

KERANGKA E – BUSINESS

Definisi E-Business

- A. E-business adalah praktek pelaksanaan dan pengelolaan proses bisnis utama seperti perancangan produk, pengelolaan pasokan bahan baku, manufaktur, penjualan, pemenuhan pesanan, dan penyediaan servis melalui penggunaan teknologi komunikasi, komputer, dan data yang telah terkomputerisasi. (Steven Alter. Information System: Foundation of E-Business. Prentice Hall. 2002)
- B. E-business meliputi semua hal yang harus dilakukan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) untuk melakukan kegiatan bisnis antar organisasi maupun dari organisasi ke konsumen. (Sid L. Huff, dkk. 2000. Cases in Electronic Commerce. McGraw-Hill)
- C. E-business adalah mengenai penggunaan teknologi internet untuk melakukan transformasi proses bisnis yang dilakukan. Bentuk e-business yang paling mudah terlihat adalah pembelian barang secara online baik retail maupun grosir. (Samantha Shurety.1999. E-business with Net.Commerce. Prentice Hall)
- D. Definisi e-business menurut IBM adalah sebuah pendekatan yang aman, fleksibel, dan terintegrasi untuk memberikan nilai bisnis yang berbeda dengan mengkombinasikan sistem dan proses yang menjalankan operasi bisnis utama dengan pemanfaatan teknologi internet. (Christoper Stoole. 2000. E-business – Just What is It? <http://ebusiness.about.com/industry>)
- E. Menghubungkan sistem teknologi informasi tradisional dengan internet akan menjadi sebuah e-business. (Daniel Amor. 2000. The E-business Revolution. Prentice Hall)
- F. E-business adalah mengelola bisnis di internet yang terkait dengan pembelian, penjualan, pelayanan terhadap konsumen, dan kolaborasi antar rekan bisnis. Istilah e-business pertama kali digunakan salah satunya oleh IBM pada tahun 1997. (SearchCIO.com)
- G. Perusahaan di internet; Penggunaan internet untuk pengelolaan bisnis misalnya untuk menghubungkan dengan konsumen, supplier, pekerja, dan rekan bisnis.; Perusahaan yang menggunakan teknologi internet. (MSN Encarta)
- H. Definisi e-business secara sederhana adalah penggunaan internet untuk berhubungan dengan konsumen, rekan bisnis, dan supplier. Penggunaan internet menyebabkan proses bisnis menjadi lebih efisien. Dalam penggunaan e-business, perusahaan perlu untuk membuka data pada sistem informasi mereka agar perusahaan dapat berbagi informasi dengan konsumen, rekan bisnis, dan supplier dan dapat bertransaksi secara elektronik dengan mereka memanfaatkan internet. Beda e-business dengan e-commerce adalah e-commerce hanya berupa transaksi secara elektronik di internet sedangkan e-business termasuk juga pertukaran informasi secara online misalnya sebuah perusahaan manufaktur membagi informasi persediaan bahan baku ke supplier, sebuah lembaga keuangan membagi informasi tentang perbankan, credit card, dll dengan konsumen mereka, dan sebagainya. (Executive Guides: Business To Customer www.netessence.com.cy)

Bentuk – Bentuk E-Business

1. E-Government

E-Government (EG) mengacu kepada penggunaan teknologi informasi oleh pemerintah untuk bertukar informasi dan pelayanan kepada penduduk, perusahaan-perusahaan, dan pemerintahan lainnya. Bentuk e-government ada 4 macam, yaitu government-to-customer, government-to-business, government-to-employees, dan government-to-government. (<http://en.wikipedia.org/wiki/E-government>). E-Government dilakukan oleh pemerintah dan menggunakan teknologi informasi. Teknologi informasi tersebut digunakan untuk mendukung proses bisnis-nya berupa pertukaran informasi dan pelayanan kepada penduduk, perusahaan, dan pemerintah lainnya. E-Government dapat memberikan keuntungan berupa kemudahan dalam pembuatan KTP, pembayaran pajak, penyediaan data demografi, dan sebagainya. E-Government adalah e-bisnis yang dilakukan oleh pemerintah untuk menjalankan proses bisnisnya, yaitu pemerintahan dan layanan masyarakat.

2. E-Commerce

E-Commerce (EC) adalah pembelian dan penjualan barang atau jasa melalui sistem elektronik seperti internet dan jaringan komputer lainnya. (<http://en.wikipedia.org/wiki/E-commerce>). E-Commerce adalah bagian dari e-business karena adanya penggunaan teknologi informasi berupa internet dan jaringan komputer lainnya untuk menjalankan proses bisnis utama berupa pembelian dan penjualan.

3. E-Learning

E-Learning adalah istilah payung yang menggambarkan pembelajaran yang dilakukan menggunakan komputer, biasanya terkoneksi dengan jaringan, dan memberikan kita kesempatan untuk belajar hampir setiap waktu, di manapun. (<http://www.worldwidelearn.com/elearning-essentials/index.html>). E-Learning dapat menjadi bagian dari e-business jika pembelajaran menjadi salah satu proses bisnis utama dari organisasi. Misalnya, perusahaan yang menyediakan e-learning bagi pembelajaran karyawan pada intranetnya. Contoh yang lain, Cisco Systems yang membuka kelas online. Cisco dalam satu tahun dapat menghasilkan 16 Dollar untuk setiap 1 Dollar yang dihabiskan pada program e-learning. (Tom Kelly, Nader Nanjiani, *The Business Case for E-Learning*, Cisco Press, 2004)

4. E-Shop

Sebuah tempat untuk menggelar (menampilkan, memamerkan) barang dagangan yang terhubung dengan jaringan internet. Dalam penggunaannya, kata toko online sendiri memiliki beberapa persamaan istilah, baik dalam bahasa Indonesia atau bahasa asing, mengingat untuk ilmu teknologi komunikasi peran bahasa asing malah lebih dominan dan terkadang lebih bisa diterima (contohnya, kita lebih familiar dengan kata upload dibanding unggah).

Dalam E-Business sendiri,terdapat factor-faktor di dalamnya. Yaitu :

a. Pelaku E-business:

Organisasi, konsumen, perusahaan, supplier, pekerja dan rekan bisnis

b. Alat/Media/Sumber Daya yang digunakan

1. Teknologi informasi dan komunikasi
2. Komputer(data yang telah terkomputerisasi)
3. Internet

c. Kegiatan Sasaran

1. Kegiatan bisnis
2. Proses bisnis utama
3. Pembelian, penjualan, pelayanan, transaksi

d. Tujuan

1. Koordinasi, komunikasi dan pengelolaan organisasi
2. Transformasi proses bisnis
3. Sharing informasi

Jenis – Jenis Hubungan Dalam E-Business

		Service Consumer		
		Consumer	Business	Administration
Service Provider	Consumer	Consumer-to-Consumer (C2C) e.g., classified ad on a personal homepage	Consumer-to-Business (C2B) e.g., web page with personal ability profile	Consumer/Citizen-to-Administration (C2A) e.g., citizen evaluates public environment project
	Business	Business-to-Consumer (B2C) e.g., products and services in one eShop	Business-to-Business (B2B) e.g., order with suppliers (supply chain)	Business-to-Administration (B2A) e.g., electronic services for public administration
	Administration	Administration-to-Consumer/Citizen (A2C) e.g., possibility of electronic elections	Administration-to-Business (A2B) e.g., public advertisement of project plans	Administration-to-Administration (A2A) e.g., forms of cooperation in virtual communities

Fig. 1.1: Various electronic business relationships

Dari gambar diatas,dapat dijelaskan bahwa E-business dalam aplikasinya memiliki hubungan antar pihak yang berada di dalamnya yakni Customer to Customer, Customer to Business, Customer to Government, Business to Business, Business to Customer, Business to Government, Government to Customer, Government to Business, dan Government to Government.

Hubungan itu sendiri muncul dari bermacam – macamnya jenis kegiatan dalam e-business itu sendiri. B2C misalnya, dalam e-business, pihak bisnis melakukan komunikasi dengan konsumennya. Baik itu berbentuk pengiklanan produk maupun kegiatan purna jual seperti pengurusan garansi. Begitu juga dari pihak konsumen. Konsumen dapat memberikan masukan ataupun kritik bagi pihak bisnis maupun pemerintah melalui tulisan – tulisannya di e-bisnis (C2B / C2C). Pemerintah pun menggunakan e-bisnis untuk memberikan pelayanan bagi masyarakat maupun pihak bisnis. Contoh dari masing – masing hubungan itu diantaranya ialah :

1. Toko elektronik (B2C)
2. Penyediaan bahan baku (B2B)
3. E-Voting (G2C)

Tujuan dan Manfaat Implementasi Dari E-Business

Tujuan implementasi e-business adalah mendukung efisiensi dan integritas pengolahan data sumber daya manusia, keuangan, supply chain management / Logistic management. Selain itu juga berfungsi sebagai sarana komunikasi dan informasi bagi public dan stakeholder lainnya. Dengan berbasiskan internet, system ini dapat diakses di mana saja sesuai dengan hak akses yang telah ditentukan.

Manfaat implementasi e-Business adalah :

- § Meningkatkan kerja operasional perusahaan,
- § Meningkatkan peluang akses ke pasar, pemasok, dan pendanaan yang sangat luas.
- § Meningkatkan efisiensi perusahaan
- § Mempermudah pengelolaan asset perusahaan
- § Meningkatkan kualitas layanan terhadap pelanggan
- § Meningkatkan komunikasi seluruh stakeholder
- § Mengatasi kesenjangan digital
- § Media mempromosikan kompetensi perusahaan
- § Memperlancar kegiatan ekonomi
- § Memperlancar transaksi bisnis
- § Sarana penyebaran informasi secara luas Dll.

Manfaat Lain Bagi Organisasi

- § Memperluas pasar hingga mencakup pasar nasional dan internasional, sehingga dapat menjangkau pelanggan yang cukup luas, memilih pemasok terbaik, dan menjalin mitra bisnis yang paling sesuai.
- § Menekan biaya dokumentasi.prosedur, penyimpanan dokumen berbasis kertas
- § Dapat mengcreate produk baru dengan cepat
- § Menekan biaya persediaan dan overhead dengan cara memfasilitasi manajemen rantai nilai yang prosesnya berawal dari pesanan pelanggan dan menggunakan teknik just in time dalam system stock order

- § Memungkinkan perusahaan untuk menekankan mass customization terhadap produk dan jasa
- § Menekan waktu antara pembayaran dan penerimaan produk
- § Meningkatkan produktivitas karyawan melalui rekayasa ulang proses bisnis
- § Menekan biaya telekomunikasi
- § Pencitraan perusahaan akan meningkat
- § Layanan pelanggan lebih baik
- § Biaya-biaya transportasi semakin murah
- § Menemukan mitra bisnis yang baru dan lebih sesuai.

Bagi Konsumen

- § Memungkinkan konsumen berbelanja atau melakukan transaksi setiap saat 24 jam dan dari seluruh tempat
- § Memberikan pilihan produk dan pemasok yang lebih banyak kepada konsumen
- § Memungkinkan konsumen dalam mendapatkan produk dan jasa yang lebih murah, karena konsumen bisa berbelanja di banyak tempat dengan waktu yang cepat
- § Dalam produk yang terdigitalisasi, e-business memungkinkan pengiriman produk secara cepat dan real time
- § Memungkinkan pelanggan memperoleh informasi relevan dan rinci dalam satuan detik
- § Memungkinkan pelanggan berinteraksi dengan pelanggan lainnya dalam electronic communities dan saling bertukar informasi
- § Memfasilitasi kompetisi yang mengarah pada diskon substansial bagi pelanggan.

Bagi Masyarakat

- § Memungkinkan lebih banyak orang bekerja di rumah dan lebih jarang bepergian untuk berbelanja, sehingga kemacetan dan polusi udara dapat berkurang
- § Memungkinkan beberapa jenis barang dijual dengan harga lebih murah, sehingga mudah terjangkau oleh banyak masyarakat

§ Memungkinkan masyarakat di Negara berkembang dan kawasan pedalaman menikmati produk dan jasa yang relative langka di tempat tinggalnya.

Faktor-faktor penyebab kegagalan E-business

§ Penerapan e-business tidak diikuti change management

§ Tidak profesionalnya vendor teknologi informasi yang menjadi mitra bisnis

§ Buruknya infrastruktur komunikasi

§ Tidak selarasnya strategi TI dengan strategi perusahaan

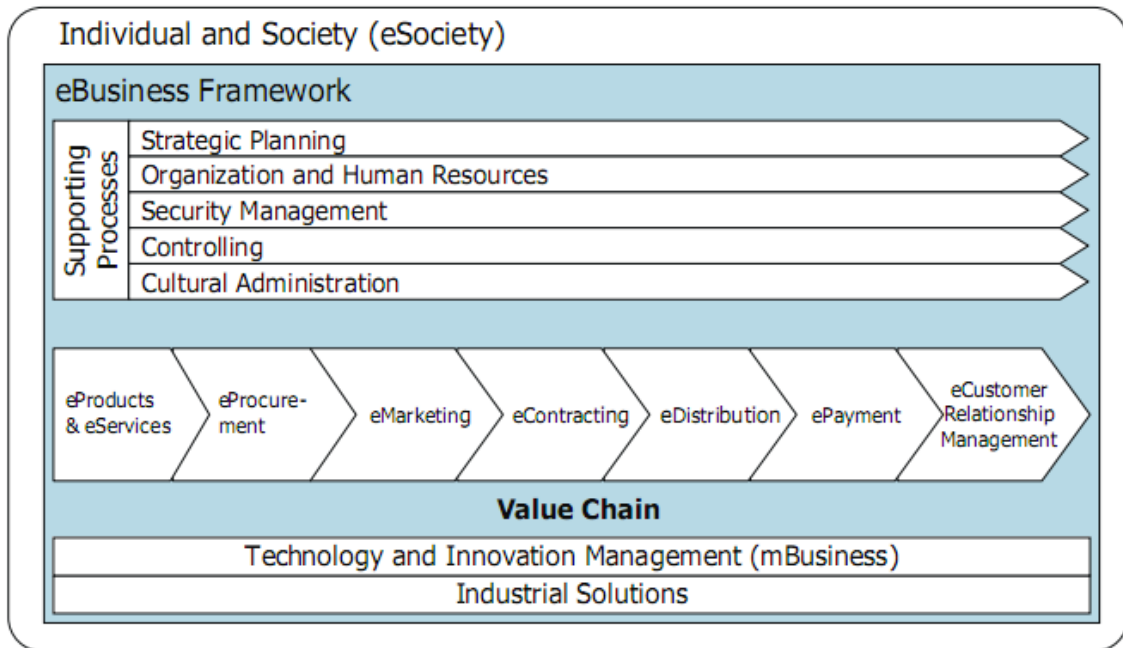
§ Adanya masalah keamanan dalam berinteraksi

§ Kurangnya dukungan financial

§ Belum adanya peraturan yang mendukung dan melindungi pihak-pihak yang berinteraksi [cyberlaw]

§ Menggunakan target jangka pendek sebagai pijakan investasi e-business

Value Chain



E-business berkaitan secara menyeluruh dengan proses bisnis termasuk value chain: pembelian secara elektronik (electronic purchasing), manajemen rantai suplai (supply chain management), pemrosesan order elektronik, penanganan dan pelayanan kepada pelanggan, dan kerja sama dengan mitra bisnis. Supply Chain Management adalah koordinasi dari semua aktivitas pendukung dalam organisasi mulai dari pemasok (supplier) sampai pada pengiriman produk ke pelanggan.

Value Chain Integration

Perusahaan didirikan karena adanya suatu permintaan pelanggan dan pasar terhadap produk atau jasa tertentu. Dengan sumber daya yang ada, perusahaan akan berusaha untuk mengubah berbagai bahan mentah yang ada sebagai input untuk menjadi output berupa produk yang diinginkan pelanggan. Pada e-bisnis sendiri, bentuk value chain yang muncul ialah seperti gambar di atas. Dapat dilihat pada penggunaan e-bisnis pada suatu perusahaan tidak hanya untuk bidang pemasaran saja. Tapi juga untuk urusan lain seperti penggunaan e-products dan e-service, e-procurement, e-marketing, e-contracting, e-distribution, e-payment, dan e-CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- <http://journal.uui.ac.id>
- <http://caysing88.wordpress.com>
- <http://www.gangsir.com>
- <http://ewawan.com>
- <http://elektroundip2002.files.wordpress.com>
- <http://muthiamurdiani.blogspot.com>
-