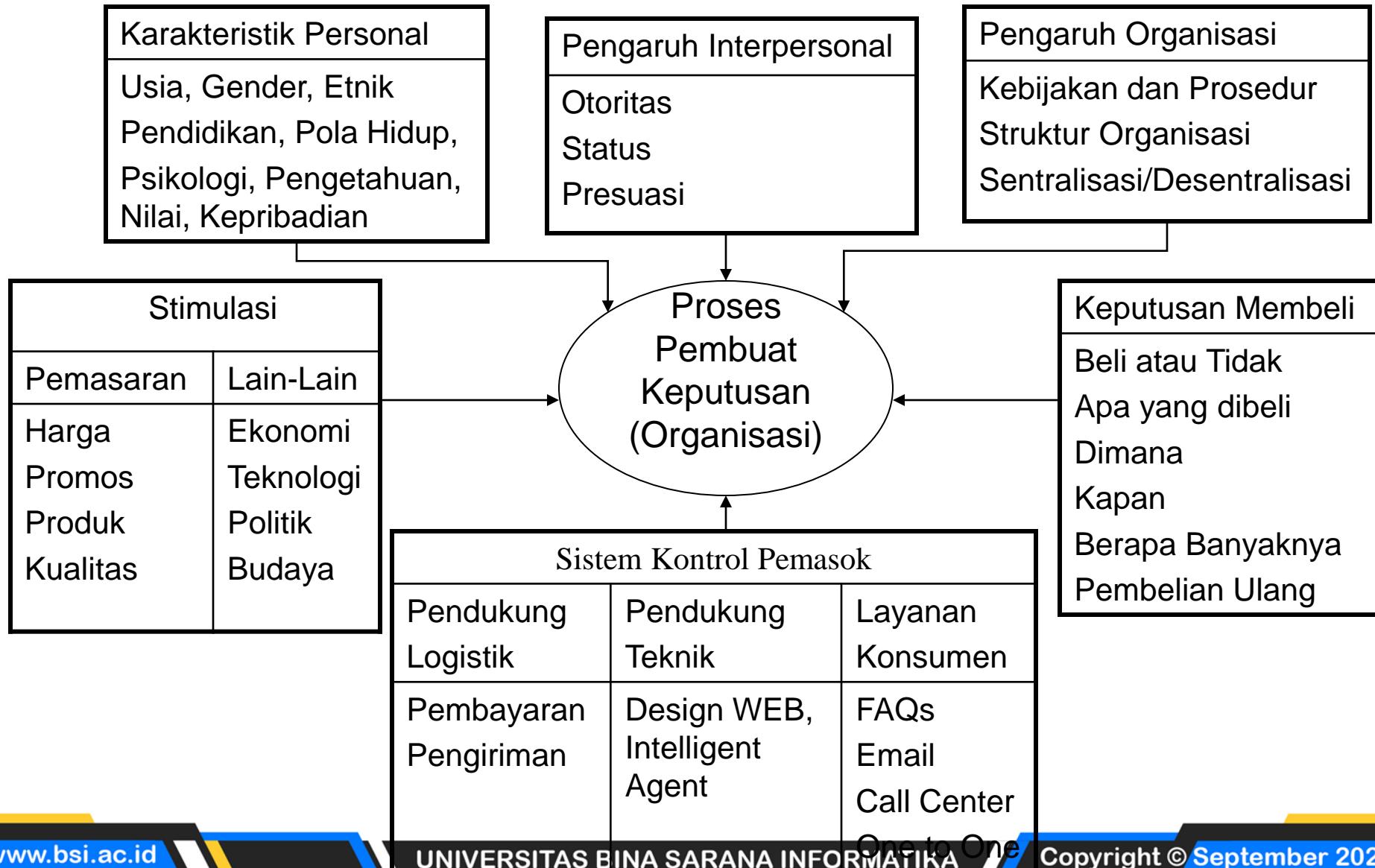
1. Seller controlled electronic marketplace
2. Buyer controlled electronic marketplace
3. Neutral electronic marketplace

PEMBUATAN KEPUTUSAN KONSUMEN E-BUSINESS SECARA PERORANGAN



PEMBUATAN KEPUTUSAN KONSUMEN E-BUSINESS

SECARA ORGANISASI



STRATEGI UNTUK MENGHADAPI KOMPETISI

1. Cost Leadership Strategy
2. Differentiation Strategy
3. Focus Strategy
4. Growth Strategy
5. Alliance Strategy
6. Innovation strategy
7. Internal efficiency Strategy
8. Customer Oriented Strategy

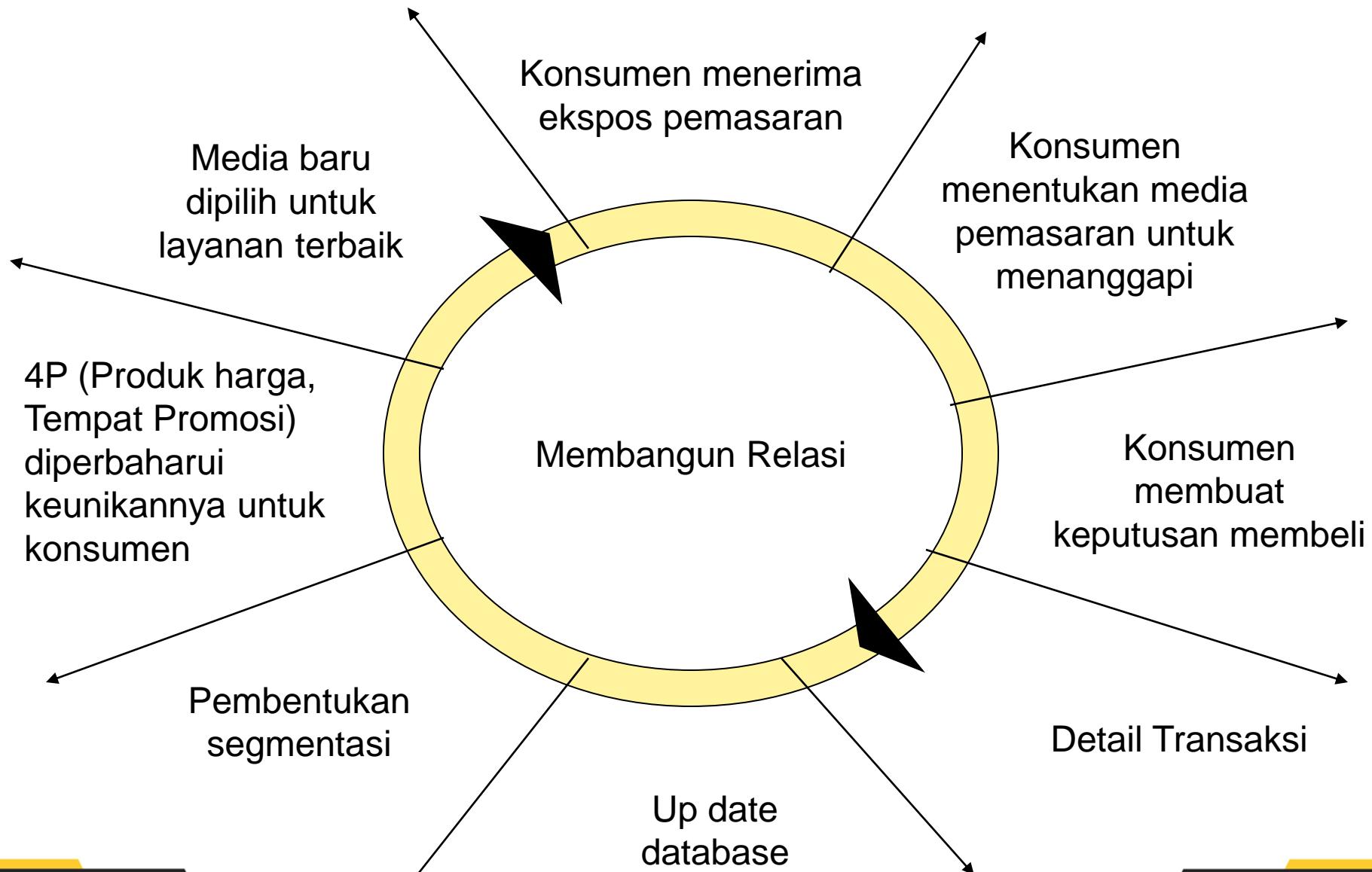
STRATEGI PEMANFAATAN TI

Strategi	Perusahaan	SI Strategis	Manfaat
Cost Leadership: TI Digunakan untuk mengurangi secara substansial biaya dan proses bisnis	Buy.com Priceline.com e-Bay.com	Penyusunan harga online Tawar menawar online Lelang online	Garansi harga termurah Pembeli ikut tentukan harga Pelelangan-pelelangan harga
Differentiation: TI digunakan untuk mengurangi keunggulan diferensiasi dari pesaing dan fokus terhadap produk dan layanan	AVNET.Marshall Rose Operating Values Consolidated Freightways	Konsumen/pemasok ke-Commerce Rancangan konsumen online Jalur pengiriman onlone	Meningkatkan pangsa pasar Meningkatkan pangsa pasar Meningkatkan pangsa pasar

Strategi	Perusahaan	SI Strategis	Manfaat
Growth: TI digunakan untuk mengelola ekspansi bisnis regional dan global	Citicorp Wal-Mart Toys"R"US inc	Internet Global Order merchandise lewat jaringan satelit global Penentuan jalur persediaan POS	Peningkatan dalam pasar global Pemimpin pasar Pemimpin pasar
Alliance: TI digunakan untuk membuat organisasi virtual dari rekan kerja bisnis dan mendukung strategi relasi bisnis	Wal-Mart/ Procter & Gamble Cisco Systems Airbone Express/ Rentrak.Corp	Penambahan persediaan secara otomatis oleh pemasok Aliansi manufaktur virtual Pengelolaan persediaan online/ penentuan jalur pengiriman	Pengurangan biaya/ peningkatan penjualan Pemimpin pasar cerdas Peningkatan pangsa pasar

Strategi	Perusahaan	SI Strategis	Manfaat
Innovation: TI digunakan untuk menciptakan produk dan layanan-layanan baru, mengubah proses bisnis dan menciptakan pasar baru	Charles Schwab & Co Federal Express Amazon.com	Discount online, stock trading Penentuan rute online dan manajemen Layanan online konsmen	Pemimpin pasar Pemimpin pasar Pemimpin pasar

MODEL PEMBANGUNAN RELASI



SETRATEGI MEMPERKENALKAN SITUS

1. Promosi On – Line

- E-mail optimizing
- Putting on search engine
- Build an impressive website
- Link-cooperation

2. Promosi Off – Line

- Tabloid – magazine
- Journal
- Newspaper
- billboard

MEMPERKENALKAN SITUS SECARA ON-LINE

1. Manfaatkan e-Mail secara efektif
2. Letakkanlah Uniform Resource Location (URL) dari situs tersebut di berbagai Search Engine
3. Buatlah sesuatu yang berkesan pada situs tersebut
4. Mengadakan kerjasama

Daftar Search Engine

Search Engine	URL
MSN	http://www.msn.com
Yahoo	http://www.Yahoo.com
Google	http://www.Google.com

MEMPERKENALKAN SITUS SECARA OFF-LINE

1. Tabloid atau majalah
2. Jurnal
3. Koran
4. Spanduk atau billboard



SENSIFITAS HARGA

1. Nilai yang unik
2. Subsitusi
3. Konsumen akan sangat peka terhadap pengeluaran total
4. Penyajian biaya
5. Harga
6. Persediaan produk sangat mempengaruhi elastisitas harga

TUGAS

- Buatlah kelompok maksimal 5 orang
- Mencari perusahaan yang sudah berkembang namun belum memanfaatkan teknologi internet guna menerapkan e-bisnis. Selanjutnya **rancanglah suatu konsep pembangunan e-bisnis bagi perusahaan tsb**
- Apa saja infrastruktur meliputi software dan hardware apa saja
- Analisa biaya, menyangkut biaya pengadaan infrastruktur yang dibutuhkan, biaya domain, hosting, setup engine, biaya akses internet, dsb
- Rancangan desain website, fokus pada ulasan manajemen konten dari website tersebut

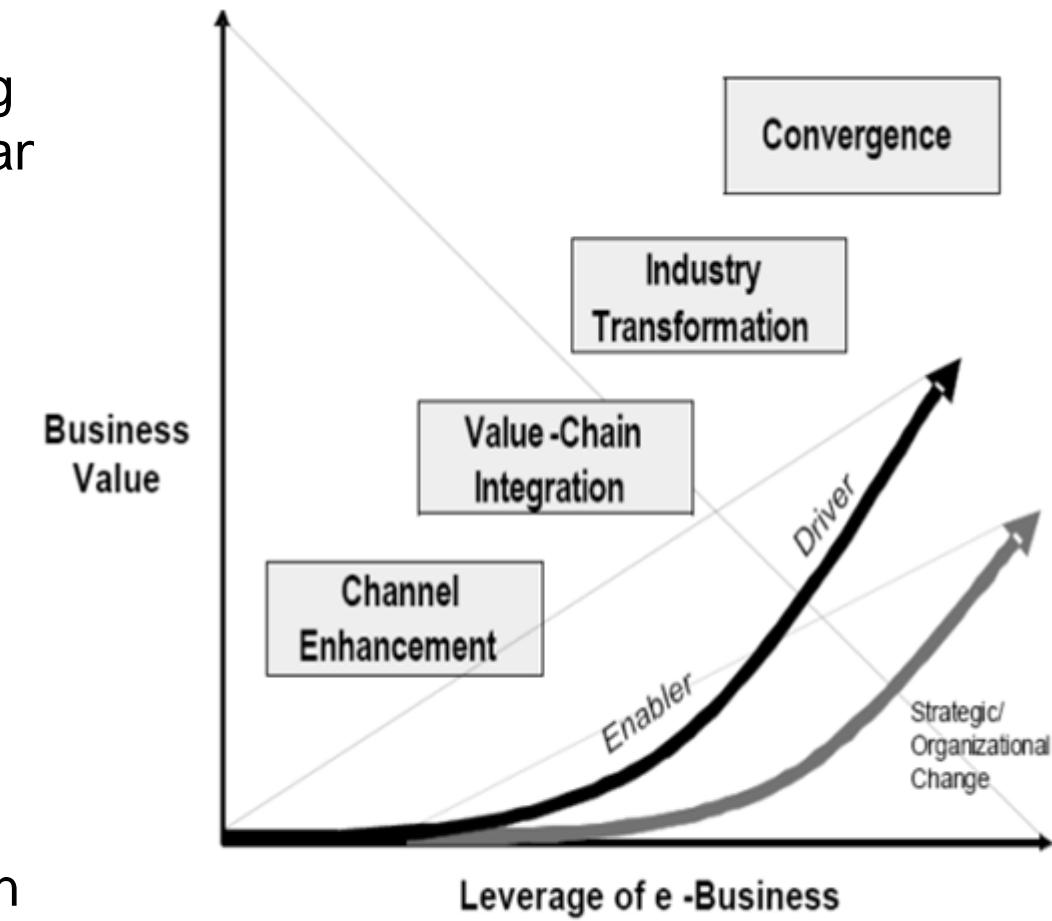
Evolusi e-Business

Pertemuan 5

Evolusi e-bisnis di dunia maya

Ada 4 tahapan evolusi yang dipergunakan sebagai bahan pijakan yaitu:

1. channel Enhancement
2. Value-Chaon 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 pelanggannya. 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 efisiensi 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 kekuatanya dan dapat memanfaatkan peluang e-bisnis yang akan ditawarkan oleh internet dan dunia maya. Tidak sedikit perusahaan yang pada akhirnya harus menggantung 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 dioutsourcekan ke perusahaan diindustri terkait.
- ▶ Perusahaan penjual lagu-lagu musik melalui kaset ataupun cd yang memiliki banyak sekali toko disetiap kota dapat dengan mudah mentrasformasikan 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 mendapatkanya

- ▶ 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

Konvergensi 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 berfungi sebagai kartu kredit dan kartu debet, dapat dipergunakan untuk menyimpan data riwayat kesehatan pasien yang akan secara langsung dihibbingkan 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 dipergunakan 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 mata-mata institusi tertentu di negara lain

Diagram Relasi E-Business

Pada dunia nyata, e-business bermula dari paket-paket aplikasi yang berisfat 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 dikategorikan menjadi 4 jenis



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 pelangan yang membutuhkan sebuah produk atau pelayanan tertentu

Berdasarkan dari pendekatan tersebut, maka pada bagian hilir akan dijumpai rangkaian proses yang menghubungkan sebuah perusahaan dengan para pelanggannya. 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 pemberian 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-produknya 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-Business

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

Ditinjau dari alat pembayarannya maka dapat dikelompokan 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.				

BUSINESS to CUSTOMER (B2C)

Pertemuan 6

Definisi B2C

“

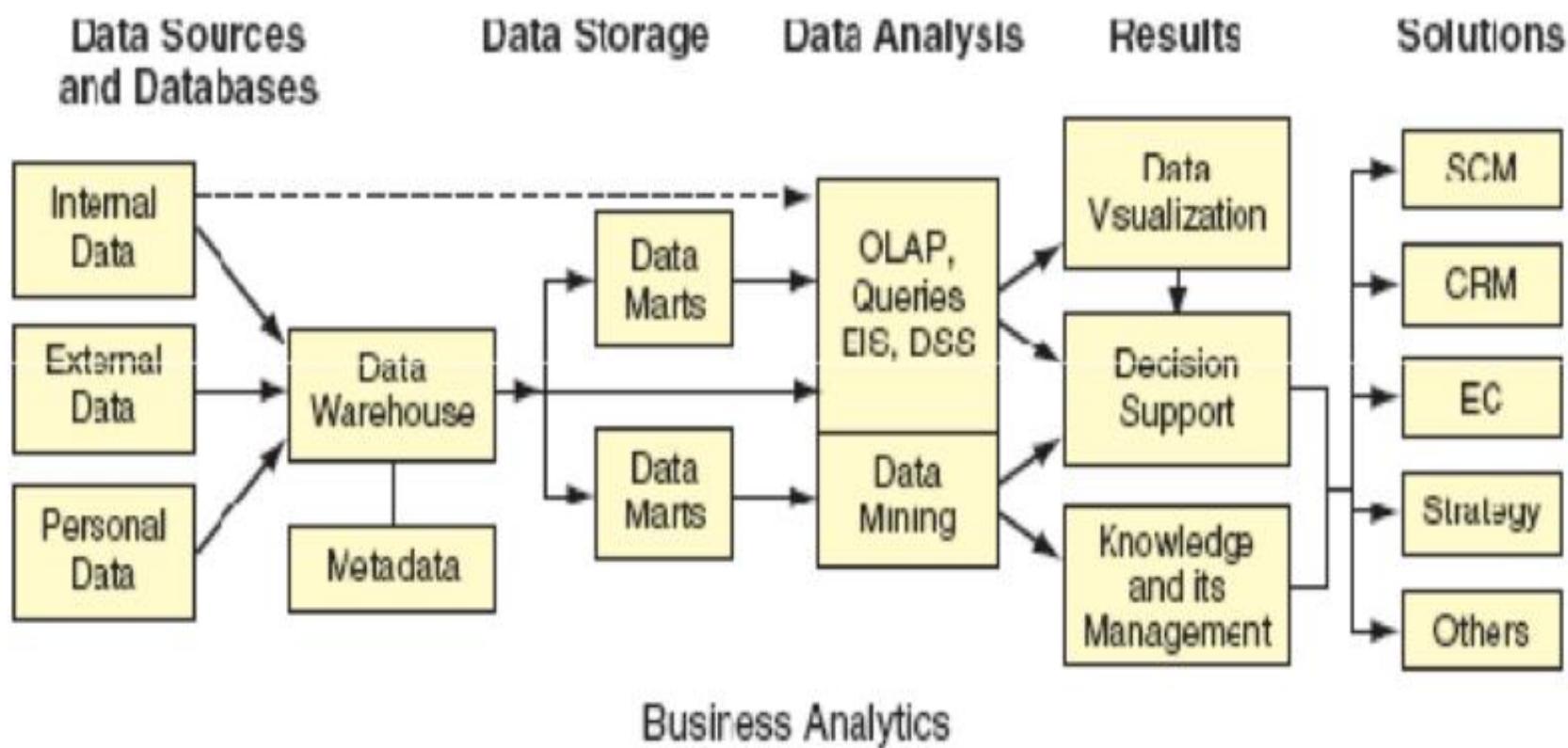
Kependekan dari Business-to-Consumer yang artinya sebuah proses yang terjadi apabila organisasi atau perusahaan menjual produk atau jasa kepada konsumen-nya melalui jaringan internet.

”

Definisi lain B2C

- **Bussines to Consumer** (B2C) merupakan transaksi ritel dengan pembeli individual
 - *Munir Fuady.*
- **Bussines to Consumer** (B2C) juga dapat berarti mekanisme toko *online* (*electronic shopping mall*) yaitu transaksi antara *e-merchant* dengan *e-customer*
 - *Onno W. Purbo.*

Data Life Cycle



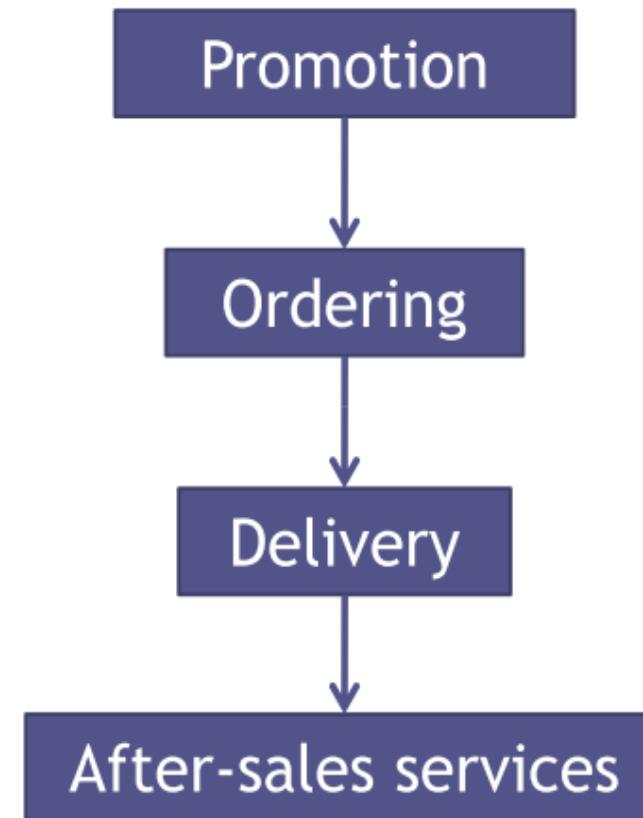
B2C memiliki karakteristik sebagai berikut

- Terbuka untuk umum, dimana informasi di sebarkan ke umum
- Servis yang diberikan bersifat umum (generic) dengan mekanisme yang dapat digunakan oleh khalayak ramai. Sebagai contoh karena sistem web sudah umum digunakan maka servis diberikan dengan menggunakan basis web
- Servis diberikan berdasarkan permohonan (on demand). Consumer melakukan inisiatif dan produser harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan.
- Pendekantan clien/server sering digunakan dimana diambil asumsi client(consumer) menggunakan sistem yang minimal (berbasis web) dan processing (business procedure) diletakan di sisi server
- Transaksinya sederhana dan tidak terlalu sering terjadi
- Nilai transaksi yang terjadi relatif kecil

Perkembangan B2C

- Pada awalnya internet belum menyediakan layanan untuk bertransaksi bagi konsumen
- banyak usaha yang dilakukan tetapi tidak berjalan baik dan tidak berhasil
- Pada tahun 1984 diciptakan sistem transaksi perbankan secara online oleh AT&T tetapi tidak berhasil dikarenakan infrastruktur belum memadai.
- pada tahun 2000 diperkenalkan situs belanja online yang bernama amazone.com setelah diluncurkan amazon.com mulai saat itu banyak bermunculan situs-situs transaksi online yang mengusung prinsip B2C

Aktifitas B2C



Promosi

- Sampai pada tahun 2004 alokasi dana perusahaan rata-rata untuk iklan di internet sampai sebesar 8%
- Format: baner, buttons, rich-media baneer(flash & aplikasi lain)
- Keuntungan dari promosi yaitu:
 - ❑ Interaktif, user memegang kendali
 - ❑ Lebih fokus
 - ❑ Berbasis komunitas, user bisa langsung memberikan komentar
- Kerugian dari promosi yaitu:
 - ❑ Masih kalah efektif dengan banner besar dikoran
 - ❑ User yang tidak bisa dikendalikan

Ordering

- Situs dengan tipe commerce-oriented menyediakan layanan lengkap, mulai dari akses ke database produk, pemesanan sampai pengiriman
- Prinsip dari ordering adalah 3C yaitu
 - ❑ Content-oriented contohnya situs-situs universitas
 - ❑ Commerce-oriented contohnya amazone.com
 - ❑ Community-oriented contohnya kaskus.us

Delivery

Pengiriman dibagi 2 jenis yaitu

- Pengiriman dapat melalui intenet seperti menggunakan software, e-book, multimedia
- Pengiriman secara fisik contohnya cd/dvd, buku, kaset/video-tape

After sales service

- melalui email, internet, messenger, bulletin board/forum. Selain itu after-sales service
- menggunakan berbagai teknologi terbaru seperti CRM, Data mining tool, Sistem terintegrasi yang berbasis pelanggan.
- Berdasarkan survei yang dilakukan 90% pelanggan lebih menyukai pelayanan berbasis telefon

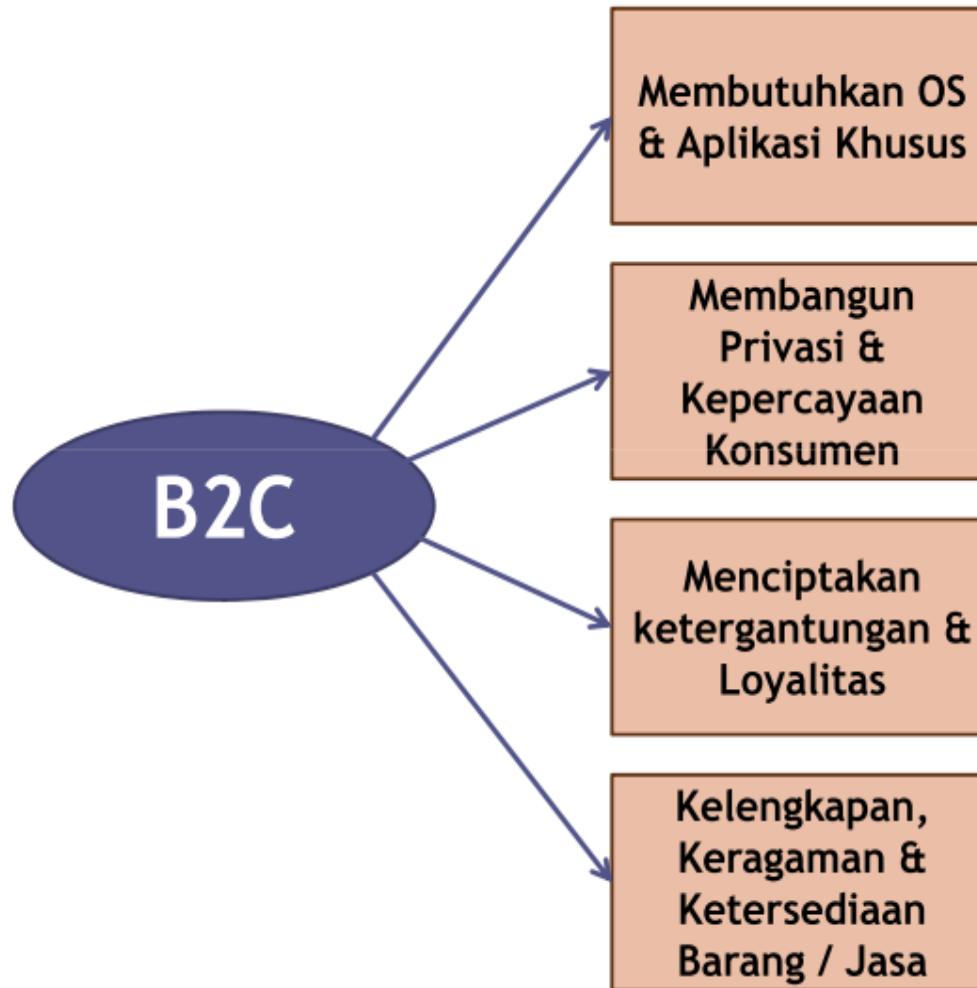
Bisnis Proses B2C

- Bisnis proses pada B2C menjelaskan dasar-dasar dari kerangka kerja sebuah bisnis yang terkenal dengan istilah 2W1H yaitu
 - ❑ Who : segmentasi pasar
 - ❑ What : layanan / produk yang ditawarkan
 - ❑ How : bagaimana cara kerjanya

Contoh bisnis proses ebay.com

- ❑ Who : siapapun
- ❑ What: produk apapun
- ❑ How: pertukaran barang dengan cara lelang
- ❑ Nilai bisnis bernilai efisiensi
- ❑ Kelebihan: harga yang murah dan pilihan yang beragam

Tantangan utama dalam B2C



Pelayanan B2C

- Memuat contoh produk yang dijual beserta informasi-informasinya
- Melakukan transaksi penjualan barang
- Melakukan transaksi pembayaran barang
- Melakukan transaksi pengiriman barang
- Membuat berita-berita terbaru tentang produk
- Menginformasikan lokasi penjualan dan pelayanan
- Memberikan service secara lengkap

Produk B2C

- Produk digital, seperti lagu, album, film program komputer dan update dan jasa
- Produk fisik, pejual dapat membuat melalui internet namun pengiriman harus diatur. Perkembangan surat pribadi/perusahaan pengiriman barang secara tidak langsung membantu penjualan e-commerce
- Kunci perbedaan antara produk digital dan fisik adalah bahwa produk digital dapat dikonsumsi sesegera mungkin setelah diunduh

Klasifikasi B2C

1. Auction store

Layanan ini sebagai tempat untuk memberikan pelayanan dalam bidang perdagangan. Misalnya untuk pengiklanan produk perusahaan dan cara pembayaran dsb. Sehingga dapat kita ketahui menggunakan layanan kita dapat memaksimalkan keuntungan yang ingin kita capai karena penawaran yang sangat banyak dari berbagai negara contohnya www.ebay.com



Welcome! Sign in or register.

Buy Sell My eBay Community Help

Contact us | Site Map

All Categories

Search

Advanced Search

Categories ▾ Motors Stores Daily Deal

eBay Security &
Resolution Center

Zero Bids on Home

Pampered Chef



Roomba



WÜSTHOF



All-Clad



Yankee Candles



Le Creuset



Shop your Favorite Categories

Antiques

Art

Baby

Books

Business & Industrial

Cameras & Photo

Cars, Boats, Vehicles & Parts

Cell Phones & PDAs

Clothing, Shoes & Accessories

Coins & Paper Money

Collectibles

Computers & Networking

Crafts

Dolls & Bears

DVDs & Movies

Electronics

Entertainment Memorabilia

Gift Certificates

Health & Beauty

Home & Garden

Jewelry & Watches

Music

Musical Instruments

dailydeal

Great deals for today only—
plus free shipping!



Edge Mark 2 Blade Electrician
Knife

\$5.00 (67% off)

\$14.99 MSRP.
Save \$9.99
Free Shipping

Show me

Go to all

Ready to
shop and save?

Sign in

New to eBay?
Sign up for eBay today!

>> Register

Only on eBay The coolest, wildest, and most watched

Motors



Beaver Patriot Thunder 425hp Double Si...

and so much more



\$76,600.00

1d 16h



Buy genuine Microsoft®
Read the Buying Guide—
know what to look for



Global Buying
Ship to your country!
Go

Buy It Now for Halloween

Tonight's costumes for kids

Thousands of new cars,

2. Online stores

Layanan ini tempat untuk menjual/membeli secara digital dengan memilih, memesan barang lewat intenet tanpa harus bertatap muka dengan penjual secara langsung maupun barang yang ingin dibeli, contohnya www.tokopedia.com

Login

Email

Password

Remember me

Register **Login**

[Click here for secure login](#)

- Featured Shop**
- MHDelttern Dc.**
selling: Kaos, ikat, aksesoris, Sepatu
 - Aneka Parfum**
selling: Parfum KW SUPER
 - Rumahkuhar**
selling: body butter, Lulur Bali A
 - FourteenStore**
selling: Jam tangan
 - Anonymish Accessories**
selling: aksesoris, Tas, gelang, anting, Kalung, handmade
- [Show All](#)

- Belanja di Tokopedia**
- Mengapa & Bagaimana?**
 - Langkah-langkah berbelanja**
 - Cara Pembayaran**
 - Refund & Withdrawal**
- Jualan di Tokopedia**
- Mengapa & Bagaimana?**
 - Langkah-langkah berjualan**
 - Ketentuan upload produk**
 - Withdrawal**

Product

**Minal Aidin Wal Faidzin.
Mohon Maaf Lahir Batin.
Selamat Hari Raya Idul Fitri 1430 H**



Libur Lebaran

Menyambut hari raya idul fitri, sehubungan dengan Bank, kurir pengiriman, termasuk pihak perusahaan Tokopedia yang libur lebaran, untuk transaksi pada tanggal 18-25 September diberikan toleransi pengiriman hingga pada tanggal 26-29 September. Bantuan penundaan diberikan maksimum 3 hari. Untuk proses withdrawal & refund akan tetap berjalan dengan mengikuti ketentuan operasional Bank.



**BUKA TOKO ONLINE
PRAKTIS DAN GRATIS**



**BELANJA LEbih NYAMAN
TRANSAKSI LEbih AMAN**



**BELANJA GA BELANJA
YANG PENTING NGUMPUL :)**



Pengalaman itu pun alhinya ada...

Batik sebagai warisan budaya bangsa alhinya mendapatkan pengalaman nya, yang akan diresmikan dan diresmikan oleh UNESCO tanggal 2 Oktober nanti. Tidak punya batik sebelumnya? Tokopedia memiliki bazaar gerai batik dengan ratusan produk dan harga bersaing yang siap menggantikan kebutuhan dan memenuhi kebutuhan Anda.

Jadi, tunggu apa lagi? Segera berburu batik di Tokopedia, dan manfaat bersama-sama menjadi warga negara yang bangga akan budayanya sendiri.

Batik, Produk Indonesia



Jilbab Batik Solo
Rp 50.000,-
Toko Batik Solo



Busana Batik Wanita
Rp 80.000,-
Toko Batik Solo



Tas Batik Solo
Rp 50.000,-
Toko Batik Solo



Tas Batik Perca
Rp 42.500,-
Pasar Klewer



Modelna Batik (Merah)
Rp 140.000,-
JavaDots



**Daster Batik Kencana
Ungu Teluk Kerut**
Rp 35.000,-
Pasar Klewer



**Daster Batik Kencana
Ungu Dewi**
Rp 35.000,-
Pasar Klewer



**Daster Batik Kencana
Ungu Ling-Ling**
Rp 35.000,-
Pasar Klewer

[View all](#)

Advertise



Sabagai Pemenang Bubu Award v06

Tokopedia ikut berpartisipasi dalam "The Rise of Digital Era" dari tema Bubu Awards



Sabagai Finalis Indonesia ICT Award 2009

Tokopedia dikembangkan dengan semangat "kreatifitas Digital untuk Membangun Bangsa" dari tema Indonesia ICT Award 2009



Mustampil disini gratis?

Bangun etalase toko anda semenarik mungkin, jika toko online Anda terpilih sebagai 100 etalase terbaik Tokopedia dan bisa nampang gratis disini sepanjang tahun.

3. Online services

- Layanan ini tempat untuk meminta informasi dan servis lain dari perusahaan dengan cepat dan mudah atau dapat melakukan proses jual beli, misalnya jasa tiket perjalanan, jasa servis dan lain-lain. Contohnya www.blitzmegaplex.com dan airasia.com

Now with 3 months
of deals

GREAT RATES for a broad range of hotels, motels, apartments, resorts and bed & breakfasts around the world. Book last-minute accommodation specials or great deals in advance.

Find all accommodation in:

1. Country

Argentina
Australia
Austria
Belgium

2. Destination

Sydney
Sydney CBD
Melbourne
Melbourne CBD
Brisbane
Gold Coast
Sunshine Coast
Adelaide
Perth
Canberra
Darwin
Hobart
NSW

(browse all)

All Days Weekends (Fri-Sun) From: Sat 26 Sep 2009 

GO 

Advanced options

Property type 

Room type 

Min. rating 

Just one night?

Max. price per night:

Australian Dollars 

Hotel name:

Restaurant

Fitness Centre

Broadband Internet

Kitchenette

Balcony

Satellite Cable TV

Pool

24hr front desk

In-room Spa

[Terms & conditions](#) | [Privacy](#) | [Security](#) | [Feedback](#) | [Help](#)



[wotif](#) | [A-Z](#) | [Browse All Destinations](#) | [Popular Searches](#) | [Popular Destinations](#)

[Sydney Hotels](#) [Melbourne Hotels](#) [Brisbane Hotels](#) [Adelaide Hotels](#) [Perth Hotels](#) [Gold Coast Accommodation](#) [Sunshine Coast Accommodation](#) [Auckland Hotels](#) [New Zealand Hotels](#) [Bangkok Hotels](#) [Phuket Hotels](#) [Malaysia Hotels](#) [Hong Kong Hotels](#) [Singapore Hotels](#)



beyond movies

SEARCH SITE

HOME | TICKETS | SCHEDULE | EVENTS & PROMOS | BLITZCARD | BLITZNEWS | ABOUT | STORE



club blitzcard

Register your blitzcard here.
Check your balance,
connect with other blitzcard
members

BLITZCARD #:

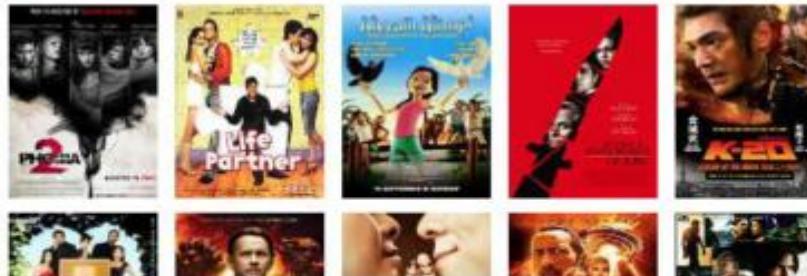
PIN #:

[LOGIN](#) | [REGISTER](#)

BLITZ THIS WEEK:
28-September | PROMO APA YANG
KAMU ..
28-September | Pemenang Weekly
Quiz..
24-September | Sneak Preview akhir ..
23-September | Perubahan harga di b..
19-September | Pemenang Weekly
Quiz..

Subscribe NOW to
Our FREE Newsletter
and Promo 

BLITZ TODAY



4. Other services

- Layanan ini yang menyediakan fasilitas untuk penjualan produk dan jasa diluar klasifikasi yang sudah diberikan sebelumnya, contohnya www.kaskus.us dan www.facebook.com

KASKUS THE LARGEST INDONESIAN COMMUNITY

Interested to Advertise ?

Hot Categories: Headphone & Accessories | Computer & Notebook | Gadget | Video Games | Paketan | Flora & Fauna | Sports | Camera | Tagi | Perkakas | more categories

KASKUS DONATUR

Keuntungan menjadi Donatur Kaskus:
 - Mendapat tag Donatur selama masa singgah di kaskus
 - Mendapat hadiah yang memukau dari sponsor
 - Bisa mengikuti acara yang mendukung DPKPPIF di seluruh Indonesia
 - Dapat ikut forum khusus Donatur

JOIN? KLIK DI SINI!

< > Gelar Online Trading MONEV BNPB '09, Komisi Rendah Raib Piercy New E Class, Harley Davidson, total prize

REVIEW: Nokia E52.

Nokia phone ini merupakan pilihan yg sesuai dan menjadi tidak ukur standar sebuah mobile phone business value - dimana kita membutuhkan untuk harga Nokia E series entry level tapi mendapatkan sebuah smartphone dengan kualitas yg diatas rata-rata.
 Tampi...

SELL NOW

Punya barang untuk dijual?
 Post sekarang!

SELL NOW

Lihat Now | FAQ FAQ

Lagi nyari barang tertentu?
 Post sekarang!

POST WANTED ITEMS

Pilih Kategori BARANG

- Antik
- Art & Design [+]
- Baby & Kids Stuff [+]
- Bisnis, Industry & Supplier [+]
- Buku [+]
- Camera & Aksesoris [+]
- CD & DVD [+]
- Collectibles [+]
- Computer [+]
- Elektronik [+]
- Face & Body Care
- Fashion & Mode [+]
- Flora & Fauna [+]
- Food, Drink & Medicine [+]
- Furniture
- Hardware & Tools
- Kerajinan Tangan
- Musical Instrument
- Otomotif [+]
- Peralatan Kantor [+]
- Peralatan Rumah Tangga [+]
- Perhiasan & Jam Tangan
- Property [+]
- Services [+]
- Sports Equipment
- Ticket Events
- Tour & Travel
- Toys & Hobbies [+]
- Video Games
- Readme
- Review
- Others [+]
- Feedback dan Testimonial [+]

THREAD TERAKHIR: WTB - alat kerja - WTS - alat kerja

WTS Camera & Aksesoris (Today, 02:25 PM)
 Nikon: FM2N + 25-70mm & F90 + 35-80mm + MB10 + MF28.

WTS Women Stuff (Today, 02:25 PM)
 Jual cardigan, 2nd stuff or new stuff harga MURMER....

WTS Handphone & PDA (Today, 02:25 PM)
 +++ BANDAR BLACKBERRY Brand New Garansi Resmi / OJPT POSTEL PER

WTS Musical Instrument (Today, 02:25 PM)
 Gitar Ibanez hasil prakaryaku & Dimerrio Q'activator set new

WTS Movies (Today, 02:25 PM)
 Lepak DVD Handmade Kalir Ume Kualitas Super Harga Kekuaser 4R&DVD

WTS Fauna (Hewan) (Today, 02:23 PM)
 can kandang hamster murah 2 singkat

WTS Video Games (Today, 02:23 PM)
 Game XBOX360 ORI SEQUEL/2nd/condisi 95%, REG ASIA

WTS Sound, Graphics & Video Card (Today, 02:23 PM)
 VGA Card PCI bisa bukan PCI-Express yah..

WTS Fauna (Hewan) (Today, 02:23 PM)
 akurnum dari plastik (gas lupa namanya)(surabaya)

WTS Handphone & PDA (Today, 02:22 PM)
 Lcd nokia 3250

KASKUS FJB HOT SEARCH



Snowbelle's Butiq II PROMO CASIO CUMA TINGGAL 1 HARI LAGIII!! BURUAN ORDER SBLM KEHABISAN! <http://www.facebook.com/album.php?aid=27&id=100000126210592> for order sms 081809231923... happy shopping ^.^ 3 hours ago

Wall Info Photos

Photos of Snowbelle's 184 photos

[View Comments](#)

1 2 3 4 5 Next



Create an Ad

Fiorentina vs Liverpool



Masukkan Prediksi Anda di IndoTipster Quiz dan menangkan Blackberry GEMINI, Blackberry CURVE dan 18 HP NOKIA, 100% GRATISSS.

Like

Batik, Proudly Indonesia



E-Government

Pertemuan 9

Definisi

“

*Layanan dan pengiriman informasi elektronik
yang diberikan oleh pemerintah 24 jam sehari, 7
hari seminggu.* – Norris D.F., Fletcher

”

e-Readiness

- ***Connectivity:*** apakah jaringan sudah tersedia secara luas dan dengan harga yang terjangkau?
- ***Information Security:*** apakah jaringan dan tempat penyimpanan data sudah bisa dipastikan aman?

Tahapan e-Government

- **Implementasi:** memperkenalkan kemunculannya pd masyarakat
- **Pengembangan:** situs pemerintahan bertambah, informasi menjadi semakin dinamis
- **Interaktif :** user bisa mengunduh form, berkomunikasi melalui email maupun real-time chat
- **Transaksional:** user bisa membayar layanan secara online
- **Full-electronic:** e-government sudah terintegrasi di seluruh sektor pemerintahan

Prinsip e-Government

- Membangun layanan terhadap masyarakat
- Membuat pemerintah dan layanan-layannya lebih mudah untuk diakses oleh masyarakat
- Memberikan solusi terhadap isu-isu sosial
- Menyediakan informasi-informasi yang bermanfaat bagi masyarakat
- Penggunaan sumberdaya pemerintah secara efektif dan efisien

Tujuan Implementasi e-Government

- Meningkatkan mutu layanan publik melalui pemanfaatan teknologi IT dalam proses penyelenggaraan pemerintahan
- Terbentuknya pemerintahan yang bersih, transparan, dan mampu menjawab tuntutan perubahan secara efektif
- Perbaikan organisasi, sistem manajemen, dan proses kerja kepemerintahan

Sasaran Pembangunan e-Government

- Pembentukan jaringan informasi dan transaksi pelayanan publik yang berkualitas dan terjangkau
- Pembentukan hubungan interaktif dengan dunia usaha untuk meningkatkan dan memperkuat kemampuan perekonomian menghadapi perubahan dan persaingan perdagangan internasional
- Pembentukan mekanisme komunikasi antar lembaga pemerintah serta penyediaan fasilitas bagi partisipasi masyarakat dalam proses kepemerintahan
- Pembentukan sistem manajemen dan proses kerja yang transparan dan efisien serta memperlancar transaksi dan layanan antar lembaga pemerintah

Menuju e-Government



Transformasi

- Manajemen Perubahan
- Perubahan Budaya Kerja
- Perubahan Proses Kerja
- SOP dan Kebijakan Politik
- Peraturan dan Perundangan
- Leadership

Pemanfaatan ICT

- Penggunaan Internet
- Penggunaan Infrastruktur Telematika
- Penggunaan Sistem Aplikasi
- Standarisasi Metadata
- Transaksi Elektronik
- Electronic Data Interchange
- Electronic Documentation

Menuju e-Government

Beberapa contoh fungsi kepemerintahan yang penyelenggarannya dapat dibantu melalui sistem elektronik adalah:

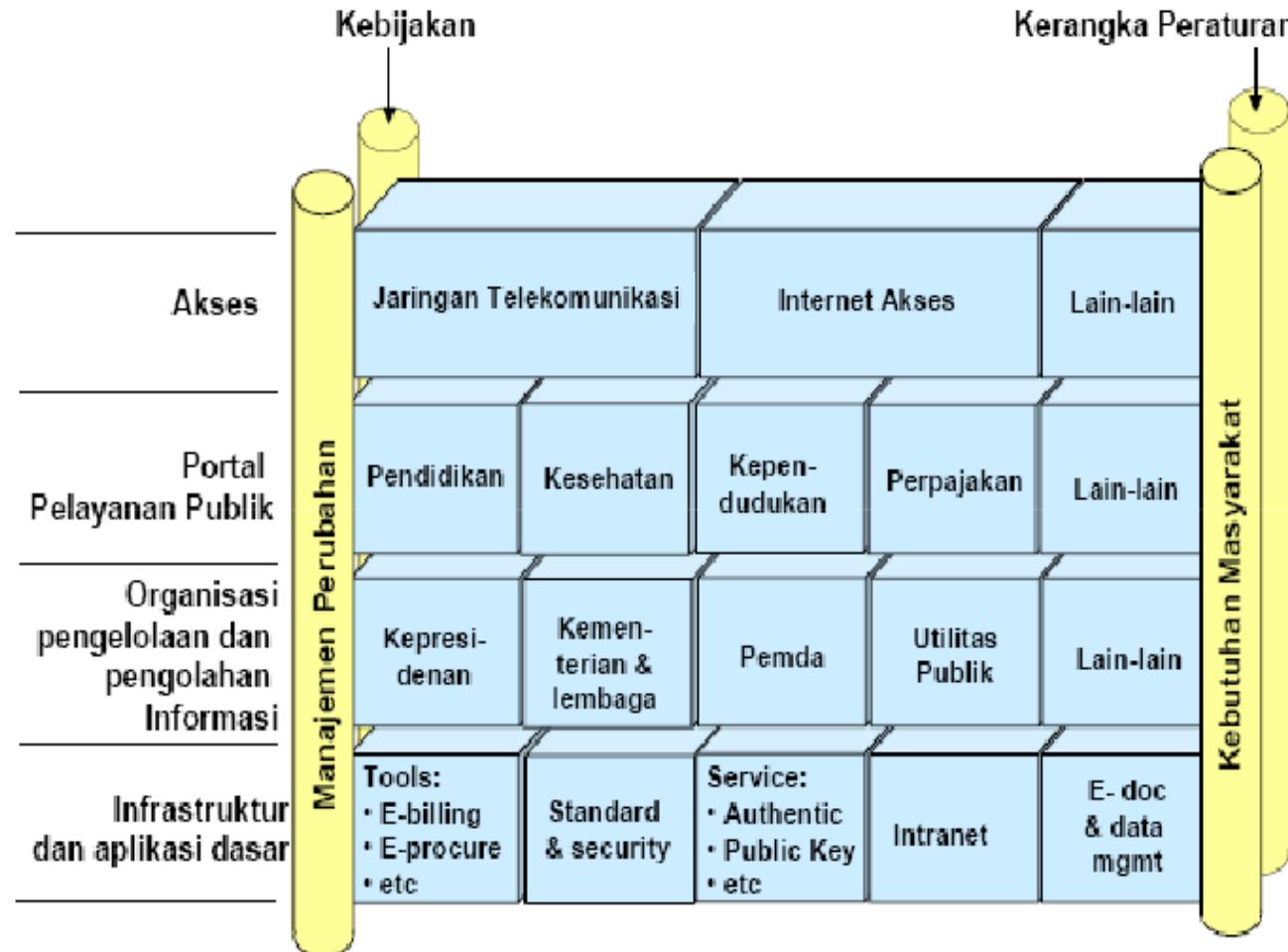
- Pelayanan Masyarakat
- Kepegawaian
- Keuangan Daerah
- Pengelolaan Aset
- Dan sebagainya

Kerangka Arsitektur e-Government

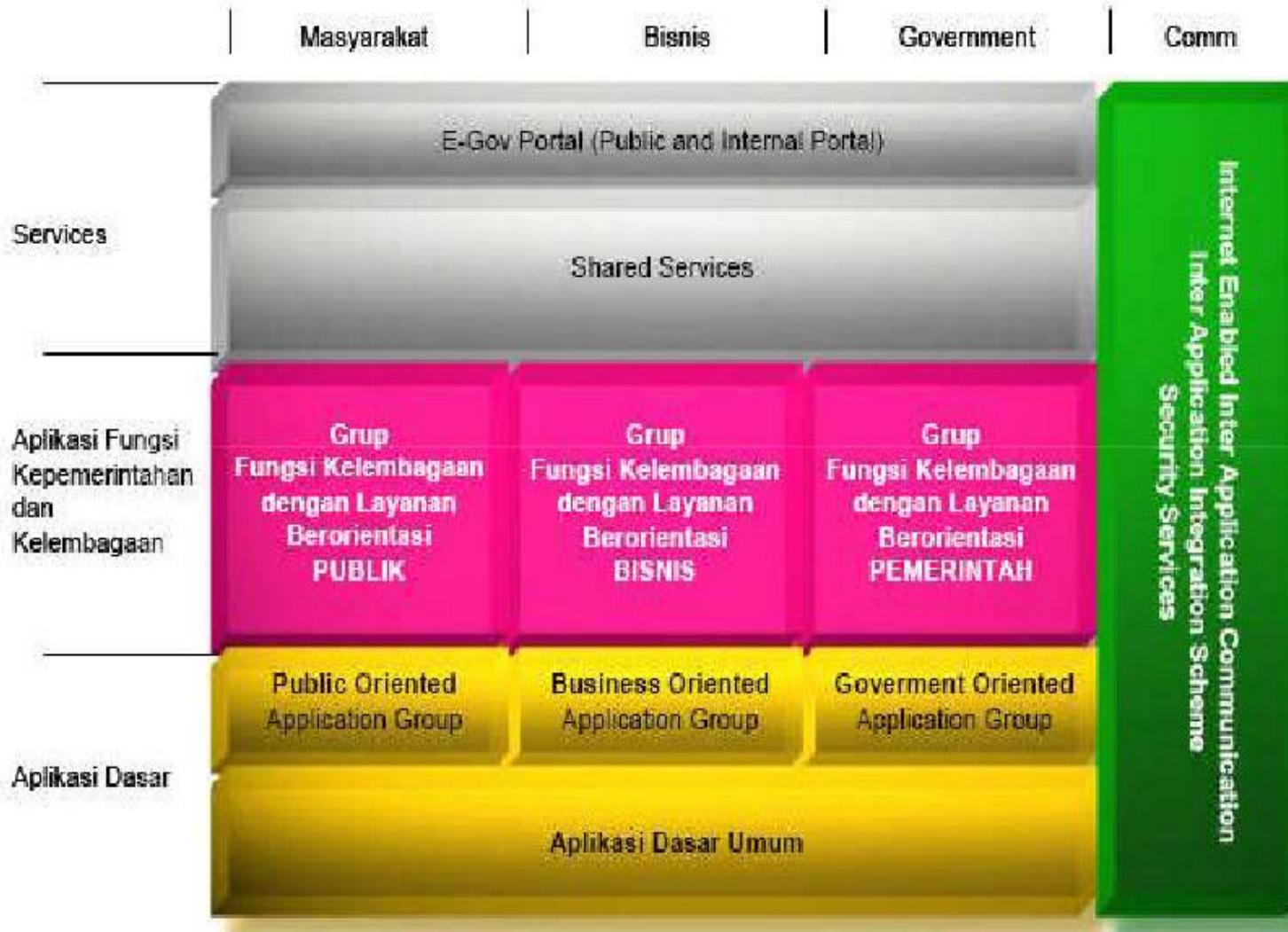
Salah satu kata kunci e-Government adalah pemanfaatan ICT. Ini artinya bahwa akan ada unsur-unsur ICT seperti sistem aplikasi, sistem infrastruktur, jaringan telematika dan lain-lain yang dipakai dalam proses penyelenggaraan pemerintahan. Beberapa hal mendasar tentang pemanfaatan ICT ini berkaitan dengan:

- Penggunaan Internet
- Penggunaan Infrastruktur Telematika
- Penggunaan Sistem Aplikasi
- Standarisasi Metadata
- Transaksi dan Pertukaran Data Elektronik
- Sistem Dokumentasi Elektronik

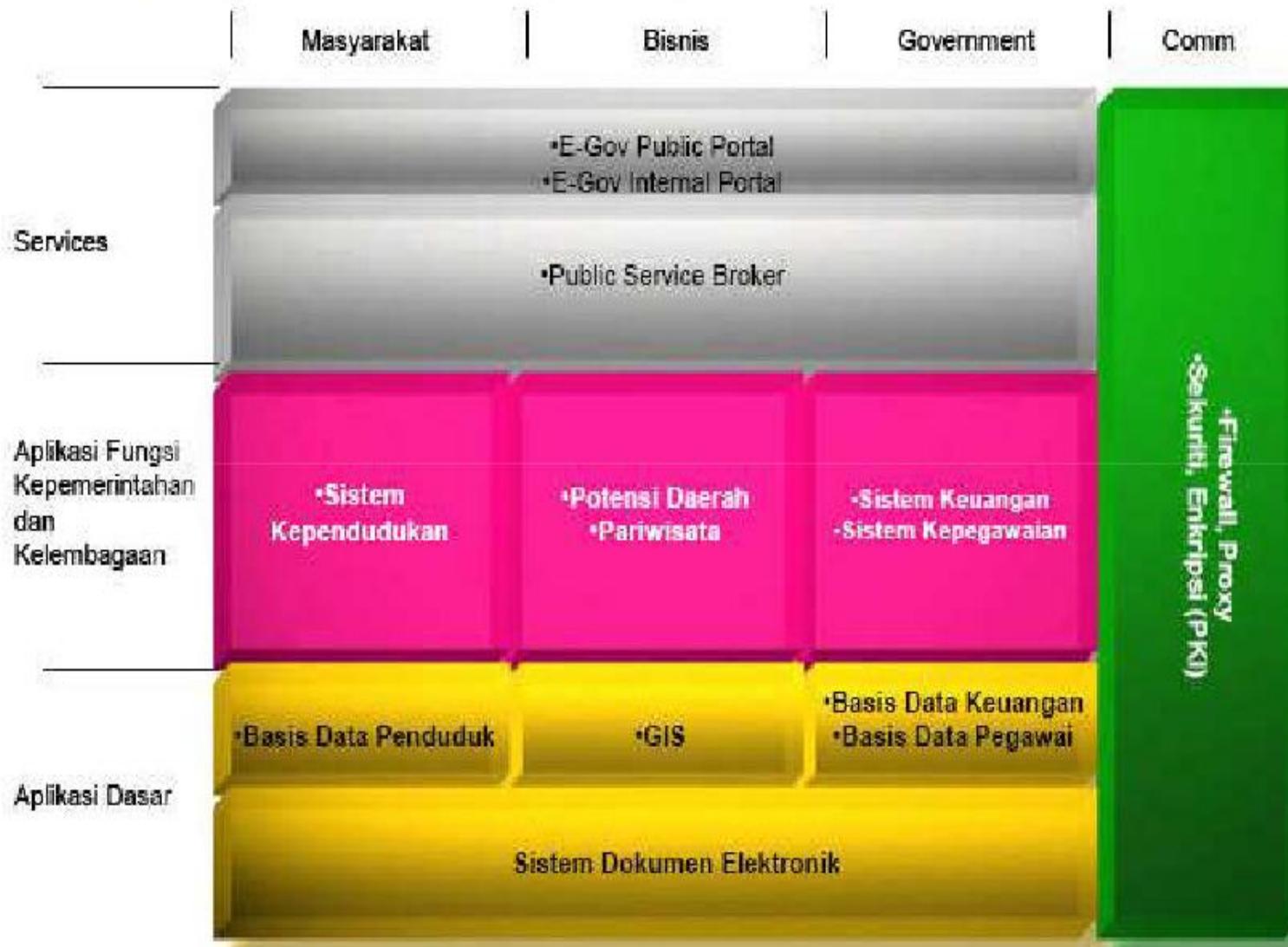
Kerangka Arsitektur e-Government



Aplikasi e-Government



Contoh Aplikasi e-Government



Kelompok Sistem

- Kelompok sistem aplikasi e-Government yang orientasi fungsinya melayani kebutuhan dan kepentingan masyarakat (**G2C: Government To Citizen**)
- Kelompok sistem aplikasi e-Government yang orientasi fungsinya melayani kebutuhan dan kepentingan kalangan bisnis (**G2B: Government To Business**)
- Kelompok sistem aplikasi e-Government yang orientasi fungsinya melayani kebutuhan internal lembaga kepemerintahan, atau kebutuhan dari pemerintah daerah lainnya (**G2G: Government To Government**)

Aplikasi e-Gov Pemerintah Daerah



Pelayanan



Adm&Mgmt



Legislasi



Pembangunan



Keuangan



Kepagawaian

Kependudukan

Perpajakan
dan Retribusi

Pendaftaran
dan Perijinan

Bisnis
dan Investasi

Pengaduan
Masyarakat

Publikasi
Info Umum dan
Kepemerintahan

Surat
Elektronik

Sistem
Dokumen
Elektronik

Sistem
Pendukung
Keputusan

Kolaborasi
dan Koordinasi

Manajemen
Pelaporan
Pemerintahan

Sistem
Administrasi
DPRD

Sistem
Pemilu Daerah

Katalog
Hukum, Peraturan
dan Perundangan

Sistem
Informasi
dan Manajemen
Data

Perencanaan
Pembangunan
Daerah

Sistem
Perencanaan
Proyek

Pengelolaan
Dan Monitoring
Proyek

Sistem
Evaluasi & Info
Pembangunan

Sistem
Anggaran

Sistem
Kas dan
Perbendaharaan

Sistem
Akuntansi
Daerah

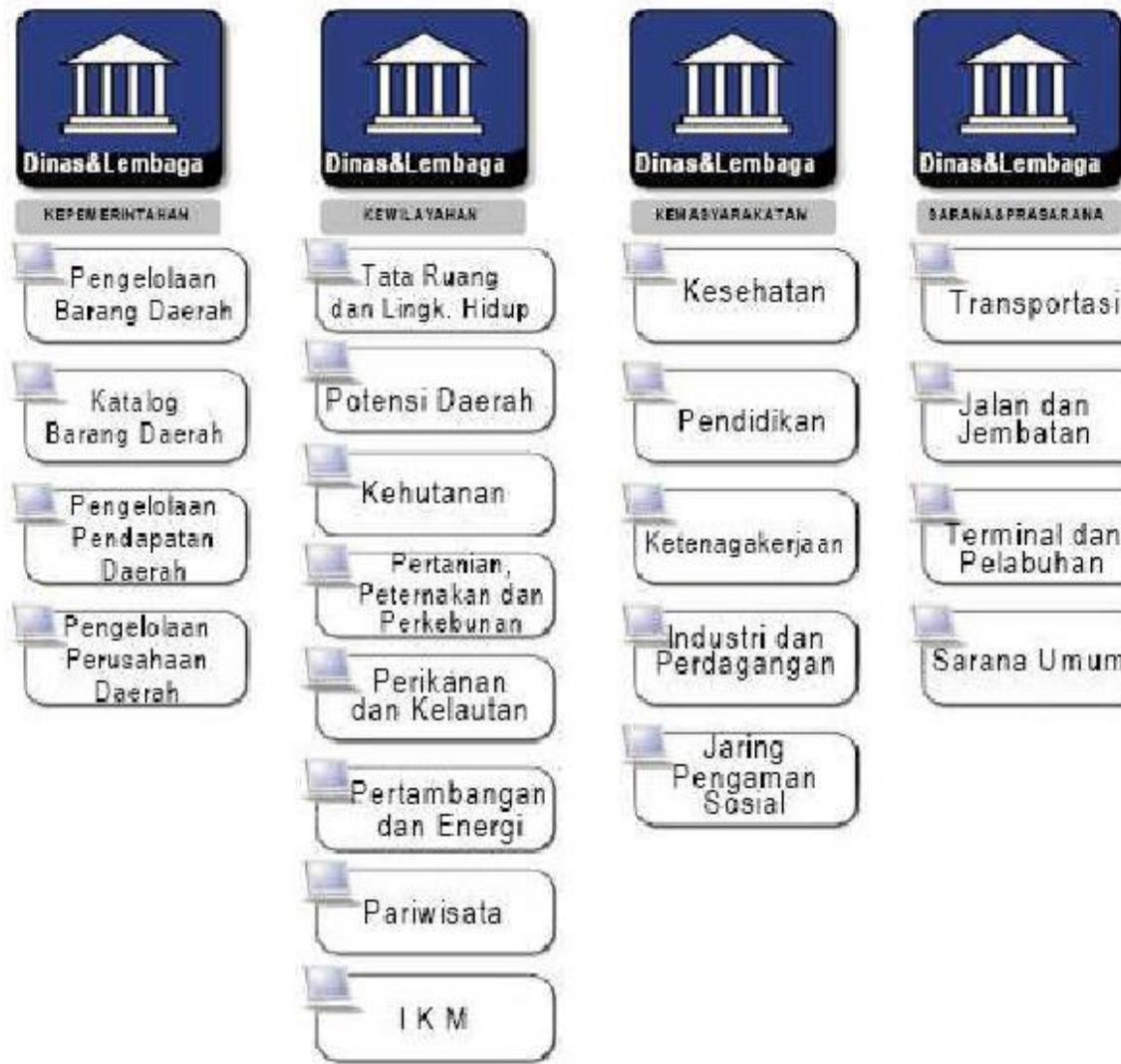
Pengadaan
PNS

Sistem
Absensi&
Penggajian

Sistem
Penilaian
Kinerja PNS

Sistem
Pendidikan&
Latihan

Aplikasi e-Gov Pemerintah Daerah



Hambatan e-Government

- **Kultur Berbagi Belum Ada**

Kultur berbagi (*sharing*) informasi dan mempermudah urusan belum terbiasa di kalangan masyarakat Indonesia. Banyak oknum yang menggunakan kesempatan dengan mempersulit mendapatkan informasi ini.

- **Kultur Mendokumentasi Belum Lazim**

Salah satu kesulitan besar yang kita hadapi adalah kurangnya kebiasaan mendokumentasikan (apa saja). Padahal kemampuan mendokumentasi ini menjadi bagian dari ISO 9000 dan juga menjadi standar dari software engineering.

- **Kurangnya SDM yang Handal**

Teknologi informasi merupakan sebuah bidang yang baru. Pemerintah umumnya jarang yang memiliki SDM yang handal di bidang teknologi informasi. SDM yang handal ini biasanya ada di lingkungan bisnis/ industri. Kekurangan SDM ini menjadi salah satu penghambat implementasi dari e-Government.

Hambatan e-Government

- **Infrastruktur yang Mahal dan Belum Memadai**

Infrastruktur telekomunikasi Indonesia memang masih belum tersebar secara merata. Di berbagai daerah di Indonesia masih belum tersedia saluran telefon, atau bahkan aliran listrik. Kalaupun semua fasilitas ada, harganya masih relatif mahal. Pemerintah juga belum menyiapkan pendanaan untuk keperluan ini.

- **Tempat Akses yang Terbatas**

Sejalan dengan poin di atas, tempat akses informasi jumlahnya juga masih terbatas. Di beberapa tempat di luar negeri, pemerintah dan masyarakat bergotong-royong untuk menciptakan access point yang terjangkau, misalnya di perpustakaan umum. Di Indonesia hal ini dapat dilakukan di kantor pos, kantor pemerintahan dan tempat-tempat umum lainnya.

Permasalahan e-Government di Indonesia

- **Knowledge Level:** Hanya beberapa pejabat pemerintahan yang mengerti apa itu e-Government.
- **Organizational Level:** Adanya sistem sentralisasi di pemerintahan membuat tidak bisa mendelegasikan kekuasaan untuk pengambilan keputusan.
- **Financial Level:** Terbatasnya dana untuk pengembangan e-Government dan pengembangan sistem berbasis proyek tidak dapat menjamin kelangsungan dari e-Government itu sendiri.
- **Legal Level:** Infrastruktur hukum untuk mendukung e-Government belum sepenuhnya diterapkan.
- **Management Level:** Proyek-proyek e-Government biasanya tidak direncanakan dan dikelola dengan baik.
- **Technical Level:** Keterbatasan sarana prasarana dan akses terhadap e-Government.
- **Cultural Level:** Masih ada hambatan kecepatan perkembangan antara ICT dan perubahan kebudayaan.

e-Government di Indonesia

Sabtu, 22 Maret 2008

[Hubungi K](#)

Updated: 19 Maret 2008

(klik disini) Pemanggilan Peserta Training of Trainers (TOT) Program Pi

Keyword :

Topik Aktual

- Pidato Menteri Keuangan
- Road Map Depkeu
- Bagan Organisasi Depkeu
- Rencana Strategis Depkeu
- Kunjungan / Kegiatan Menkeu

Layanan Unggulan



Pelayanan

- Kurs Pajak
- JDI Hukum
- Kepabeanan Dan Cukai
- Perpajakan
- Pasar Modal dan Jasa Keuangan
- Pengelolaan Kekayaan Negara
- SDM
- Peraturan Perundangan
- Perbendaharaan
- Pengawasan
- Fiskal
- Pengumuman STAN
- ANGGARAN
- Perimbangan Keuangan
- Alamat Kantor Unit Eselon I
- Pengumuman Lelang Barang-Jasa
- Daftar Nama Pejabat Depkeu

Tentang Kami

Peta Situs

E-mail@depkeu

FAQ

[Link Situs](#)

Berita dan Siaran Pers

Pengunaan Nilai Buku Atas Pengalihan Harta Dalam Rangka Penggabungan, Peleburan, At

Jakarta, 19/03/08 (Press Release) - Untuk menyelaraskan dengan keb sosial, ekonomi, investasi, moneter dan kebijakan lainnya, Menteri Ke menetapkan penggunaan nilai... (Siaran Pers, 19-03-2008)

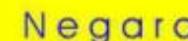


Para Menteri Kabinet Indonesia Bersatu Sampaikan SPT Tahunan PPh OP

Jakarta, 19/03/08 (Fiscal News) - Sesuai dengan ketentuan dalam Undang-undang PPh, Wajib Pajak (WP) kekurangan pajak yang terutang selambat-lambatnya tanggal 25 bulan ketiga setelah tahun pajak berak 2008)

Lelang Obligasi Negara Seri ZC0004 (Reopening) pada tanggal 25 Maret 2008

Jakarta, 18/03/08 (Press Release) - Lelang Obligasi Negara dalam mal dilakukan oleh Pemerintah pada tanggal 25 Maret 2008. Jumlah indika sebesar dua triliun rupiah (Siaran Pers, 18-03-2008)



Keterangan Pers Menkeu Tentang Pengelolaan Dana Alokasi Khusus (DAK)

Jakarta, 18/03/08 (Fiscal News) Dana Alokasi Khusus Sesuai Dengan Undang-undang No.33 Tahun 2004 Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah.... (Berita, 18-03-2008, form

Wajib Bayar PNBP Kehutanan Sudah Ditentukan

Jakarta, 17/03/08 (Press Release) - Orang atau Badan sebagai wajib t Negara Bukan Pajak (PNBP) yang berasal dari penggunaan kawasan h kepentingan pembangunan di luar kegiatan ... (Siaran Pers, 17-03-2008)



[Indeks Berita](#)

2-22

e-Government di Indonesia



Departemen Dalam Negeri Republik Indonesia

Home | Site Map | Kontak | Buku Tamu | Komentar | E-Mail

JALIN PERSATUAN DAN KESATUAN

SELAMAT DATANG DI WEBSITE DEPARTEMEN DALAM NEGERI REPUBLIK INDONESIA

Berita Nasional

MA Serahkan Keputusan ke Mendagri
Rabu, 19 Maret 2008, 10:12 WIB

[JAKARTA] Mahkamah Agung (MA) menyerahkan dua versi penghitungan suara ulang pemilihan kepala daerah (pilkada) Maluku Utara (Malut) untuk diputuskan oleh Menteri Dalam Negeri (Mendagri) Mardiyanto. Meski demikian, MA menilai penghitungan yang dilakukan Ketua dan anggota KPUD Malut, yaitu Rahmi Husen dan Nurbaya Soleman, telah memenuhi prosedur hukum acara perdamaian.

Presiden Dukung Langkah Jaksa Agung
Rabu, 19 Maret 2008, 09:53 WIB

DUBAI, RABU - Presiden Susilo Bambang Yudhoyono mendukung seluruh langkah yang dilakukan Jaksa Agung Hendarman Supandji untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat. "Presiden sudah mendapat laporan dan mendukung semua langkah yang dilakukan Jaksa Agung," kata Andi Mallarangeng di pesawat saat menuju Dubai, Selasa (18/3) malam.

Kartu Kendali Minyak Tanah Diluncurkan 2 April
Selasa, 18 Maret 2008, 10:10 WIB

JAKARTA-MI Pemerintah secara resmi akan meluncurkan program penghematan minyak tanah bersubsidi melalui pemakaian kartu kendali pada 2 April 2008.

Berita Selanjutnya...

Berita Depdagri

Mendagri akan Minta Arahan Presiden Soal Maluku Utara
Rabu, 19 Maret 2008, 09:30 WIB

JAKARTA-DDN: Menteri Dalam Negeri (Mendagri) Mardiyanto akan meminta arahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dan Wakil Presiden Jusuf Kalla soal Pemilihan Umum Gubernur di Provinsi Maluku Utara.

Mendagri Prihatin atas Kondisi Rupat dan Jemur
Selasa, 18 Maret 2008, 09:54 WIB

Pelianbaru, Kompas - Menteri Dalam Negeri Mardiyanto menyatakan prihatin atas kondisi

Artikel

e-Gov? Temukan Jawaban Disini!
Klik disini

Good Governance

Kumpulan artikel Good Governance

Kirim Pengaduan
Atau bisa dikirim ke:
PO BOX DEPDAGRI
2004 JKP 10900

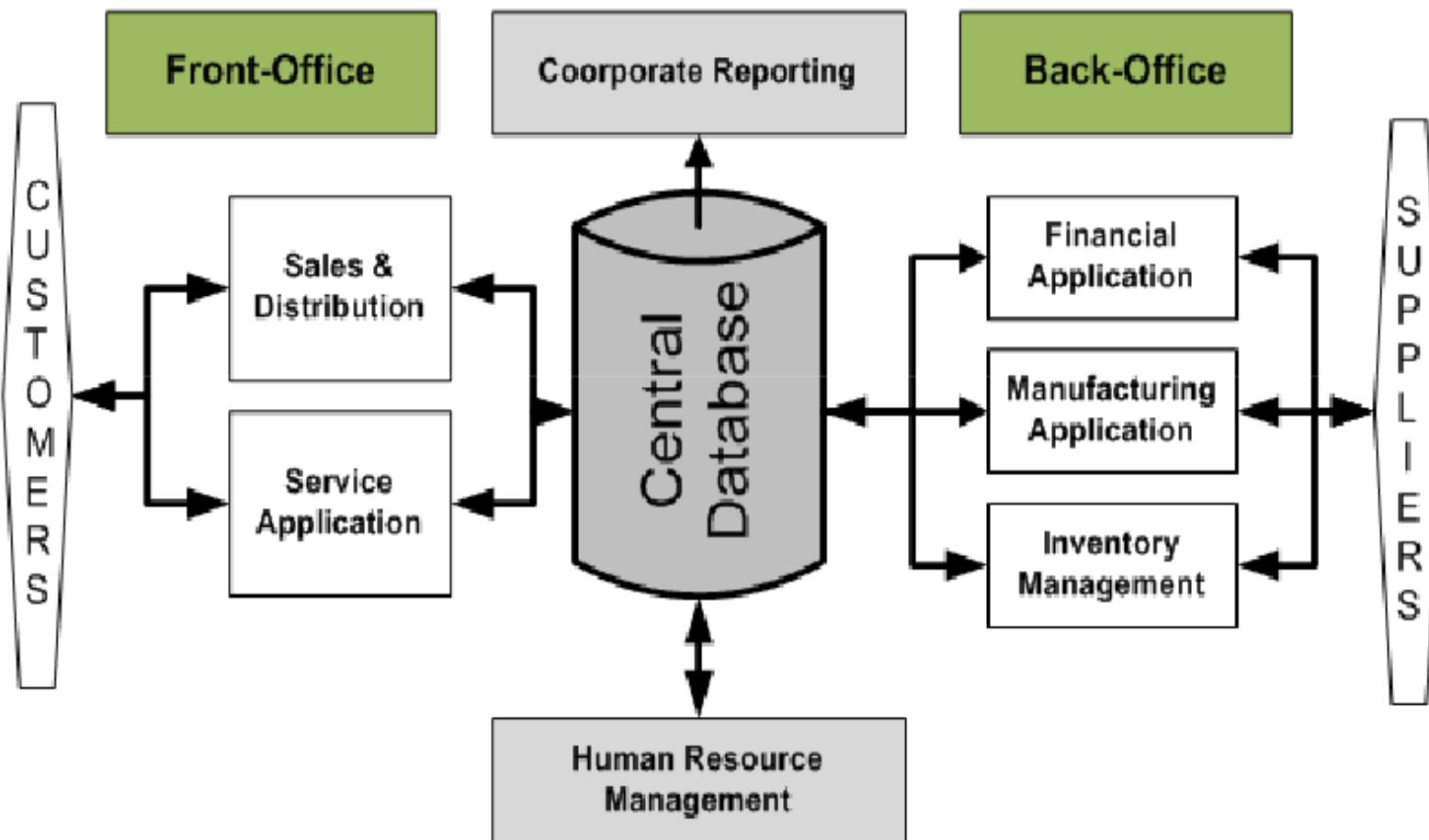
Pilkada

Seputar Pilkada

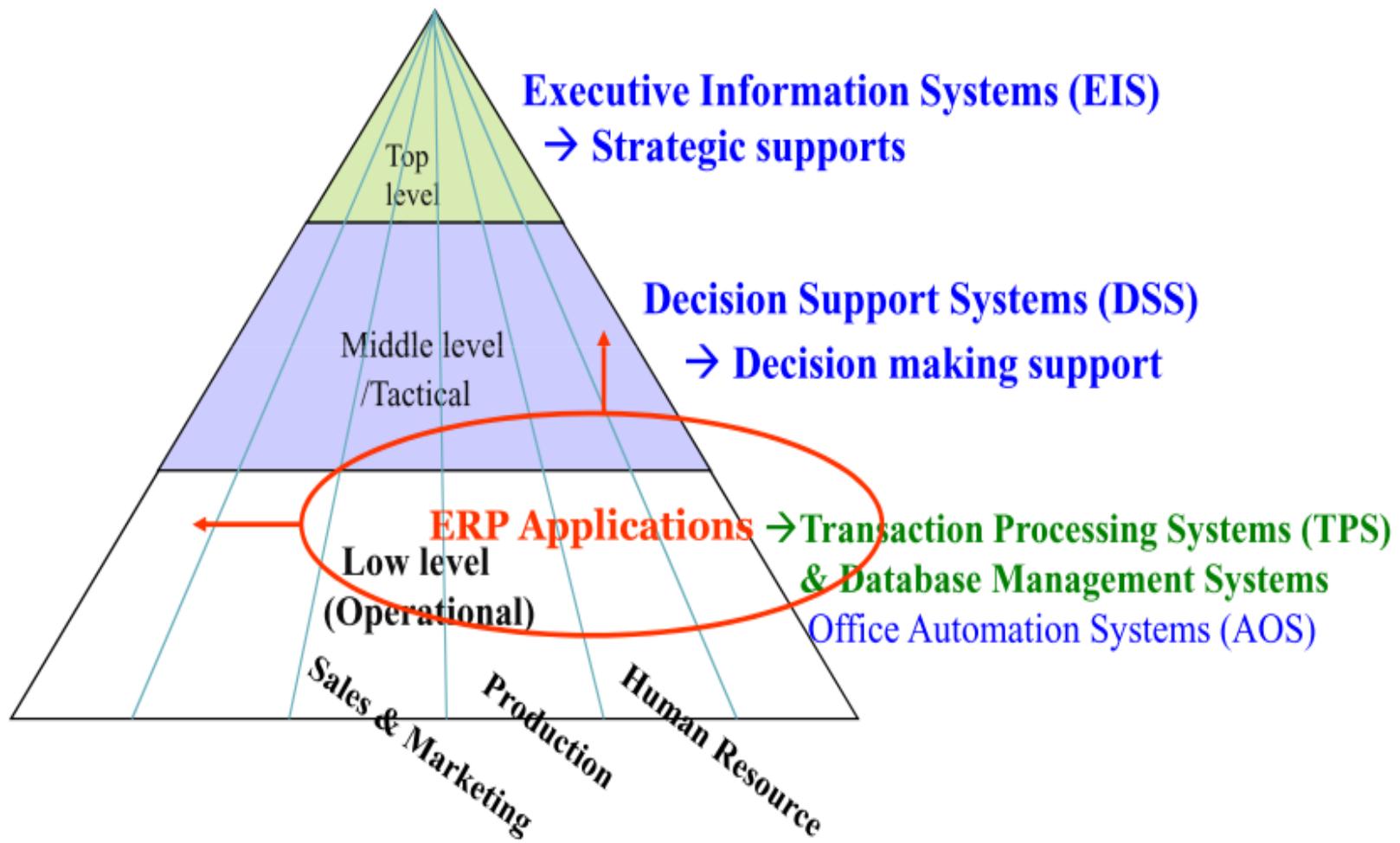
2-23

Enterprise Resource Planning (ERP)

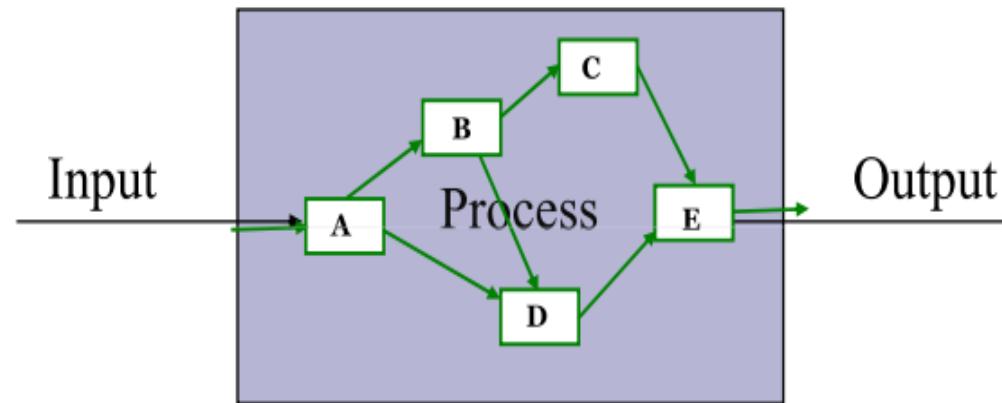
Konsep Dasar ERP



ERP dalam klasifikasi sistem informasi

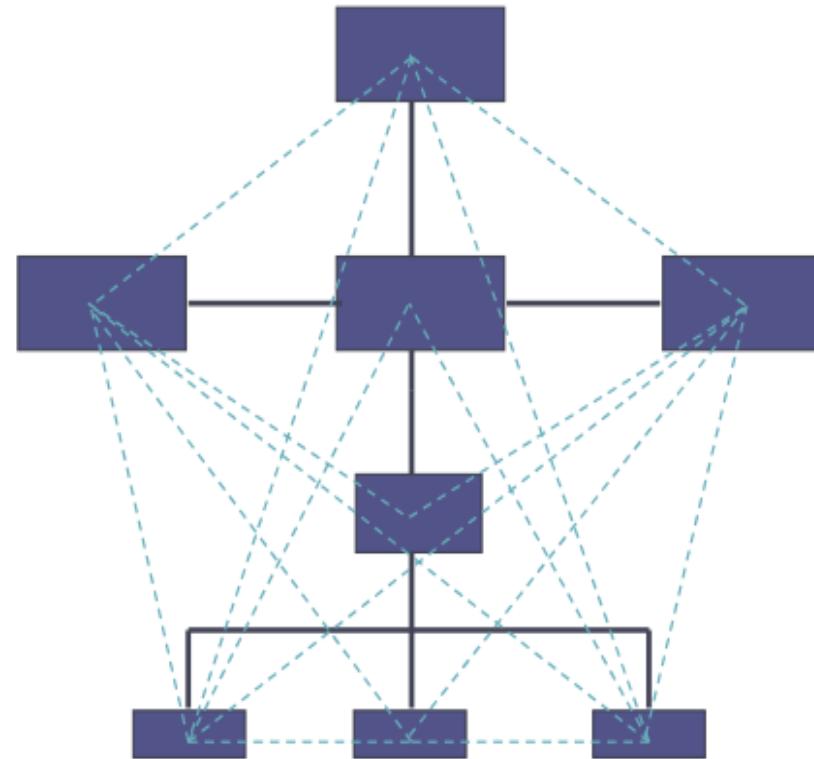


Kekuatan ERP → Integrated



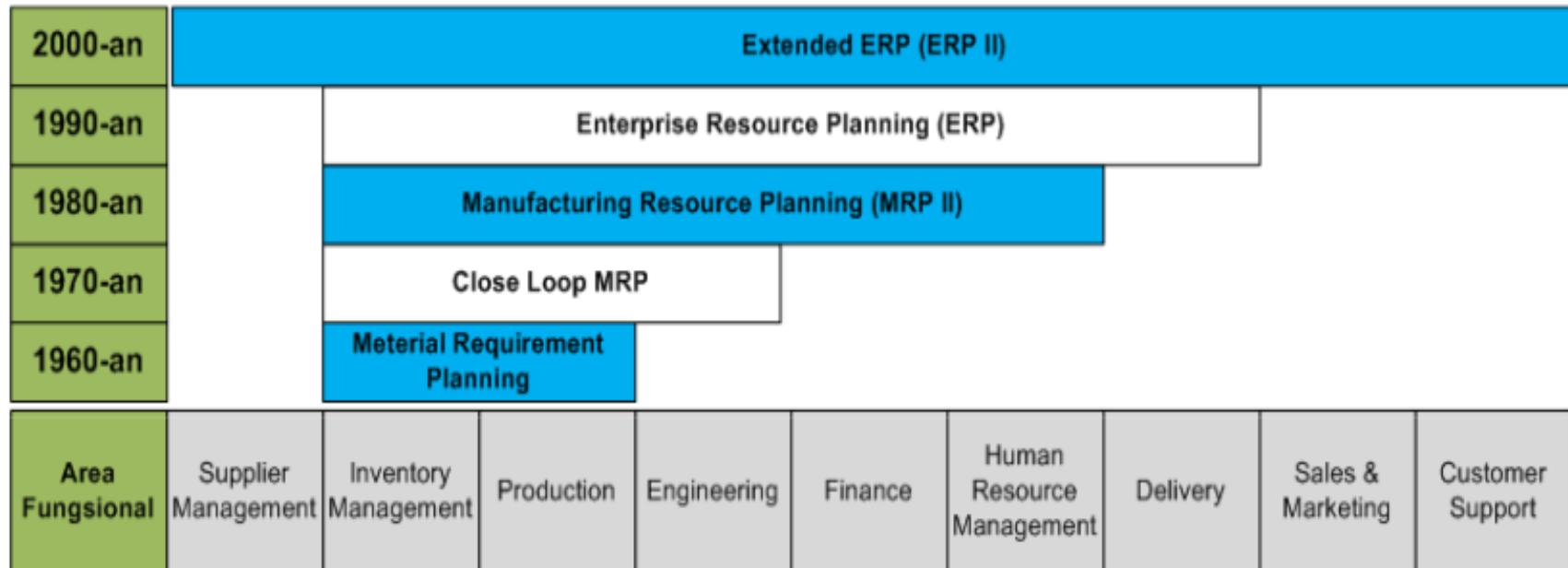
Interaksi / interelasi
(Konsep Sistem)

Pandangan Modern pada Manajemen



- Classical (command line authority)
- Systems approach (information flows)

Evolusi Aplikasi ERP



Evolusi Aplikasi ERP

- **Tahap I : Material Requirement Planning (MRP)**

Merupakan cikal bakal dari ERP, dengan konsep perencanaan kebutuhan material

- **Tahap II: Close-Loop MRP**

Merupakan sederetan fungsi dan tidak hanya terbatas pada MRP, terdiri atas alat bantu penyelesaian masalah prioritas dan adanya rencana yang dapat diubah atau diganti jika diperlukan

- **Tahap III: Manufakturing Resource Planning (MRP II)**

Merupakan pengembangan dari close-loop MRP yang ditambahkan 3 elemen yaitu: perencanaan penjualan dan operasi,

Evolusi Aplikasi ERP

- **Tahap IV: Enterprise Resource Planning**

Merupakan perluasan dari MRP II yaitu perluasan pada beberapa proses bisnis diantaranya integrasi keuangan, rantai pasok dan meliputi lintas batas fungsi organisasi dan juga perusahaan dengan dilakukan secara mudah

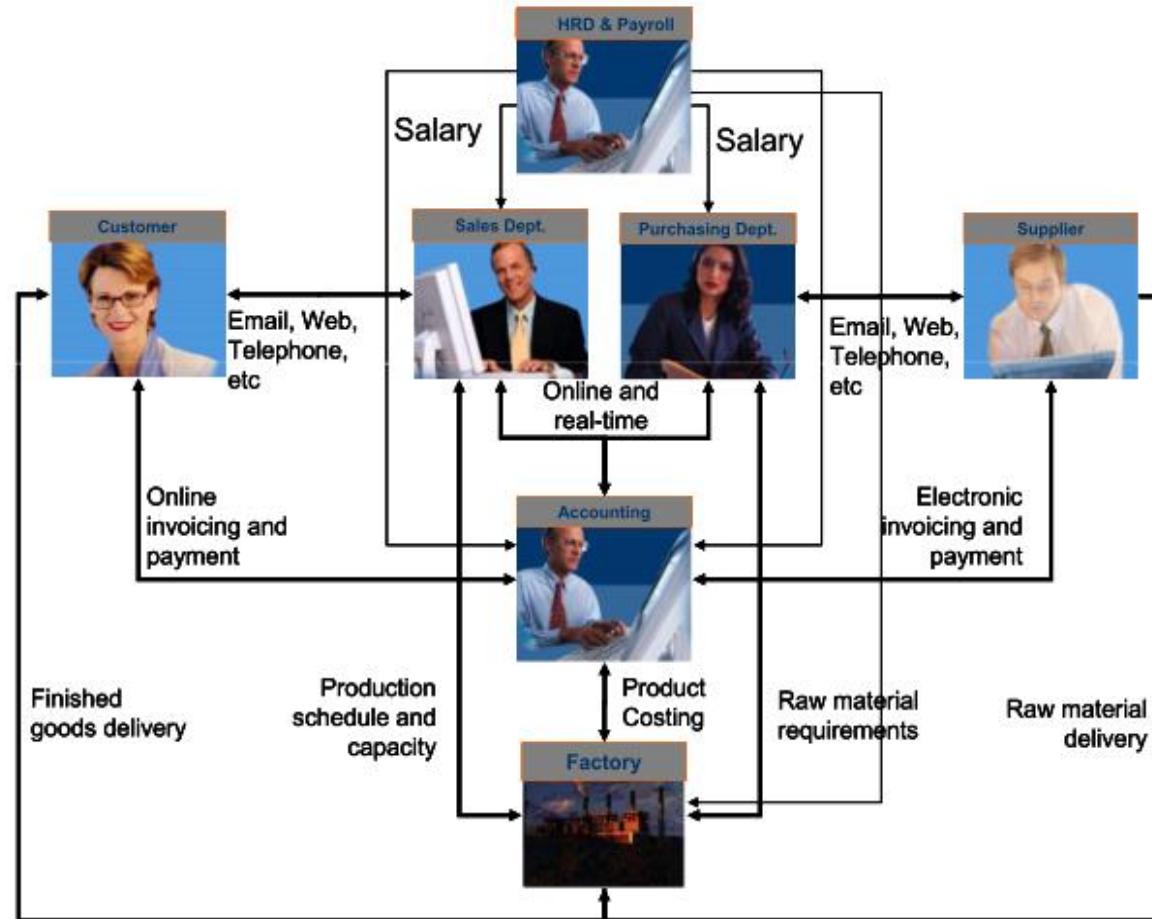
- **Tahap V: Extended ERP (ERP II)**

Merupakan perkembangan dari ERP yang diluncurkan tahun 2000, serta lebih kompleks dari ERP sebelumnya.

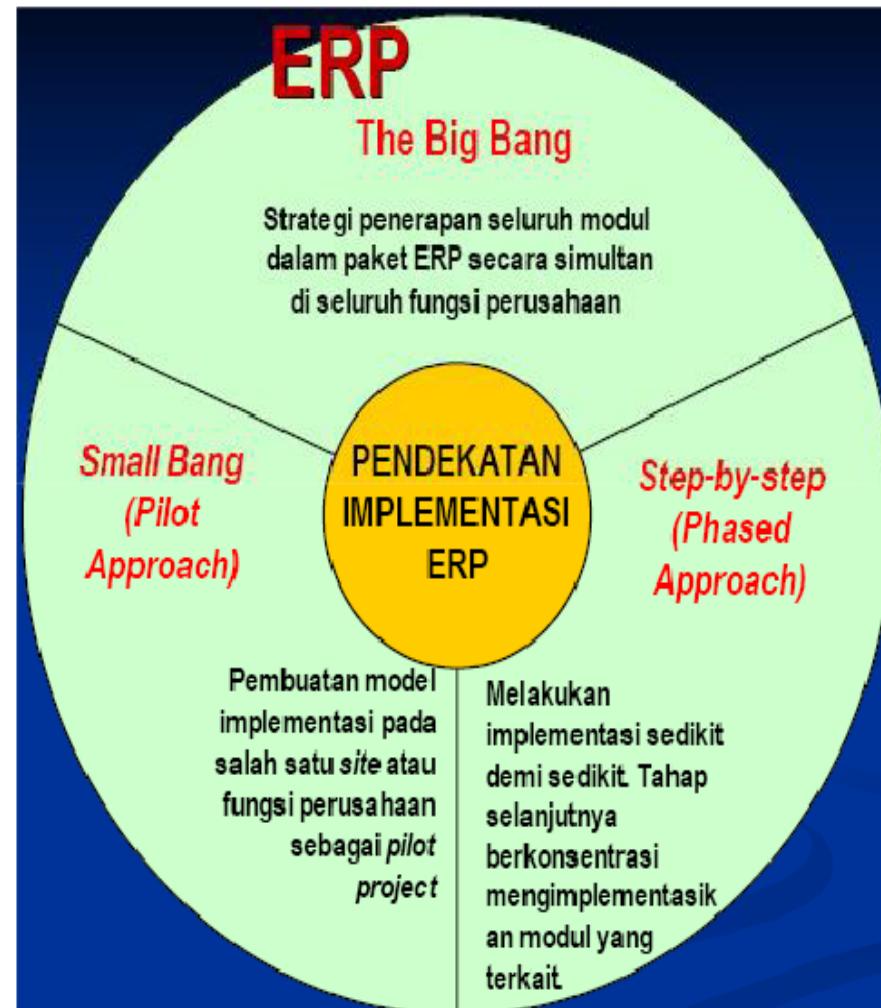
Cakupan Fungsional ERP



Proses bisnis tipikal (yang disederhanakan) dari sebuah bisnis modern (Source : mySAP)



Pendekatan Implementasi ERP



Pendekatan Implementasi ERP

1. *The Big Bang*

- Strategi penerapan seluruh modul dalam paket ERP secara simultan di seluruh fungsi perusahaan.
- Kelebihannya adalah hanya memerlukan sedikit *interface* antara sistem lama dan sistem baru, sangat efisien dari segi waktu dan hasilnya optimal.
- Kekurangannya adalah implementasi yang kompleks sehingga resiko kegagalan tinggi.

2. *Step by Step (Phased Approach)*

- Melakukan implementasi sedikit demi sedikit. Tahap selanjutnya berkonsentrasi mengimplementasikan modul yang terkait.
- Keseluruhan proses bisnis harus terlebih dahulu disiapkan.
- Kelebihannya adalah kompleksitas dapat dikurangi, memungkinkan terjadinya perbaikan proyek yang akan datang akibat konsultasi internal, ongkos tidak terlalu membebani.
- Kekurangan adalah waktu implementasi keseluruhan lebih panjang. Manfaat dari ERP hanya dapat dirasakan sedikit demi sedikit akibatnya hasil tidak optimal.

Pendekatan Implementasi ERP

3. *Small Bang (Pilot Approach)*

- Pembuatan model implementasi pada salah satu site atau fungsi perusahaan sebagai pilot project dan diteruskan ke fungsi atau site yang terkait.
- Kelebihannya adalah biaya relatif rendah, kompleksitas berkurang.
- Kekurangannya Kekurangannya adalah adalah membutuhkan membutuhkan banyak banyak customisasi akibat adanya operasi spesifik antarsite.

Kunci sukses dalam ERP

Organizational	Strategis	Dukungan dari Manajemen secara berkelanjutan
		Manajemen Perubahan yang efektif
		Definisi Project Scope yang baik
		Komposisi Tim Proyek yang handal
		BPR secara komprehensif
		Pelibatan user
		Adanya peran dari Project Champion
		Ada saling percaya diantara partner
Technological	Taktis	Staf dan konsultan yang berdedikasi
		Jadwal dan rencana proyek yang formal
		Training Program yang cukup
		Preventive Trouble shooting
		Penggunaan konsultan yang berpengalaman
		Kewenangan yang cukup untuk pengambil keputusan
Technological	Strategis	Strategi implementasi yang baik
		Hindari customisasi
		Versi dari ERP yang layak
	Taktis	Konfigurasi Software yang layak
	Taktis	Pengetahuan tentang legacy system yang cukup

Persepsi mengenai Sistem Informasi

Issue	Pandangan	
	IT sebagai Cost	IT sebagai Asset
Bagaimana kita mengukur value dari investasi di bidang IT?	Investasi IT tidak pemah menguntungkan karena perhitungan ROI sulit dilakukan	Perusahaan percaya bahwa IT memberikan kontribusi yang besar
Seberapa penting IT bagi perusahaan?	Penggunaan IT dalam level strategi tidak relevan dalam bisnis	Penggunaan strategi IT seharusnya dilakukan di perusahaan
Apa visi CEO mengenai peran IT?	CEO melihat peran IT yang terbatas	CEO melihat IT mempunyai peran penting dalam transformasi bisnis

Keuntungan Implementasi ERP

- Infrastruktur
- Penggunaan aplikasi yang diperlukan
- Penggunaan aplikasi dimana teknologi adalah satu-satunya solusi
- Penggunaan aplikasi dengan return yang dirasakan secara langsung
- Penggunaan aplikasi dengan return yang dirasakan secara tidak langsung
- Teknologi yang merupakan suatu keharusan
- Aplikasi strategis
- IT sebagai media transformasi

Kelemahan Implementasi ERP

- Terbatasnya kustomisasi dari perangkat lunak ERP
- Sistem ERP sangat mahal
- Perekayasaan kembali proses bisnis untuk menyesuaikan dengan standar industri yang telah dideskripsikan oleh sistem ERP dapat menyebabkan hilangnya keuntungan kompetitif
- ERP sering terlihat terlalu sulit untuk beradaptasi dengan alur kerja dan proses bisnis tertentu dalam beberapa organisasi

Kelemahan Implementasi ERP

- Sistem dapat terlalu kompleks jika dibandingkan dengan kebutuhan dari pelanggan
- Data dalam sistem ERP berada dalam satu tempat, contohnya : pelanggan, data keuangan. Hal ini dapat meningkatkan resiko kehilangan informasi sensitif, jika terdapat pembobolan sistem keamanan

Customer Relationship Management (CRM)

- CRM adalah sebuah istilah industri TI untuk metodologi, strategi, perangkat lunak (software) dan atau aplikasi berbasis web lainnya yang mampu membantu sebuah perusahaan (enterprise, kalau besar ukurannya) untuk mengelolah hubungannya dengan para pelanggan.

- CRM adalah usaha sebuah perusahaan untuk ber-konsentrasi menjaga pelanggan (supaya tidak lari ke pesaing) dengan mengumpulkan segala bentuk interaksi pelanggan baik itu lewat telefon, email, masukan di situs atau hasil pembicaraan dengan staf sales dan marketing.

- CRM adalah sebuah strategi bisnis menyeluruh dari suatu perusahaan yang memungkinkan perusahaan tersebut secara efektif bisa mengelola hubungan dengan para pelanggan.

- Sasaran utama dari CRM adalah untuk meningkatkan pertumbuhan jangka panjang dan profitabilitas perusahaan melalui pengertian yang lebih baik terhadap kebiasaan (behavior) pelanggan.

Pentingnya CRM & Penggunanya

Pentingnya CRM :

- Karena tingkat persaingan global antar perusahaan kian besar.
- Fakta bahwa untuk mendapatkan pelanggan baru bisa 10 kali biaya untuk menjaga pelanggan yang sudah ada.
- Tren bisnis saat ini yang tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan loyalitas pelanggan ke perusahaan kita
- Banyaknya konsumen yang menginginkan pelayanan purna jual.

Pengguna CRM :

- Bisa dari perusahaan/ bidang usaha berskala kecil sampai ke perusahaan berskala besar.

Prinsip Dasar CRM

- Mengambil data input berupa data profile dari semua pelanggan (customer) dan memberikan informasi yang sesuai kepada klien berupa informasi tentang customer history, kebutuhan-kebutuhan pasar dan isu-isu lain seputar perkembangan pasar.

Tujuan CRM

Secara umum tujuan penerapan CRM ialah sbb. :

- Mengenali dan menganalisa relasi.
- Mengenali dan menganalisa pasar.
- Mengenali dan menganalisa produk keluaran.

Fungsi-fungsi dalam CRM

- Mengidentifikasif aktor-faktor yang penting bagi pelanggan.
- Mengusung falsafah customer-oriented (customer centric)
- Mengadopsi pengukuran berdasarkan sudut pandang pelanggan
- Membangun proses ujung ke ujung dalam melayani pelanggan
- Menyediakan dukungan pelanggan yang sempurna
- Menangani keluhan/ komplain pelanggan
- Mencatat dan mengikutis emua aspek dalam penjualan

Variasi CRM

- *Operational CRM*
- *Analytical CRM*
- *Sales Intelligence CRM*
- *Campaign Management*
- *Collaborative CRM*
- *Consumer Relationship CRM*

Operational CRM

Operasional CRM memproses data pelanggan untuk beberapa kebutuhan:

- Mengelola iklan
- Otomasi pemasaran Perusahaan
- Otomasi tugas pemasaran
- Sistem manajemen pemasaran

Analytical CRM

- Analytical CRM menganalisa data pelanggan untuk berbagai keperluan:
 - Merancang dan menjalankan iklan pemasaran yang ditargetkan.
 - Merancang dan menjalankan iklan, contohnya akuisisi pelanggan, *cross-selling, up-selling*.
 - Menganalisis perilaku pelanggan dalam rangka untuk membuat keputusan yang berhubungan dengan produk dan pelayanan (contohnya, penetapan harga, pengembangan produk)
 - Sistem informasi manajemen (contohnya, sistem perencanaan keuangan dan pelanggan yang memberikan keuntungan)
- Analytical CRM secara umum membuat penggunaan data mining dan teknik lainnya untuk mengeluarkan hasil yang berguna untuk pengambilan keputusan

Sales Intelligence CRM

- Sales Intelligence CRM serupa dengan Analytical CRM, tetapi lebih dimaksudkan sebagai alat penjualan secara langsung.
- Fitur-fiturnya termasuk mengirimkan peringatan (*alert*) kepada staff penjualan.

Campaign Management

- Campaign management mengkombinasikan elemen-elemen dari Operational dan Analytical CRM. Fungsi Campaign management meliputi:
 - Pembentukan grup target berdasarkan kriteria pemilihan klien
 - Mengirimkan materi yang berhubungan dengan iklan (contohnya pada penawaran khusus) untuk penerima yang dipilih menggunakan media-media yang bervariasi (contohnya: e-mail, telepon, sms, pos)
 - Penjejakan, penyimpanan, dan menganalisis statistik iklan, termasuk penjejakan response dan menganalisis tren

Collaborative CRM

- Collaborative CRM meliputi aspek-aspek perjanjian perusahaan dengan pelanggan yang ditangani oleh beberapa departemen dalam perusahaan, seperti penjualan, technical support dan pemasaran.
- Anggota-anggota staf dari departemen yang berbeda dapat berbagi informasi yang dikumpulkan ketika berinteraksi dengan pelanggan. Sebagai contoh, feedback yang diterima oleh agen customer support dapat digunakan oleh staff lainnya dengan informasi pelayanan dan fitur-fitur yang diinginkan oleh pelanggan.
- Tujuan utama dari collaborative CRM adalah penggunaan informasi kolektif oleh semua departemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Consumer Relationship CRM

- Consumer Relationship System (CRS) meliputi aspek-aspek perjanjian perusahaan dengan pelanggan yang ditangani oleh pusat kontak Consumer Affair dan Customer Relations dalam sebuah perusahaan.
- Perwakilan ini menangani kontak dari pelanggan dan konsumen.
- Peringatan awal dapat diberikan sesuai dengan isu produk (contoh, pengembalian item yang dibeli) dan dapat dilacak sentimen konsumen saat ini (suara pelanggan)

Bagaimana cara membuat CRM Berhasil?

- Perencanaan bisnis yang matang
- Mendefinisikan tujuan dan sasaran dari penerapan CRM
- Menentukan batasan-batasan dari CRM menurut strategi yang ditetapkan
- Menentukan parameter dan standar pengukuran keberhasilan penerapan CRM
- Menentukan standar aturan penanganan strategi berdasarkan informasi dari system CRM seperti perubahan, perbaikan dan pemantapan strategi

Dalam merencanakan penerapan system CRM harus memperhatikan hal-hal berikut :

- Sasaran yang ingin dicapai bersifat jangka panjang.
- Sesuai dengan sasaran yang telah ditentukan perusahaan.
- Hasil yang dicapai dapat menjadi sasaran kunci bagi bisnis perusahaan.
- Penerapan CRM dapat mengurangi biaya perusahaan secara keseluruhan.
- Nilai resiko akibat penerapan CRM.

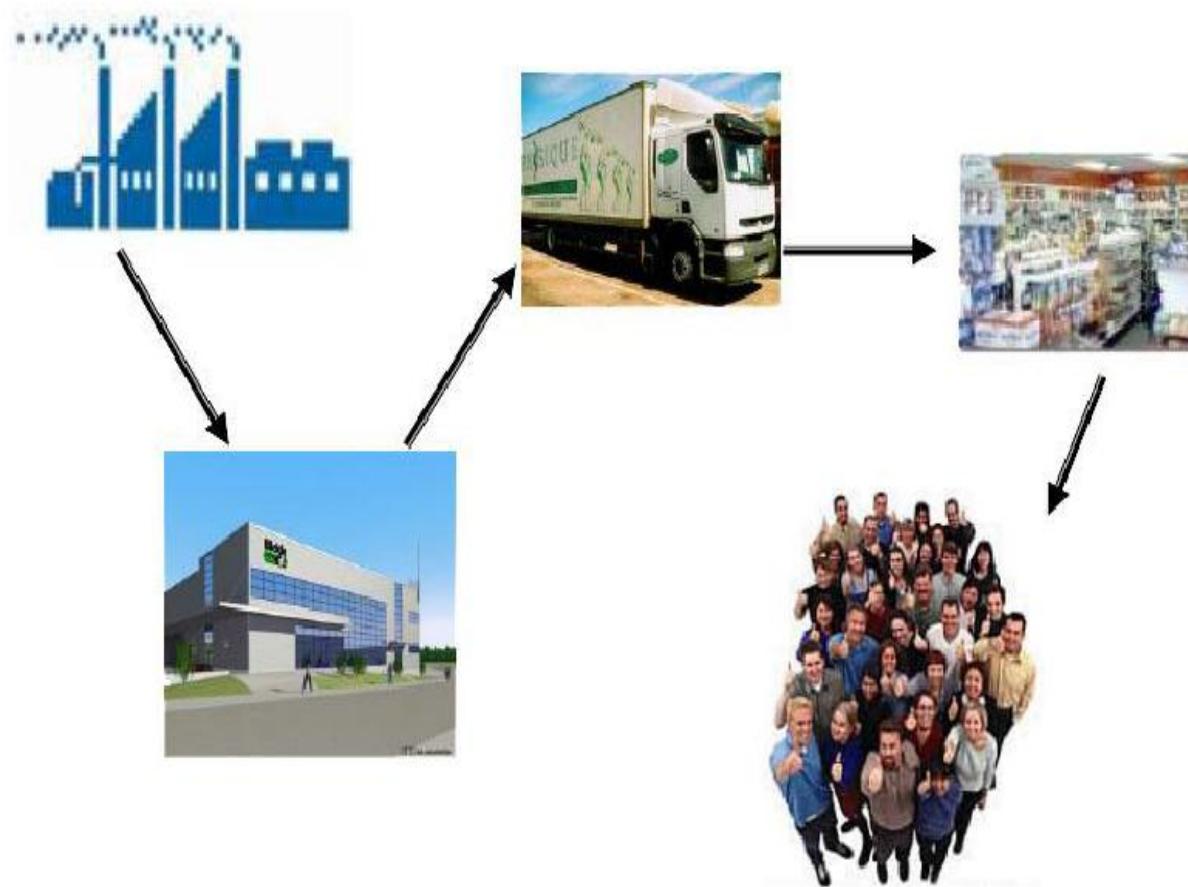
Kendala pada CRM

- Pada aplikasi TI, terbuangnya *feature* atau kelebihan-kelebihan yang ditawarkan TI dengan percuma.
- Pelanggan tetap mengeluh.
- Hubungan dengan pelanggan tetap transaksional.
- Tidak ada peningkatan efisiensi.
- Staf sales dan marketing masih saling menyembunyikan data.
- Keuntungan perusahaan masih stagnan.

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (SCM)

Pertemuan 12

Supply chain



Supply chain

Sebuah rangkaian atau jaringan perusahaan-perusahaan yang bekerja sama secara bersama-sama untuk membuat dan menyalurkan produk atau jasa kepada konsumen akhir.

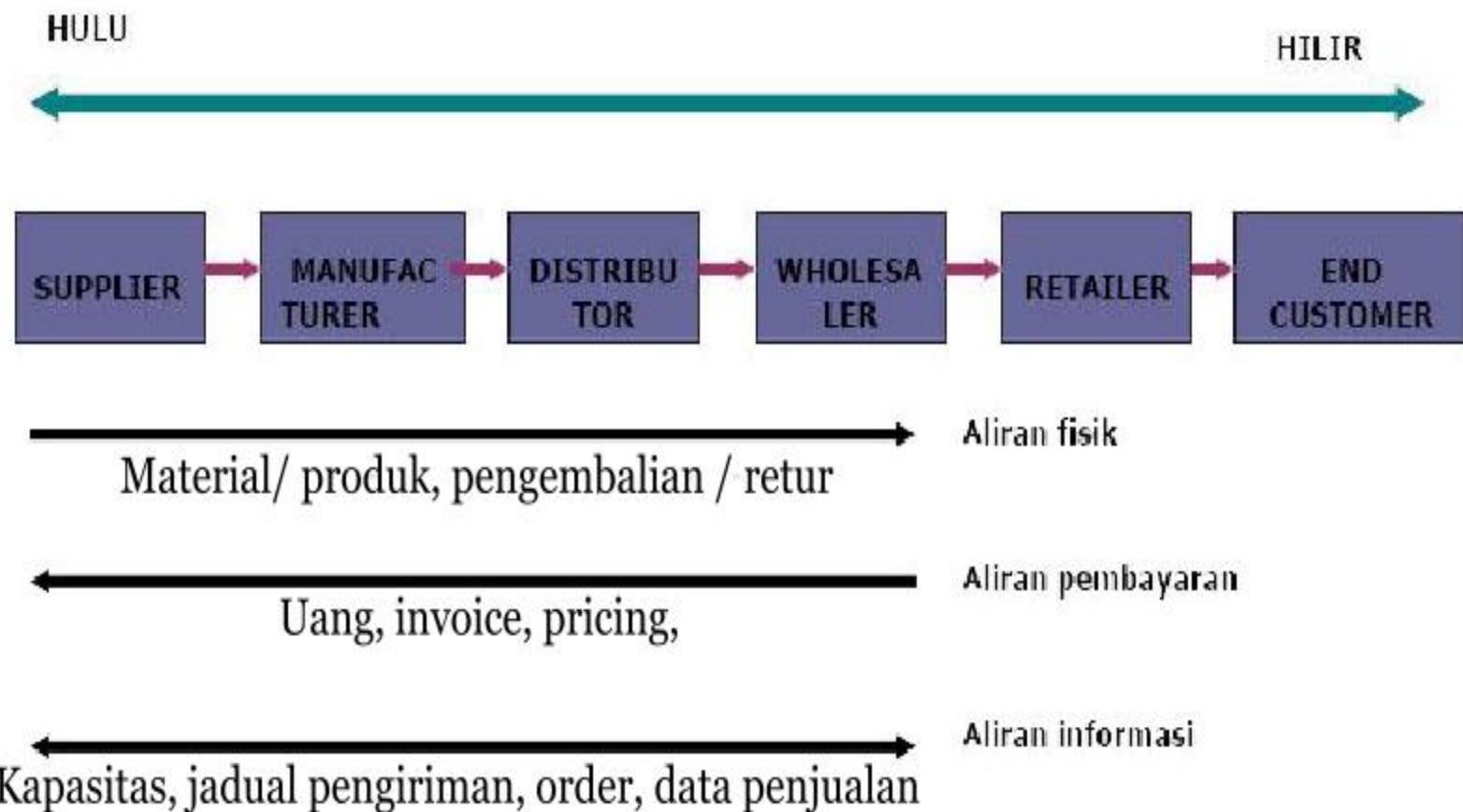
Rangkaian atau jaringan ini terbentang dari penambangan bahan mentah (dibagian hulu) sampai retail / toko (pada bagian hilir).

Ada tiga aliran dalam supply chain yaitu

1. Aliran material, yaitu Aliran barang yang mengalir dari hulu (upstream) ke hilir (downstream). Contohnya bahan baku yang dikirim dari supplier ke pabrik
2. Aliran Informasi, aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir atau sebaliknya.
3. Aliran uang / dana, aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu.



Struktur SC sederhana



Beberapa Issu Penting

- Aliran material/produk adalah sesuatu yang komplek.
- Munculnya SCM dilatar belakangi oleh perubahan dalam lingkungan bisnis.
- SCM pada hakekatnya adalah sinkronisasi dan koordinasi aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan aliran material/produk, baik yang ada dalam satu organisasi maupun antar organisasi.

Berikut beberapa definisi SCM diantaranya yaitu

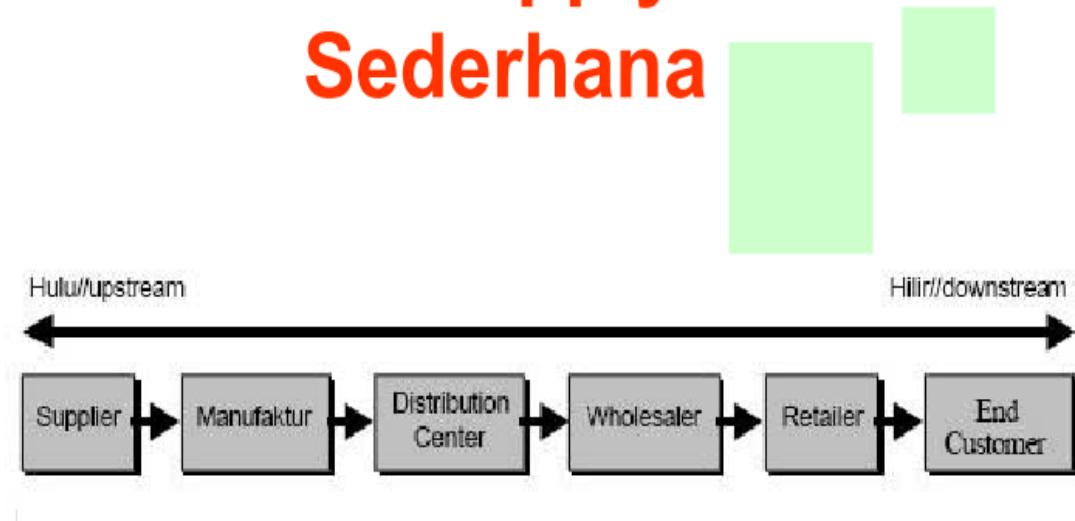
- Menurut Lambert (1998)

SCM merupakan integrasi atas proses-proses bisnis dari pengguna akhir melalui pemasok awal yang menyediakan produk, jasa, dan informasi yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

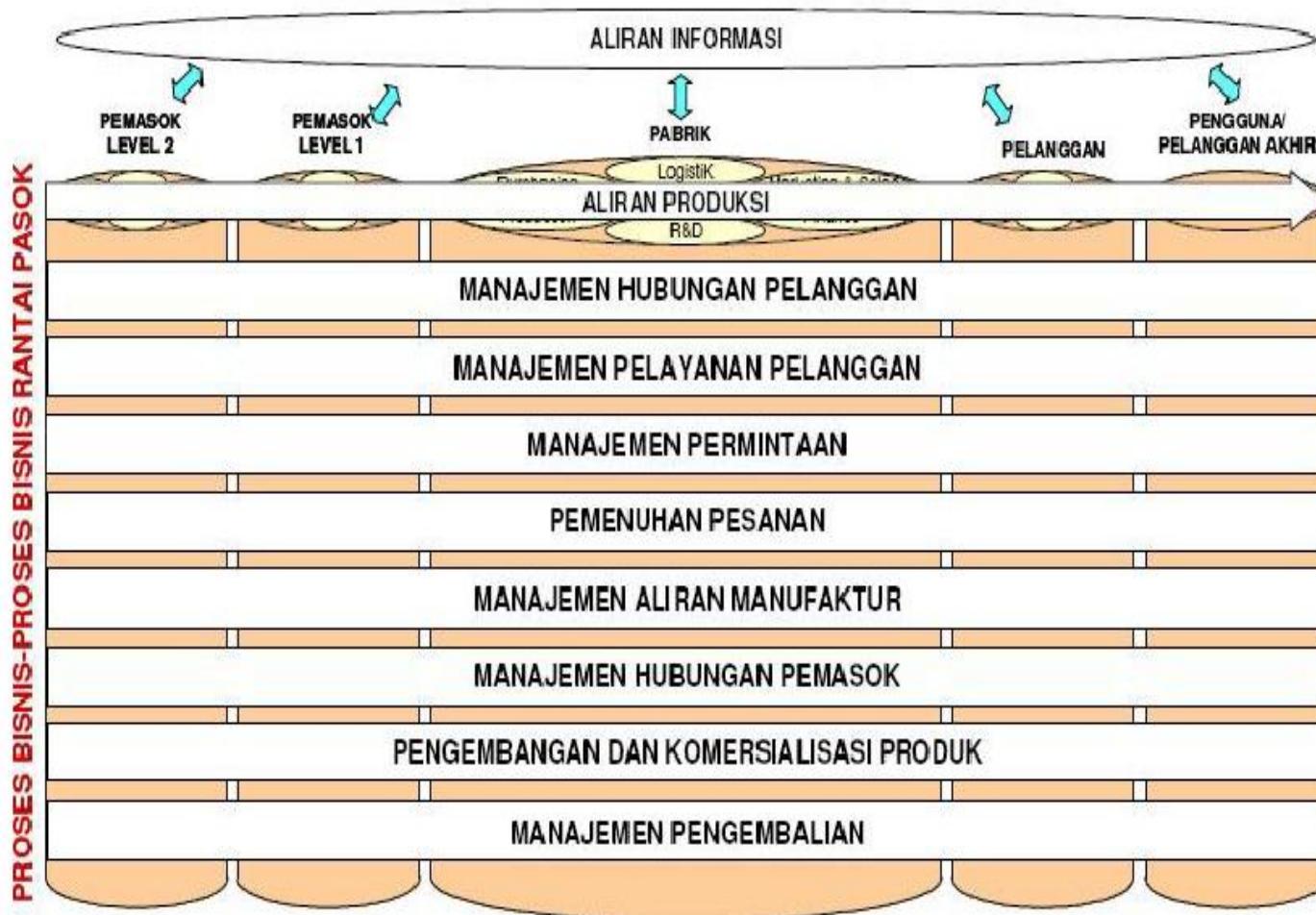
- Menurut Simchi-Levi (2002),

SCM adalah suatu kumpulan pendekatan yang digunakan untuk mengintegrasikan secara efisien antara pemasok, perusahaan manufaktur, pergudangan, dan toko, sehingga barang diproduksi dan didistribusikan pada kuantitas, lokasi, dan waktu yang benar, untuk meminimumkan biaya-biaya pada kondisi yang memuaskan kebutuhan tingkat pelayanan.

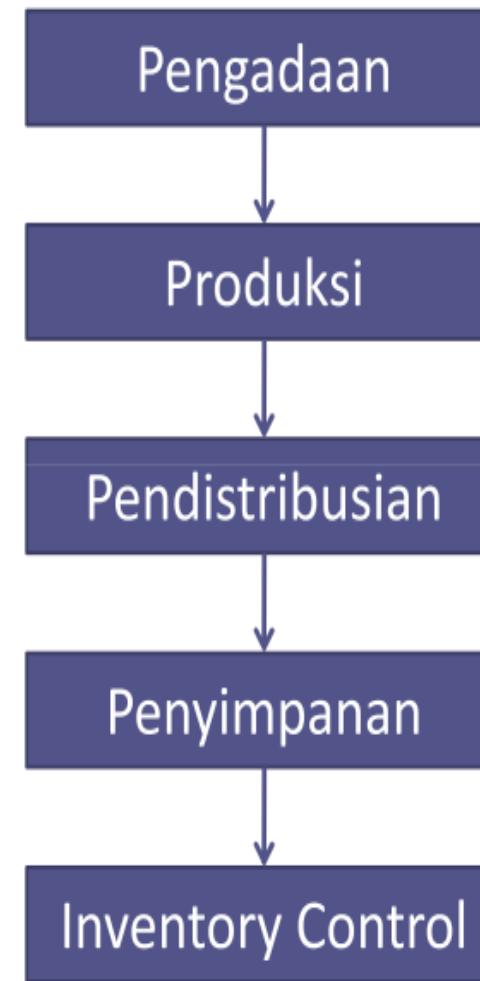
Ilustrasi Supply Chain Sederhana



Proses Bisnis pada SCM



Aktifitas Fisik pada SCM



Aktifitas Pasar pada SCM



Fungsi Manajemen SCM

- SCM secara fisik mengkonversi bahan baku menjadi produk jadi dan menghantarknya ke pemakai akhir
- SCM sebagai mediasi pasar, yakni memastikan bahwa apa yang disuplai oleh rantai supply mencerminkan aspirasi pelanggan atau pemakai akhir tersebut.

7 prinsip SCM dalam merumuskan keputusan strategis, yaitu:

- Segmentasi pelanggan berdasarkan kebutuhannya
- Sesuaikan jaringan logistik untuk melayani kebutuhan pelanggan yang berbeda
- Dengarkan signal pasar danjadikan signal tersebut sebagai dasar dalam perencanaan kebutuhan (demand planning) sehingga bisa menghasilkan ramalan yang konsisten dan alokasi sumber daya yang optimal
- Diferensiasi produk pada titik yang lebih dekat dengan konsumen dan percepat konversinya di sepanjang rantai supply
- Kelola sumber-sumber suplai secara strategis untuk mengurangi ongkos kepemilikan dari material maupun jasa
- Kembangkan strategi teknologi untuk keseluruhan rantai supply yang mendukung pengambilan keputusan berhierarki serta berikan gambaran yang jelas dari aliran produk, jasa, maupun informasi
- Adopsi pengukuran kerja untuk sebuah supply chain secara keseluruhan dengan maksud untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen akhir.

Tahapan dalam SCM yaitu:

- 1. TAHAP BASELINE (DASAR).

Masing-masing fungsi bisnis seperti produksi dan pembelian melakukan aktivitas mereka secara sendiri-sendiri dan terpisah dari fungsi bisnis yang lain.

- 2. TAHAP INTEGRASI FUNGSIONAL.

Sekurang-kurangnya ada penggabungan antara fungsi-fungsi yang melakukan aktivitas hampir sama.

- 3. TAHAP INTEGRASI SECARA INTERNAL.

Diperlukan pengadaan dan pelaksanaan perencanaan kerangka kerja.

- 4. TAHAP INTEGRASI SECARA EKSTERNAL.

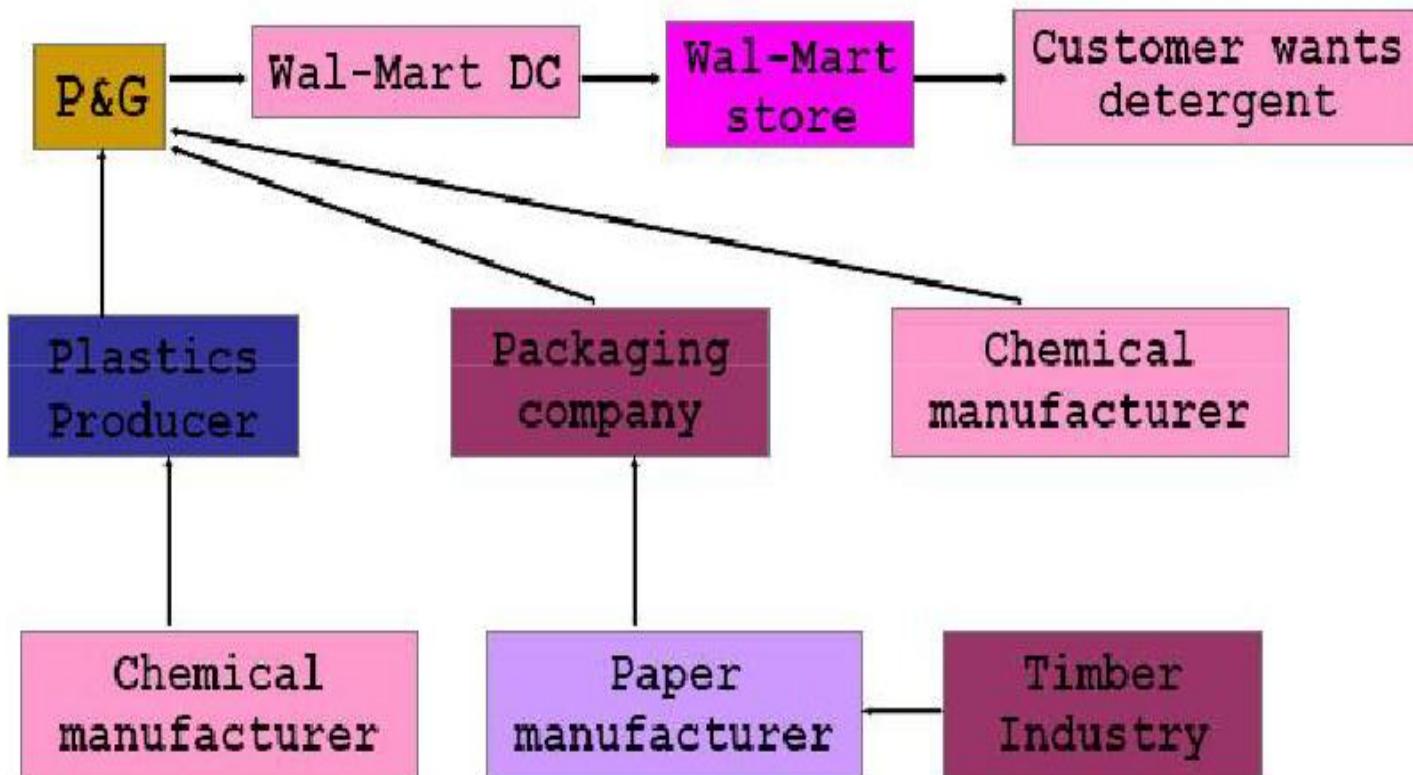
Integrasi supply chain yg sebenarnya, diperluas dengan supplier & pelanggan.

Strategi Utama dan Kebijakan SCM

STRATEGI UTAMA	SUMBER KEUNGGULAN	DASAR BERSAING	PERAN UTAMA SCM
Inovasi	Merek dan keunikan teknologi	Inovasi produk	Kecepatan waktu dan volume ke pasar
Biaya	Efisiensi Operasi	Harga murah	Infrastruktur yang efisien dan murah
Pelayanan	Pelayanan terbaik	Sesuai kebutuhan khusus konsumen	Efisiensi produk awal, dan fleksibilitas produk akhir. Sistem komunikasi.
Mutu	Keandalan dan keamanan produk	Produk yang terkenal keandalannya	Pengendalian mutu dan keamanan di sepanjang SCM

Cohen, Shoshanah, and Roussel, Joseph, "Strategic Supply Chain Management," 2004

Dalam kenyataannya kita berhadapan dengan sebuah network (jaringan) bukan sebuah rantai (*Chopra & meindl, 2001*)



SCM pada Dell Computer

- Ketika customer membeli secara online dari Dell Computer, supply chain yang terlibat yaitu pelanggan, web site dell menerima order pelanggan, pabrik perakitan Dell dan Pemasok Dell.
- Setelah mendapatkan produk yang dipilih, pelanggan memasukan informasi order dan membayar. Customer dapat melihat pada web site untuk mengecek status order. Selanjutnya
- Dells assembly plant memenuhi customer order.
- Dell computer menerima komponen dari beberapa supplier dan memasok produk melalui beberapa transportasi.

Tantangan SCM

- Kompleksitas Struktur Supply Chain
- Melibatkan banyak pihak dengan kepentingan yang berbedabeda(bertentangan?)
- Perbedaan bahasa, zona waktu dan budaya antar perusahaan

- Ketidakpastian
- Ketidakpastian permintaan
- Ketidakpastian pasokan: lead time pengiriman, harga dan kualitas bahan baku, dll
- Ketidakpastian internal: kerusakan mesin, kinerja mesin yang tidak sempurna, ketidakpastian kualitas produksi dan lain-lain.

Peran Internet

- Internet memungkinkan kolaborasi, koordinasi dan integrasi dalam praktik di lapangan
- Dengan adanya internet pihak-pihak pada supply chain bisa membagi informasi serta melakukan transaksi dengan lebih cepat, murah dan akurat
- Informasi penjualan di supermarket atau ritel akan mudah bisa dibagi dengan pihak-pihak yang berada disebelah hulu supply chain dengan menggunakan internet
- Aplikasi internet dalam konteks supply chain management yaitu
 - Electronic procurement (e- procurement)
 - Electronic fulfilment (e- fulfilment)

Electronic procurement (e- procurement)

- Aplikasi internet untuk mendukung proses pengadaan.
- Perusahaan otomatif seperti volkswagen, general motors, daimer chrysler, dan sebagainya *menggunakan e-procurement* secara ekstensif untuk proses pengadaan bahan baku dan komponen item-item yang masuk dalam kelompok MRO (maintenance, repair and operations) seperti suku cadang, peralatan tulis kantor dan sebagainya
- Dapat mendukung:
 - ❑ Hubungan jangka pendek
 - ❑ Hubungan jangka panjang

Electronic fulfilment (e- fulfilment)

- *Fulfilement* adalah pemenuhan pesanan pelanggan.

Beberapa kegiatan yang termasuk proses fulfilment adalah:

- Menerima order dari pelanggan, pelanggan bisa memesan melalui email atau web based ordering
- Mengelola transaksi, transaksi proses pembayaran
- Manajemen gudang yang meliputi pengendalian persedian produk dan kegiatan administrasi gudang secara umum.
- Manajemen transportasi, keputusan model dan rute transportasi termasuk didalamnya
- Komunikasi dengan pelanggan untuk memberikan informasi status pesanan, dukungan teknis dsb.
- Kegiatan reverse logistics yang berupa pengembalian produk ke bagian supply chain akibat pengembalian dari pelanggan.

Implementasi Sistem E-Business

Pertemuan 13

1. Membuat Server lokal;
Dowload Lokal Server sesuai kebutuhan,boleh XAMPP,
LAMP (*if your OS Linux*), WAMP, Appserve..dll
Install pada komputer
Uji Server Localhost
Server Lokal telah siap untuk digunakan.

2. Kenali CMS yang akan digunakan (jika menggunakan yang tidak berbayar)

Joomla+Virtuemart <http://www.joomla.org/> <http://virtuemart.net/>

Wordpress+WP-Commerce+Oocommerce <http://wordpress.org/>

Prestashop <http://www.prestashop.com/>

OsCommerce <http://www.oscommerce.com/>

OpenCart <http://www.opencart.com/>

Zencart <http://www.zen-cart.com/>

3. Instalasi System

Pastikan web server telah berjalan dengan baik (pastikan *apache* dan *mysql engines* udah berjalan)

Buat folder source, misal online store pada alamat

C:\xampp\htdocs\onlinestore

Copy file sumber yang sudah didownload kedalam folder tersebut, kemudian diekstrak.

Kemudian buka browser kesayangan lalu pada address bar ketikkan alamat berikut: localhost/onlinestore

Maka akan tampil sebuah halaman web, untuk melakukan proses instalasi toko online tersebut.

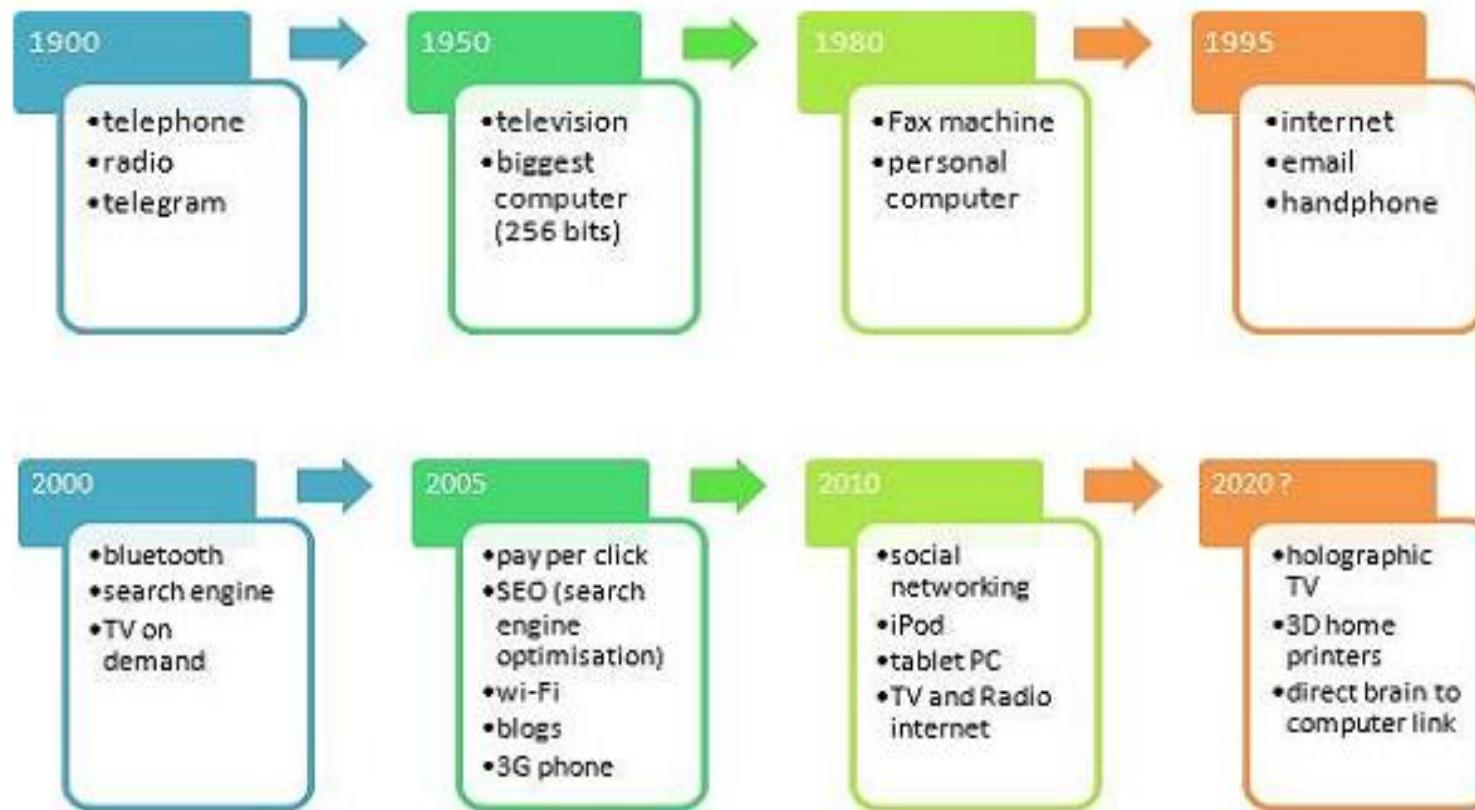
4. Evaluasi Sistem

Pastikan apakah alur jalannya sistem sudah berjalan dengan baik dan sesuai dengan kondisi dan kebutuhan sistem.

Apakah tampilan dan isi sudah sesuai, baik dan benar.

Jika penggunaan template, sudah responsive, pastikan sudah berjalan baik pada model smartphone yang umum digunakan.

Promotion for Digital Era..



Tugas

Pertemuan 14

Dikerjakan individu dalam waktu 1 minggu
Susunlah laporan analisa terhadap 4 perusahaan yang mulai
berevolusi kedalam ebisnis yang terjadi terkini

Ketentuan format laporan sebagai berikut:

1. Margin Kiri 4 cm, Kanan, Atas dan Bawah: 3 cm
2. Ukuran kertas A4
3. Jarak spasi 1,5 paragraf, font size 12, Jenis huruf bebas
4. Bab I Pendahuluan, menguraikan latar belakang evolusi ebisnis yang saat ini terjadi
5. Bab II Teori tentang e-bisnis

6. Bab III Pembahasan berisi analisa 4 perusahaan yang mulai berevolusi kedalam e-bisnis secara rinci beserta penggambaran tabel seperti contoh dibawah ini

Nama Perusahaan	Jenis Bisnis	Produk Yang Dijual	Alasan Migrasi Ke e-business	Katagori Evolusi
1.				
2.				
3.				
4.				

7. Bab IV Penutup, Berisi Kesimpulan dan saran