

**MERUBAH PROSES MANAJEMEN**  
**(E-BISNIS)**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada bab ini dijelaskan beberapa hal dasar yang meliputi latar belakang, permasalahan, batasan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika pembahasan makalah ini. Dari uraian ini diharapkan gambaran umum permasalahan dan pemecahan makalah ini dapat dipahami.

Agar dapat beroperasi bisnis harus berhubungan dengan banyak bagian berbeda dari informasi mengenai pemasok, pelanggan, karyawan, tagihan, dan pembayaran. Dan tentu saja produk dan jasa mereka. Mereka harus mengelola aktifitas kerja yang menggunakan informasi ini untuk beroperasi dengan efisien, dan meningkatkan kinerja keseluruhan perusahaan. Sistem informasi memungkinkan perusahaan untuk mengelola seluruh informasinya, membuat keputusan yang lebih baik, dan meningkatkan pelaksanaan proses bisnis mereka.

Sistem informasi adalah proses meningkatkan bisnis yang terletak pada inti bisnis. Proses bisnis adalah arus kerja dari bahan baku, informasi dan pengetahuan (seperangkat aktifitas). Proses bisnis juga mengacu pada cara unik dimana manajemen memilih untuk mengoordinasikan pekerjaan setiap bisnis dapat dilihat sebagai sekumpulan proses bisnis. Beberapa dari proses ini adalah bagian dari proses yang mencakup lebih besar.

Pada prinsipnya, e-Business kerap didefinisikan sebagai “aktivitas yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung dengan proses pertukaran barang dan/atau jasa dengan memanfaatkan internet sebagai medium komunikasi dan transaksi”. Perkembangan teknologi komputer dan telekomunikasi (teknologi informasi) yang sangat pesat dewasa ini telah mengakibatkan terjadinya revolusi di dunia perdagangan dan industri. Jika dahulu transaksi bisnis yang harus dilakukan secara tatap muka (face-to-face), melibatkan sejumlah fasilitas dan sumber daya fisik (office and paper), dan mempertukarkan barang dan jasa terkait dengan uang kertas atau receh; maka pada saat ini transaksi serupa dapat dilakukan oleh siapa saja dan dari mana saja secara fleksibel (tanpa harus bertemu muka), dilakukan dengan menggunakan peralatan elektronik (komputer, personal digital assistant, dsb.) dan internet, dimana proses pembayaran dilakukan melalui mekanisme transfer informasi keuangan (credit card, digital money, dsb.). Para praktisi bisnis harus melihat fenomena ini

sebagai suatu tawaran kesempatan untuk dapat meningkatkan kinerja bisnis dari berbagai segi secara signifikan, karena banyak sekali hal yang dapat dilakukan seperti: memperbaiki efisiensi, efektivitas, transformasi industri, dan lain sebagainya. Intinya adalah, jika praktisi bisnis melihat adanya sumber daya fisik atau proses bisnis yang saat ini dapat didigitalisasikan, maka disitulah kesempatan konsep e-Business dapat diimplementasikan.

Syarat utama yang harus dipenuhi oleh sebuah perusahaan yang ingin mengimplementasikan konsep e-Business adalah bahwa manajemen perusahaan benar-benar memahami filosofi dasar dari konsep e-Business (bukan sekedar ikut-ikutan atau latah belaka). Setelah itu, barulah dua hal penting yang harus dimiliki, masing-masing adalah: kemauan dan kemampuan. “Kemauan” artinya adanya keinginan, inisiatif, komitmen, dan dukungan dari segenap pimpinan dan manajemen perusahaan untuk mengimplementasikan konsep e-Business di institusi yang dikelolanya. Mengapa aspek “kemauan” tersebut diperlukan karena sering kali inisiatif penerapan prinsip e-Business memerlukan paradigma dan pandangan baru terhadap bagaimana cara-cara mengelola bisnis (misalnya: prosedur kerja berbasis proses yang sifatnya lintas fungsi) dari segenap sumber daya manusia perusahaan. Bahkan tidak jarang ditemukan proyek penerapan eBusiness yang dilakukan secara simultan dengan program manajemen perubahan (change management). “Kemampuan” berarti perusahaan memiliki sumber daya yang cukup untuk mewujudkan “kemauan” tersebut, seperti: sumber daya manusia dengan kompetensi dan keahlian yang dibutuhkan, dukungan finansial yang memadai, keberadaan fasilitas teknologi informasi terkait (aplikasi, database, komputer, internet, dan infrastruktur), dan kerjasama kondusif dengan berbagai mitra bisnis.

## **1.2. Rumusan Masalah**

- 1.2.1. Apa yang dimaksud dengan Elektronik Bisnis ?
- 1.2.2. Apa saja yang terdapat dalam Elektronik Bisnis ?

## **1.3. Tujuan**

- 1.3.1. Untuk mengetahui apa yang dimaksud dengan Elektronik Bisnis.
- 1.3.2. Untuk mengetahui apa saja yang terdapat dalam Elektronik Bisnis.

## **BAB II**

### **PEMBAHASAN**

#### **2.1 Pengertian Elektronik Business**

E-business adalah penggunaan teknologi informasi dan komunikasi oleh organisasi, individu, atau pihak-pihak terkait untuk mengelola dan menjalankan proses bisnis utama sehingga dapat memberikan keuntungan. E-business mempunyai cakupan yang lebih luas daripada e-commerce, yaitu e-commerce itu sendiri, manajemen rantai persediaan, hubungan dengan kustomer, manajemen infrastruktur dan lain lain.

#### **2.2 Intranet**

Intranet adalah sebuah jaringan privat (private network) yang menggunakan protokol protokol Internet (TCP/IP), untuk membagi informasi rahasia perusahaan atau operasi dalam perusahaan tersebut kepada karyawannya. Untuk membangun sebuah intranet, maka sebuah jaringan haruslah memiliki beberapa komponen yang membangun Internet, yakni protokol Internet (Protokol TCP/IP, alamat IP, dan protokol lainnya), klien dan juga server. Beberapa perusahaan menggunakan intranet untuk membangun bisnisnya. Contohnya seseorang terhubung dengan partner bisnisnya menggunakan intranet yang kemudian mereka membentuk organisasi maya (organisasi virtual) dan kantor maya untuk menjalankan bisnisnya. Atau contoh yang paling sederhana adalah warnet (warung internet), warnet menggunakan intranet untuk menjalankan fungsinya. Komputer satu dengan yang lain dapat berkomunikasi atau mentransfer data. Keamanan Jaringan / Network Security memiliki definisi tentang keamanan jaringan dan perangkat keras yang bersangkutan. Perangkat keras seperti komputer, server dan perangkat jaringan merupakan satu kesatuan komponen yang bekerja sama untuk menciptakan hubungan dan saling terkoneksi untuk kebutuhan komunikasi data. Secara umum ada enam (6) langkah besar yang mungkin bisa digunakan untuk mengamankan jaringan & sistem komputer. Adapun langkah tersebut adalah:

1. **Membuat Komite Pengarah Keamanan**

Komite pengarah sangat penting untuk dibentuk agar kebijakan keamanan jaringan dapat diterima oleh semua pihak. Dengan adanya komite pengarah ini, akan memungkinkan terjadi interaksi antara orang teknik / administrator jaringan, user & manajer. Sehingga dapat dicari kebijakan yang paling optimal yang dapat di implementasikan dengan mudah secara teknis.

## 2. Mengumpulkan Informasi

Sebelum sebuah kebijakan keamanan jaringan di implementasikan, ada baiknya proses audit yang lengkap dilakukan. Tidak hanya mengaudit peralatan & komponen jaringan saja, tapi juga proses bisnis, prosedur operasi, kesadaran akan keamanan, aset.

## 3. Memperhitungkan Resiko

Resiko dalam formula sederhana dapat digambarkan sebagai:

Resiko = Nilai Aset \* Vulnerability \* Kemungkinan di Eksploit  
Nilai aset termasuk nilai uang, biaya karena sistem down, kehilangan kepercayaan mitra / pelanggan.

Vulnerability termasuk kehilangan data total / sebagian, system downtime, kerusakan/korupsi data.

## 4. Membuat Solusi

Untuk membuat solusi dapat menggunakan beberapa program, yaitu :

- a. Firewall
- b. Network Intrusion Detection System (IDS)
- c. Host based Intrusion Detection System (H-IDS)
- d. Application-based Intrusion Detection System (App-IDS)
- e. Anti-Virus Software
- f. Virtual Private Network (VPN)
- g. Dll

## 5. Implementasi & Edukasi / Pendidikan

Memberikan penjelasan kembali tentang system dan dampak dari prosedur keamanan yang baru kepada para user.

## 6. Terus Menerus Menganalisa, dan Meresponds

Sistem selalu berkembang, oleh karena itu proses analisa dari prosedur yang dikembangkan harus selalu dilakukan.

### **2.3 E-mail**

E-mail atau email adalah sarana kirim mengirim surat melalui jalur jaringan komputer (misalnya Internet). Definisi lain dari email dan e-mail, adalah metode bertukar pesan digital. Email merupakan salah satu aplikasi bisnis yang digunakan dalam e-commerce. Email berbasis LAN juga digunakan untuk bisnis.

### 2.3.1 Dokumen Jaringan

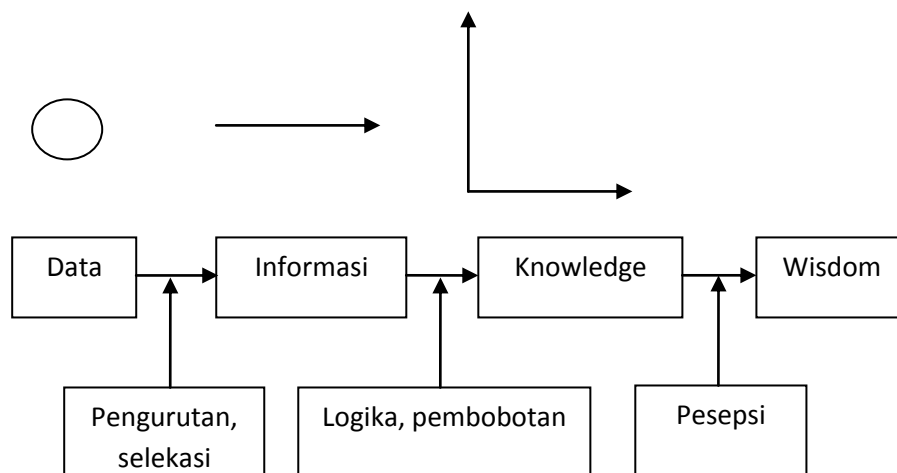
Dokumen jaringan adalah semua data dan informasi yang berbentuk digital pada komputer yang digunakan oleh sebuah jaringan untuk mengelola dan melaksanakan kegiatan bisnisnya.

### 2.3.2 Perangkat Lunak

Perangkat lunak sistem atau (system software) melaksanakan tugas-tugas mendasar yang diperlukan semua pengguna computer. Tugas-tugas ini berhubungan dengan perangkat keras, bukan dengan aplikasi yang dilaksanakan perusahaan. Komputer modern tidak mungkin digunakan tanpa perangkat lunak sistem. Perangkat ini biasanya disiapkan oleh pembuat perangkat keras atau perusahaan yang menhususkan diri dalam membuat perangkat lunak.

Komputer merupakan mesin yang memproses fakta atau data menjadi informasi. Komputer di gunakan orang untuk meningkatkan hasil kerja dan memecahkan berbagai masalah. Yang menjadi pemroses data atau pemecah masalah itu adalah perangkat lunak.

Bentuk terkecil dari perangkat lunak adalah operasi aritmatik (+, -, :, x) dan logika (AND, OR, >, <, =). Dari operasi dasar ini di susun program / perangkat lunak.



Gb 3.1 Tingkat Pemroses

Tingkat pemrosesan yang di kerjakan perangkat lunak pun dari machine-like, mulai berubah seperti human-like. Di dalam teori informasi, di susun hirarki informasi, mulai dari data/ fakta, kemudian setelah proses seleksi dan pengurutan menjadi sesuatu yang berguna menjadi informasi. Informasi yang di susun secara sistematis

dengan suatu alur logika tertentu menjadi knowledge. Dan pada akhirnya gabungan knowledge yang di gabung dari berbagai sisi guna membangun wisdom.

Data yang di proses pun telah banyak berubah, yang semula hanya berupa data bilangan dan karakter merambah ke audio visual (bunyi, suara, gambar, film). Sejauh perkembangan hingga saat ini, seluruh proses menggunakan format data digital dengan satuan bit (binary digit).

### **2.3.3 Kelompok yang Meluas**

Merupakan suatu kelompok yang dulunya berasal dari suatu tempat dan telah mempunyai nama dan kelompok ini memiliki jaringan yang tersebar luas di kota ataupun daerah lainnya ,seperti: Himpunan atau komunitas dan mempunyai jaringan yang lainnya.

### **2.3.4 Mengefektifkan Komunikasi dan Kendali**

Terhadap pesan yang dikomunikasikan bagaimana efeknya dapat diramalkan bagaimana timbul pada komunikan. Upaya untuk hal tersebut dengan menciptakan “the condition of success in communication”, yakni kondisi yang harus dipenuhi jika menginginkan suatu pesan dapat membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki. Kondisi tersebut adalah

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan.
2. Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
4. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan komunikan yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikan berada pada saat digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

Selanjutnya seorang komunikator harus meneliti sedalam-dalamnya tujuan komunikan (know your audience) meliputi hal-hal :

1. Waktu yang tepat untuk suatu pesan
2. Bahasa yang harus dipergunakan agar pesan dapat dimengerti
3. Sikap dan nilai yang harus ditampilkan agar efektif

#### 4. Jenis kelompok di mana komunikasi akan dilaksanakan

Perlu juga diperhatikan bahwa komunikasi dapat dan akan menerima sebuah pesan jika terdapat kondisi berikut secara simultan: Komunikasi dapat dan benar-benar mengerti pesan komunikasi. Pada saat komunikasi mengambil keputusan, komunikasi sadar bahwa keputusannya itu sesuai dengan tujuannya. Pada saat komunikasi mengambil keputusan, komunikasi sadar bahwa keputusan itu bersangkutan dengan kepentingan pribadinya. Komunikasi mampu untuk menepati baik secara mental maupun secara fisik. Selanjutnya fakta fundamental yang harus diperhatikan oleh komunikator, bahwa komunikasi terdiri dari berbagai orang yang saling berinteraksi satu sama lain dalam suatu jaringan pranata sosial, maka setiap orang merupakan subjek bagi berbagai pengaruh diantaranya adalah pengaruh dari komunikator. Komunikasi membaca, mendengarkan, menonton komunikasi yang menyajikan pandangan hubungan pribadi yang mendalam. Tanggapan yang diinginkan komunikator dari komunikasi harus menguntungkan bagi komunikasi, jika tidak komunikasi tidak akan memberikan tanggapan.

## 2.4 Organisasi Virtual Elektronik Market

Organisasi virtual adalah organisasi yang bersifat maya, terbentuk karena inovasi teknologi informasi yang memungkinkan beberapa aktivitas perusahaan dilakukan tanpa kendala lokasi secara fisik. Untuk melakukan kegiatan organisasi, tidak perlu ditempatkan pada sebuah tempat yang mempertemukan secara langsung anggotanya, tetapi dapat diakses dimana saja. Yang umum digunakan adalah dengan media internet.

Elektronik market adalah sebuah jaringan dari interaksi dan kerja sama, dimana informasi, produk, jasa dan pembayarannya dipertukarkan, tetapi “tempat”nya adalah elektronik. Pusat bisnisnya bukan berupa gedung, bangunan tetapi sebuah jaringan komputer. Disini para pembeli dan penjual berada di tempat yang berbeda dan selalu berubah-ubah.

## 2.5 E-Business Effects on Value Chain Activities

<i>Value Chain — Primary Activities</i>	<i>E--Business Opportunity</i>
a. Inbound logistics	<ul style="list-style-type: none"><li>• akuisisi produk yang dapat didigitalkan</li><li>• pengurangan inventory buffers</li></ul>
b. Operasi	<ul style="list-style-type: none"><li>• produksi yang lebih cepat dan akurat</li></ul>



c. Outbound logistics	<ul style="list-style-type: none"> <li>• distribusi produk yang dapat didigitalkan</li> <li>• pelacakan status berkelanjutan</li> </ul>
d. Penjualan dan Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• peningkatan pelayanan kepada pelanggan</li> <li>• pengurangan biaya iklan</li> <li>• periklanan dengan lebih efektif</li> </ul>
e. Pelayanan dan dukungan Purnajual	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mengurangi biaya</li> <li>• ketersediaan service 24/7</li> </ul>

#### Aktivitas Utama

a. Inbound Logistics (material receiving and storing) e-bisnis dapat meningkatkan aktivitas inbound logistic :

- Akses atas informasi yang akurat dan tepat waktu mengenai status pengiriman memungkinkan organisasi untuk mengurangi jumlah persediaan penyangga (inventory buffer).
- Untuk produk yang dapat digitalkan seperti buku, CD, software dan informasi maka fungsi inbound logistic dapat dilakukan secara elektronik. Hal ini akan berpengaruh pada penghematan biaya karena pembeli tidak dibebani biaya dan waktu yang berhubungan dengan penerimaan produk, penyimpanan digudang dan pengiriman.

b. Operasi Internal (Manufacture)

Pemanfaatan TI secara signifikan meningkatkan efisiensi operasi internal perusahaan. Khususnya perusahaan-perusahaan berteknologi tinggi misalnya industri perakitan mobil, komputer, elektronik dan lain-lain.

c. Outbound Logistic (distribution; order processing)

E-bisnis dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas outbound logistic.

- Akses yang tepat waktu dan akurat mengenai informasi rinci pengiriman memungkinkan penjual mengurangi biaya transportasi melalui cara pengiriman gabungan ke pelanggan yang lokasinya berdekatan.
- Untuk produk yang dapat digitalkan seperti buku, CD, software dan informasi maka fungsi outbound logistic dapat dilakukan secara elektronik yang dapat menghindari biaya pengiriman, waktu dan biaya untuk pemilihan dan pengepakan barang.

d. Penjualan dan Pemasaran (advertising, selling)

Aktivitas penjualan dan pemasaran dapat dilakukan secara elektronik dengan membuat katalog produk pada website perusahaan agar pelanggan dapat secara otomatis menginput pesanan-pesanan penjualan sehingga dapat mengurangi jumlah staf penjualan dan meniadakan telepon, surat-surat dan fax. E-bisnis dapat meningkatkan efektivitas pengiklanan dan mengurangi biayanya.

e. Pelayanan dan Dukungan Purnajual (repair and maintenance)

E-bisnis secara signifikan dapat meningkatkan kualitas dukungan purnajual kepada pelanggan dengan membuat fasilitas layanan pelanggan didalam tampilan website perusahaan.

## 2.6 Pengaruh E-Business Atas Aktivitas – Aktivitas Value Chain

Value Chain — Support ActivitiesSupport Activities	E-Business Opportunity
a. Purchasing b. Human Resources c. Infrastructure	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identifikasi Sumber dan lelang terbalik Identifikasi (Reverse auction)</li><li>• Pelayanan Mandiri karyawan</li><li>• EFT, FEDI, other electronic payments</li></ul>

### Aktivitas Pendukung

a. Pembelian (Purchasing)

Internet dapat meningkatkan aktivitas pembelian dengan cara mempermudah perusahaan mengidentifikasi calon pemasok dan membandingkan harga.

b. Sumber Daya Manusia (human resources)

TI memperbaiki efisiensi dan efektifitas SDM. Tugas-tugas administrasi yang selama ini dilakukan oleh banyak karyawan dapat dikurangi sehingga karyawan dapat memusatkan perhatiannya pada aktivitas yang bernilai tambah seperti negosiasi syarat-syarat kontrak.

c. **Infrastruktur Perusahaan (firm infrastructure)**

TI dapat meningkatkan efisiensi bagian penting dari infrastruktur perusahaan seperti proses penghitungan akuntansi dan akuntansi yang tepat dalam hal pembayaran dari para pelanggan.

## **2.7 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan E-Business**

Terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan agar keberhasilan dalam menjalankan e-business dapat tercapai, antara lain:

- a. Pemilihan Teknologi yang tepat
- b. Penyiapan Sumber Daya
- c. Gunakan jasa Web-Hosting
- d. Pengembangan diserahkan pihak ketiga.
- e. Kerjasama dengan Institusi Penyedia jasa Internet
- f. Tingkat kesesuaian dan dukungan aktivitas e-business atas strategi keseluruhan perusahaan.
- g. Kemampuan untuk menjamin bahwa e-business memenuhi tiga karakteristik kunci yang dibutuhkan dalam transaksi bisnis apapun, yaitu:
  - Validity, yaitu kedua pihak dalam transaksi harus dapat menyatakan keaslian identitas keduanya untuk memastikan bahwa transaksi tersebut valid dan sah.
  - Integrity, yaitu kedua pihak harus yakin bahwa informasi yang dipertukarkan akurat, dan tidak dapat diubah selama proses transaksi.
  - Privacy, yaitu kerahasiaan transaksi bisnis dan informasi apapun yang dipertukarkan harus disimpan dengan baik.

## **2.8 Efek Positif dan Negatif E-Business**

- a. Positif
  - 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).
- b. Negatif
- 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, praktek bisnis yang tidak benar, dan kesalahan faktor manusia atau kesalahan sistem elektronik.

## **2.9 Faktor-Faktor Penyebab Kegagalan E-Business**

- a. Tidak ada komitmen yang utuh dari manajemen puncak.
- b. Penerapan e-business tidak diikuti proses change management.
- c. Tidak profesionalnya vendor teknologi informasi yang menjadi mitra bisnis.
- d. Buruknya infrastruktur komunikasi.
- e. Tidak selarasnya strategi TI dengan strategi perusahaan.
- f. Adanya masalah keamanan dalam bertransaksi.
- g. Kurangnya dukungan financial.
- h. Belum adanya peraturan yang mendukung dan melindungi pihak-pihak yang bertransaksi (cyberlaw).
- i. Menggunakan target jangka pendek sebagai pijakan investasi e-business.