

BAB 1

ELECTRONIC BUSINESS

Deskripsi

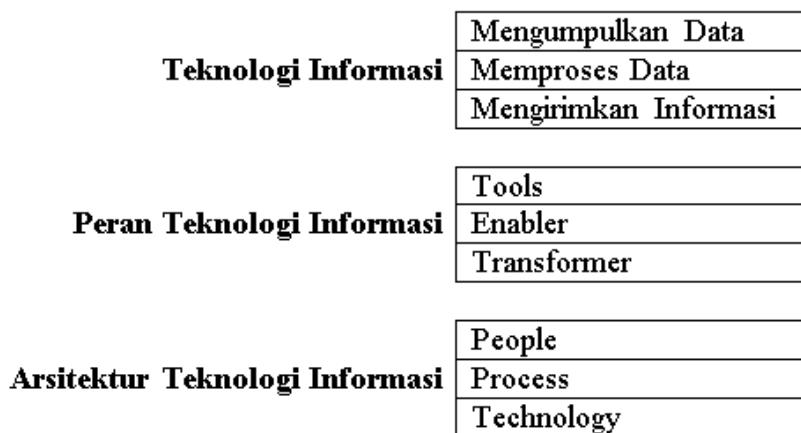
Membahas tentang pengenalan e-Business, perkembanganya, aplikasinya hingga cakupannya serta tren e-Business.

Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa memiliki pengetahuan tentang e-Business, perkembanganya, aplikasinya hingga cakupannya serta tren e-Business saat ini sehingga dapat memahami konsepnya dengan benar.

1.1. Awal Perkembangan e-Business

Pada tahun 1970-an, Aplikasi e-Business pertama kali dikembangkan dan digunakan sebagai transaksi pembayaran melalui internet yang disebut dengan Electronic Fund Transfer (EFT). Dalam perkembangan berikutnya, diketemukannya Elektronic Data Interchange (EDI) yang digunakan untuk mentransfer data secara rutin, seperti dokumen-dokumen sampai pada transaksi keuangan. Pada tahun 1990 dimana teknologi WWW, semakin maju karena tidak hanya menampilkan data saja melainkan sudah mampu menampilkan data gambar, suara, animasi bahkan video. Pada tahun 2000-an, perkembangan e-Business, semakin pesat dimana banyak perusahaan-perusahaan di Amerika, Eropa, Asia bahkan Indonesia telah beralih dalam konsep memasarkan produk-produknya melalui Internet.



Sumber:

Gambar 1.1. Peran Teknologi dalam e-Business

1.2. Ekonomi Digital

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). Dalam hal ini, semua dilakukan melalui teknologi informasi dan komunikasi serta kolaborasi dan interaksi komunikasi antara manusia dan organisasi melalui teknologi tersebut. Teknologi dimanfaatkan sebagai alat pertukaran, penyimpanan pemrosesan dan pengiriman informasi. Semua cakupan e-Business yang diperlukan, diintegrasikan ke dalam sebuah aplikasi yaitu E-Commerce yang menghubungkan perusahaan, konsumen bahkan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

1.3. Pengenalan e-Business

Menurut Lou Gerstner (CEO perusahaan IBM), e-Business merupakan aktifitas yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung dengan proses pertukaran barang dan/atau jasa dengan memanfaatkan internet sebagai media komunikasi dan transaksi, dan salah satu aplikasi teknologi internet yang merambah dunia bisnis internal, melingkupi sistem, pendidikan pelanggan, pengembangan produk dan pengembangan usaha.

Menurut Mohan Sawhney, penggunaan jaringan elektronik dan teknologi terkait untuk memungkinkan, memperbaiki, meningkatkan, mengubah atau menciptakan proses bisnis atau sistem bisnis untuk menciptakan nilai superior bagi pelanggan saat ini atau pelanggan yang potensial.

Menurut Romney/Steinbart, e-Business mengacu pada semua penggunaan kemajuan teknologi informasi khususnya teknologi jaringan dan komunikasi untuk memperbaiki cara-cara sebuah organisasi dalam melakukan seluruh proses-proses bisnis.

Dari beberapa pendapat di atas, dapat kita simpulkan bahwa e-Business adalah serangkaian aktifitas bisnis yang memanfaatkan teknologi dan internet sebagai media transaksinya untuk menciptakan dan meningkatkan nilai bisnis tersebut meliputi sistem itu sendiri, edukasi pelanggan, pengembangan produk hingga pengembangan usaha yang ditekuni melalui e-Business itu sendiri.

1.4. Hubungan e-Business & e-Commerce

Perdagangan elektronik atau e-Commerce merupakan bagian dari e-Business, dimana cakupan e-Business lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga kolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, sumber daya manusia, lowongan pekerjaan dan lain-lain. Selain teknologi jaringan www, e-Business juga memerlukan teknologi basis data, surat elektronik dan bentuk teknologi nonkomputer yang lain seperti sistem pengiriman barang dan alat pembayaran untuk e-Commerce ini.

Dalam prosesnya, setiap bisnis tentu tidak dapat berjalan sendiri tanpa adanya interaksi dengan pihak eksternal dari organisasi itu sendiri, seperti para supplier, customer, investor, kreditur, pemerintah dan media. Interaksi ini akan terfasilitasi melalui aplikasi e-Commerce yang dimaksud. Karena itu, pada saat merancang dan membangun aplikasi e-Commerce tersebut harus sudah direncanakan dengan benar, agar fitur-fitur yang ada nantinya dapat memfasilitasi interaksi-interaksi tersebut.

1.5. Positif dan Negatif e-Commerce dan e-Business

Menerapkan konsep e-Business bukan berarti proses bisnis menjadi bebas hambatan, karena tentu saja setiap langkah yang ditempuh memiliki sisi positif dan negatifnya. Adapun sisi positif penerapan e-Commerce dan e-Business adalah sebagai berikut:

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

Sedangkan sisi negatif penerapan e-Commerce dan e-Business adalah sebagai berikut:

1. Pencurian informasi rahasia yang berharga. Tindakan ini bisa menyingkap semua informasi rahasia organisasi kepada pihak-pihak yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar bagi si korban.

2. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan. Kesalahan ini bersifat kesalahan non-teknis seperti aliran listrik padam atau jaringan yang tidak berfungsi.
3. 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.
4. 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.
5. Kerugian yang tidak terduga. Disebabkan oleh gangguan yang dilakukan dengan sengaja, ketidak jujuran, praktik bisnis yang tidak benar, dan kesalahan faktor manusia atau kesalahan sistem elektronik.

1.6. Aplikasi e-Business

Seperti yang sudah dibahas pada sub bab 1.4, dalam prosesnya, setiap bisnis tentu tidak dapat berjalan sendiri tanpa adanya interaksi dengan pihak eksternal dari organisasi itu sendiri, seperti para supplier, customer, investor, kreditur, pemerintah dan media. Karena itu di dalam aplikasi e-Business haruslah terdapat fitur-fitur yang dapat memfasilitasi kegiatan tersebut. Berikut fitur-fitur yang harus ada pada aplikasi e-Business:

1. ERP (*Enterprise Resource Planning*)

ERP merupakan komponen utama dari e-Business, dengan kata lain ERP adalah sistem operasi bisnis, setara dengan sistem operasi windows untuk operasi *back-office*. Adapun fungsinya adalah sebagai berikut:

- a. Sistem informasi untuk perusahaan manufaktur.
- b. Berperan mengintegrasikan dan mengotomatisasi proses bisnis.
- c. *Back office system*, konsumen dan publik tidak dilibatkan.
- d. *Client-server software*, baik desktop ataupun berbasis web.
- e. Memiliki kemampuan untuk mengelola sebagian besar transaksi.
- f. Data dapat diakses secara *real-time*.

2. CRM (*Customer Relationship management*)

CRM adalah kustomisasi dan personalisasi produk dan layanan secara *real-time* berdasarkan kebiasaan beli, keinginan dan kebutuhan konsumen. Adapun fungsinya adalah sebagai berikut:

- a. Merupakan penggambaran hubungan sistem dengan konsumennya.
- b. Usaha perusahaan dalam menjaga hubungan dengan konsumennya.
- c. Strategi bisnis perusahaan.
- d. Sebuah tool untuk memahami konsumennya.

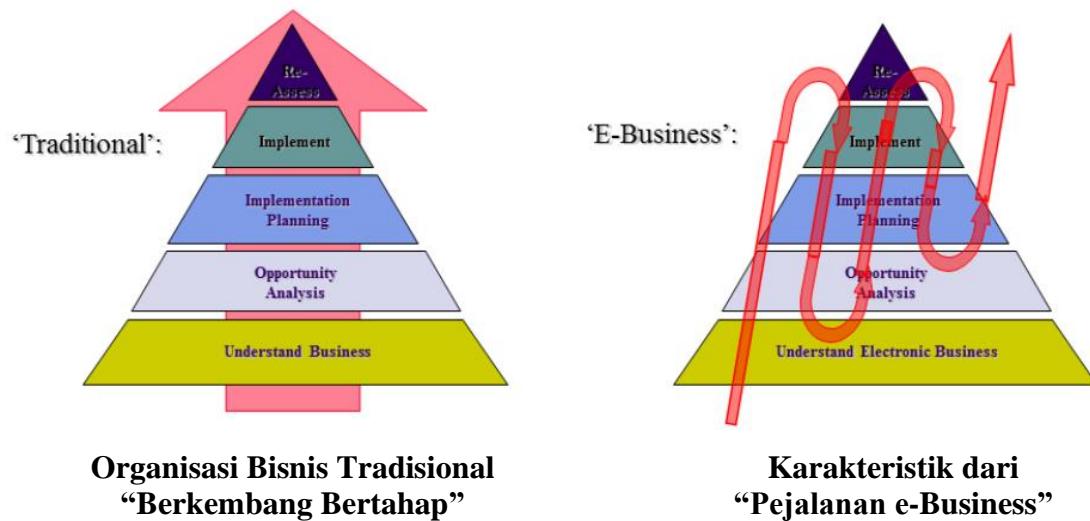
3. SCM (*Supply Chain Management*)

SCM merupakan sinkronisasi dan koordinasi aktifitas-aktifitas yang berkaitan dengan aliran material/produk, baik yang ada dalam satu organisasi maupun antar organisasi. Adapun fungsinya adalah sebagai berikut:

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

1.7. Perbedaan Bisnis Tradisional dengan e-Business

Walaupun sama-sama bergerak di bidang bisnis, namun terdapat perbedaan mendasar antara bisnis tradisional dengan e-Business. Perbedaan ini disebabkan oleh perubahan kebiasaan masyarakat yang mengikuti perkembangan teknologi. Adapun perbedaannya dapat diketahui dari gambar berikut beserta penjelasannya.



Sumber:

Gambar 1.2. Perbedaan Bisnis Tradisional dengan e-Business

Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui bahwa e-Business bukanlah sebuah proyek yang terdefinisi dengan pasti, melainkan sebuah perjalanan yang memerlukan visi dan prosedur yang non linear. Adapun perbedaanya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1. Perbedaan Bisnis Tradisional dengan e-Business

Organisasi Bisnis Tradisional “Berkembang Bertahap”	Karakteristik dari “Pejalanan e-Business”
<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdefinisi dengan jelas. 2. Tidak ada perubahan pada lingkungan dan teknologi bisnis. 3. Tekanan dan target waktu yang tinggi. 4. Pembelajaran yang berkelanjutan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definisi masa depan tidak jelas. 2. Perubahan pada lingkungan dan teknologi bisnis yang permanen dan tidak terduga. 3. Waktu dan kecepatan pemasaran adalah faktor kompetitif yang utama 4. Pembelajaran yang berkelanjutan dan dibutuhkan adaptasi yang cepat

1.8. Cakupan e-Business

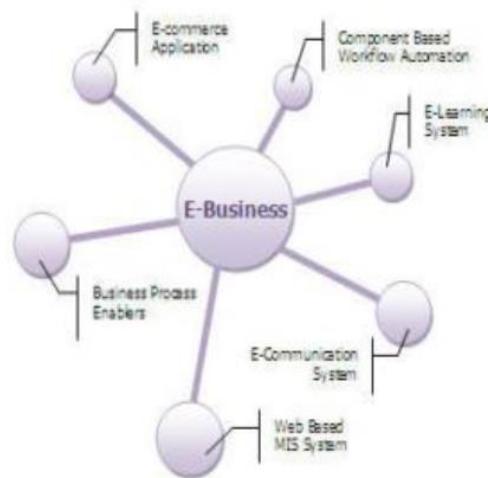
Cakupan atau spektrum e-Business dapat sangat luas wilayahnya tergantung dari masing-masing sudut pandang orang yang melihat definisi dari kata “bisnis” itu sendiri. Untuk dapat menangkap dimensi ruang lingkup pengertian e-Business, cara yang sering digunakan adalah dengan menggunakan prinsip 4 W yaitu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



Gambar 1.3. Cakupan e-Business

1. Prinsip *What*

E-Business memiliki cakupan jauh lebih luas tidak hanya pada aktifitas atau mekanisme transaksi yang dilakukan secara online/digital namun termasuk di dalamnya 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.



Gambar 1.4. Prinsip *What* pada Cakupan e-Business

2. Prinsip *Who*

Who adalah semua pihak yang melakukan interaksi dalam sebuah sistem bisnis/serangkaian proses bisnis yaitu pihak yang berkepentingan dalam ruang lingkup e-Business. Tujuh klasifikasi pihak yang sering dipergunakan dalam mengilustrasikan e-Business yaitu:

- a. Agent
- b. Business
- c. Consumer
- d. Device
- e. Employee
- f. Family
- g. Goverment

3. Prinsip *Where*

Dalam e-Business interaksi dan kegiatan e-Business dapat dilakukan dimana saja melalui berbagai kanal akses, sejauh pihak yang berkepentingan memiliki fasilitas elektronik/digital sebagai kanal akses.



Gambar 1.5. Prinsip *Where* pada Cakupan e-Business

4. Prinsip *Why*

Konsep e-Business 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-Business yang dilakukan oleh perusahaan memberikan dampak perusahaan dapat melihat berbagai peluang dan celah bisnis baru yang selama ini belum pernah ditawarkan kepada masyarakat.

1.9. Spektrum Value e-Business

Charles R. Rieger dan Mary P. Donato ada 5 keuntungan e-Business (*e-Business value spectrum*) menurut yaitu:

1. Efisiensi (*Efficiency*)

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

2. Efektifitas (*Effectiveness*)

Efektifitas dirasakan ketika terjadi perubahan-perubahan yang cukup signifikan dalam cara perusahaan melakukan aktifitas 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. Jangkauan (*Reach*)

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

4. Struktur (*Structure*)

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. Peluang (*Opportunity*)

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.

Berikut adalah contoh atau gambaran e-Business berdasarkan spektrum value e-Business di atas:

1. e-Auctioning, yaitu lelang yang memanfaatkan teknologi elektronik sebagai tempat terjadinya proses lelang.
2. e-Banking, kegiatan yang melakukan transaksi, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi sistem keamanan.
3. e-Commerce, transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet.
4. e-Directories, sebuah layanan pengiriman situs web di mana situs web ditambahkan ke kategori yang tepat dalam direktori online dicari yang meningkatkan visibilitas situs web dan menciptakan *inbound link* yang relevan dengan situs web tersebut.

5. e-Engineering, terciptanya pengembangan produk dinamis terpadu dan proses realisasi yang memiliki kelincahan dan kemahiran yang diperlukan untuk merespon tuntutan dunia e-Commerce.
6. e-Franchising, bentuk kerja sama bisnis atau usaha dengan memakai prinsip kemitraan, sebuah perusahaan yang sudah mapan baik itu dari segi sistem manajemennya, keuangannya maupun dari marketingnya serta adanya merek dari produk perusahaan yang sudah dikenal oleh masyarakat luas, dengan perusahaan ataupun individu yang memakai merek dari produk maupun sistem tersebut dengan memanfaatkan teknologi informasi.
7. e-Learning, sistem atau konsep pendidikan yang memanfaatkan teknologi informasi dalam proses belajar mengajar.
8. e-Mailing, suatu sarana untuk mengirim dan menerima surat atau pesan dengan format digital melalui jalur jaringan komputer dan internet.
9. e-Marketing, segala upaya yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media elektronik atau Internet.
10. e-Research, kegiatan riset yang menggunakan serangkaian fasilitas teknologi informasi dan komunikasi, sedemikian rupa sehingga melahirkan cara kerja dan metode riset baru.
11. e-Supply, proses Supply Chain yang di manage secara elektronik, biasanya menggunakan teknologi jaringan komputer.
12. e-Trading, suatu sistem perdagangan secara Online yaitu lewat perangkat teknologi internet, dimana dengan sistem ini investor tidak perlu lagi datang atau repot menelepon kantor pialang (broker).
13. e-Travel, semua kegiatan industry travel yang dikaitkan pada e-Commerce atau dengan kata lain travel yang di-online-kan.
14. e-Operational Resources Management.

1.10. Tren ke Arah e-Business

Seiring berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang mana tentunya menjadi penunjang utama bagi perkembangan e-Business, sehingga menjadi tren bagi beberapa aspek yang memanfaatkan e-Business, yang mana dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.2. Tren ke Arah e-Business

Kategori	Tren
Customer	<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 prekrutan- Mempertahankan karyawan terbaik
Teknologi	<ul style="list-style-type: none">- Menggunakan aplikasi web- Konvergensi infrastruktur- Penyedia layanan aplikasi (service provider)

1.11. Jenis e-Business

e-Businss sendiri terdapat beberapa jenis dan karakteristiknya masing-masing sesuai dengan siapa pelakuknya dan kepada siapa bisnis ini ditujukan. Adapun informasinya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.3. Jenis dan Karakteristik e-Business

Jenis e-Business	Karakteristik
B2C (Business to Cunsumer)	<ul style="list-style-type: none">- Antara organisasi dengan 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

1.12. Soal-Soal Latihan dan Evaluasi

1. Sebutkan pengertian e-Business!
2. Jelaskan bagaimana sejarah awal perkembangan e-Business!
3. Sebutkan apa saja Spektrum E-Business!
4. Sebutkan perbedaan Bisnis Tradisional dengan e-Business!
5. Sebutkan dan jelaskan jenis dan karakteristik e-Business!