

Elektronik Bisnis

Mata Kuliah E-Bisnis Kelas R

Dosen Pengampu : Supangat, S.Kom., M.Kom.



Disusun Oleh :

Nova Dwi Lestari

(1211900010)

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

2021

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

E-Business (Electronic Business) bukanlah sebuah istilah yang asing di telinga para praktisi bisnis di jaman moderen saat ini. Perkembangan teknologi komputer dan telekomunikasi yang disertai dengan bermacam perubahan paradigma dalam mengelola bisnis di era globalisasi telah menempatkan internet sebagai medium berinteraksi yang begitu menjanjikan. Keberadaannya tidak saja menawarkan kemudahan bagi perusahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya, namun karakteristiknya mampu untuk memberikan manfaat signifikan bagi perkembangan industri dimana perusahaan itu berada.

Lihatlah bagaimana implementasi pertukaran barang dan jasa melalui medium elektronik (E-Business) tidak hanya telah membantu perusahaan dalam menurunkan total biaya pengeluaran untuk keperluan operasional sehari-hari, namun ternyata banyak sekali potensi sumber pendapatan baru yang ditawarkan oleh konsep tersebut. Alasan lain kenapa konsep E-Business menjadi primadona pada kerangka bisnis moderen adalah karena adanya data statistik yang membuktikan semakin tingginya nilai bisnis yang terjadi di dunia maya, yang dari waktu ke waktu tumbuh menyaingi yang terjadi di dunia nyata. Itu sebabnya saya tertarik untuk mengangkat materi Elektronik Bisnis ini.

2.1 Rumusan Masalah

Materi ini menjelaskan tentang Bagaimana awal perkembangan E-Bisnis, dan Apa aplikasi dan cakupan dari E-Bisnis itu sendiri

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

- Pada tahun 1970-an, Aplikasi e-Business pertama kali dipergunakan dan dikembangkan sebagai transaksi pembayaran melalui internet yang disebut dengan Electronic Fund Transfer (EFT). Pada tahun 1990 dimana teknologi WWW, semakin maju karena mampu menampilkan gambar, suara bahkan video. Pada tahun 2000-an, perkembangan e-Business, semakin signifikan dimana perusahaan di penjuru dunia telah beralih konsep pemasaran melalui Internet. (Structures, n.d.)
- E-business merupakan sebuah peluang dan dapat dilihat dari berbagai aspek dimensi antara menggunakan prinsip 4W (What, Who, Where and Why). (Supangat, 2020)
- Ketika mempelajari empat karakteristik utama dari entiti-entiti yang dapat didigitalisasi inilah maka terciptalah suatu “hukum” baru yang dinamakan sebagai ekonomi digital. Dan ekonomi ini berkembang menjadi internet economy jika prinsip-prinsip tersebut dimanfaatkan oleh para users atau komunitas untuk melakukan aktivitas perdagangan di dunia maya melalui internet. (Widodo et al., 1973)
- Perdagangan elektronik (e-Commerce) merupakan bagian dari e-Business, dimana jangkauan e-Business lebih luas, tidak sekedar perniagaan tetapi juga kolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, sumber daya manusia, dll. (Structures, n.d.)
- Menerapkan konsep e-Business bukan berarti proses bisnis menjadi bebas hambatan, karena tentu saja setiap langkah yang ditempuh memiliki sisi positif dan negatifnya, (Structures, n.d.)
- Setiap bisnis tentu tidak dapat berjalan sendiri tanpa adanya interaksi dengan pihak eksternal dari organisasi itu sendiri, Karena itu di dalam aplikasi e-Business haruslah terdapat fitur-fitur yang dapat memfasilitasi kegiatan tersebut, antara lain ERP (*Enterprise Resource Planning*), CRM (*Customer Relationship management*), dan SCM (*Supply Chain Management*). (Structures, n.d.)
- Spectrum akan mempermudah manajemen perusahaan dalam menyusun strategi e-business-nya, terutama dalam hal menentukan prioritas pengembangan teknologi informasinya, Ada keuntungan yang ditawarkan oleh spektrum value e-business, yaitu Efisiensi (Efficiency), Efektifitas (Effectiveness), Jangkauan (Reach), Struktur (Structure), Peluang (Opportunity). (Widodo et al., 1973)

BAB III

PEMBAHASAN

3.1. Awal Perkembangan e-Business

Pada tahun 1970-an, Aplikasi e-Business pertama kali dipergunakan dan dikembangkan sebagai transaksi pembayaran melalui internet yang disebut dengan Electronic Fund Transfer (EFT). Dalam perkembangan berikutnya, diketemukannya Elektronik Data Interchange (EDI) yang berguna 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 namun mampu juga menampilkan data gambar, suara, animasi bahkan video. Pada tahun 2000-an, perkembangan e-Business, semakin signifikan dimana banyak perusahaan-perusahaan di Amerika, Eropa, Asia bahkan Indonesia telah beralih konsep pemasaran melalui Internet. (Structures, n.d.)

3.2. Cakupan E-Bisnis

Mohan Sawhney mendefinisikan E-Business sebagai “Penggunaan jaringan elektronik dan teknologi terkait untuk mengaktifkan, meningkatkan, mengubah, atau menemukan proses bisnis untuk menciptakan nilai unggul bagi pelanggan”. (Supangat, 2020)

1. Dimensi WHAT

Banyak orang mempertukarkan istilah E-Business dengan E-Commerce. Secara prinsip, pengertian E-Commerce hanya memfokuskan diri pada aktivitas/mekanisme transaksi yang dilakukan secara elektronik/digital, E-Business memiliki wilayah yang jauh lebih luas

2. Dimensi WHO

Yang terlibat di E-Business yaitu semua pihak atau entiti yang melakukan interaksi dalam sebuah sistem bisnis/proses bisnis (business process), ada tujuh (A sampai G) klasifikasi entiti yang selalu dipergunakan dalam mengilustrasikan E-

Business, yaitu : Agent, Business, Consumer, Device, Employee, Family, dan Government.

3. Dimensi WHERE

Kegiatan E-Bisnis dapat dilakukan dimana pun, sejauh pihak yang berkepentingan memiliki fasilitas elektronik/digital sebagai kanal akses (access channel). Berbeda dengan bisnis konvensional dimana transaksi biasa dilakukan secara fisik/langsung di area perusahaan yang bersangkutan,

4. Dimensi WHY

Para praktisi bisnis di seluruh dunia sepakat untuk mengimplementasikan E-Business secepat mungkin sebagai model bisnis di masa mendatang karena Penerapan konsep E-Business secara efektif dapat menguntungkan perusahaan, seperti banyaknya komponen biaya tinggi yang dapat dihemat (cost cutting), dan dapat memberikan peluang kesempatan untuk meningkatkan level pendapatan (revenue generation) perusahaan.

3.3 Ekonomi Digital

Fasilitas yang ditawarkan oleh E-Bisnis adalah suatu bentuk interaksi yang sangat efisien (lebih cepat, lebih murah, dan lebih baik dibandingkan dengan dunia nyata. Namun ada persamaan mendasar yang berlaku bagi di dunia nyata maupun dunia maya, yaitu tetap berlakunya hukum ekonomi, yaitu “suatu aktivitas untuk mencapai penghasilan sebesar-besarnya dengan pengorbanan yang sekecil-kecilnya”, karena hal tersebut bagian dari prinsip hidup dari seorang manusia. (Widodo et al., 1973)

Hal tersebut akan sangat menarik untuk dicermati ketika mempelajari empat karakteristik utama dari entiti-entiti yang dapat didigitalisasi, yaitu:

1. Sangat mudah untuk diduplikasi, Contohnya sebuah film video berdurasi 2 jam dapat di “copy” hanya berkisar kurang dari 10 menit. Bahkan setelah proses duplikasi usai, sangat sulit untuk membedakan entiti mana yang asli dan duplikat, karena bit tersebut secara teknis bersifat identik. Artinya,

“pengorbanan waktu” yang sedemikian besar pada hukum ekonomi menjadi berkurang intensitasnya.

2. Sangat murah untuk menduplikasikannya, karena selain media penyimpanannya murah, proses penduplikasiannya-pun tidak memerlukan sumber daya yang mahal. Semakin banyak sebuah entiti digital di duplikasikan, akan semakin kecil biaya variabel per kepingnya, maka hampir mendekati nol. Artinya, sumber daya tersebut menjadi tidak terbatas, yang tentu saja “bertentangan” dengan aspek hukum ekonomi yang menyatakan bahwa mayoritas sumber daya sifatnya sangat terbatas.
3. Mudah dilakukan proses restrukturisasi bit, Contohnya sebuah file foto digital berwarna hanya dalam waktu “sekejap” dapat berubah menjadi foto hitam putih, yang artinya akan mengurangi tantangan praktisi bisnis untuk menyusun strategi pemakaian sumber daya walaupun tidak dapat diingkari bahwa keadaan ini justru meningkatkan kuantitas para pesaing (low barrier to entry).
4. Dapat memperbaiki kualitas sumber daya fisik, Dibuktikan dengan adanya sumber daya analog yang dirubah ke dalam sinyal digital supaya dapat diperbaiki kualitasnya seperti pita rekaman audio, sinyal telepon konvensional, citra (image) dua dimensi, dll. Setelah sinyal analog tersebut diubah menjadi digital, maka proses restrukturisasi bit untuk memperbaiki kualitas produk/jasa dapat mudah dilakukan tanpa adanya usaha yang memakan waktu dan biaya besar.

3.4. Hubungan e-Business & e-Commerce

Perdagangan elektronik (e-Commerce) merupakan bagian dari e-Business, dimana jangkauan e-Business lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi termasuk juga kolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, sumber daya manusia, lowongan pekerjaan, dll. 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. (Structures, n.d.)

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

Adapun sisi positif penerapan e-Commerce dan e-Business (Structures, n.d.) sebagai berikut:

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

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

1. Pencurian informasi rahasia yang berharga oleh pihak-pihak yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar bagi si korban.
2. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan akibat kesalahan non-teknis seperti aliran listrik padam atau jaringan yang tidak berfungsi.
3. Penggunaan sumber akses oleh pihak yang tidak berhak. Seperti pembobolan sebuah sistem perbankan oleh hacker.
4. Kerugian yang tidak disangka-sangka. Disebabkan oleh praktek bisnis yang tidak benar, dan kesalahan faktor manusia/kesalahan sistem elektronik.

3.6. Aplikasi e-Business

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.

(Structures, n.d.). Berikut fitur-fitur yang harus ada pada aplikasi e-Business:

1. ERP (*Enterprise Resource Planning*)

ERP merupakan komponen utama dari e-Business, dengan arti lain ERP adalah sistem operasi bisnis, setara dengan sistem operasi windows untuk operasi *back-office*.

Fungsinya 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. Data dapat diakses secara *real-time*.

2. CRM (*Customer Relationship management*)

CRM adalah kustomisasi, personalisasi produk dan layanan secara *real-time* berdasarkan kebiasaan beli, keinginan dan kebutuhan konsumen. 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. (*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. 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.

3.7.. *Spectrum Value E-Business*

Spectrum akan mempermudah manajemen perusahaan dalam menyusun strategi e-business-nya, terutama dalam hal menentukan prioritas pengembangan teknologi informasinya. Spektrum juga dapat digunakan oleh perusahaan yang berniat untuk menerapkan e-business secara evolusioner, yaitu dengan membuat misi atau target implementasi sejalan dengan alur spektrum yang ada (dari kiri ke kanan). (Widodo et al., 1973)

Menurut Charles R. Rieger dari IBM dan Mary P. Donato dari Xerox, ada sekitar lima keuntungan yang ditawarkan oleh spektrum value e-business, yaitu :

1. Efisiensi (Efficiency)

Manfaat paling cepat yang dapat diperoleh perusahaan yang terjun ke dunia e-business adalah perbaikan tingkat efisiensi. Sebuah riset memperlihatkan kurang lebih 40% dari total biaya operasional perusahaan diperuntukkan bagi aktivitas penciptaan dan penyebaran informasi ke berbagai divisi terkait. Dengan dimanfaatkannya teknologi informasi, seperti email, call center, website, maka akan terlihat bagaimana perusahaan dapat mengurangi total biaya operasional yang biasa dikeluarkan.

2. Efektifitas (Effectiveness)

Manfaat ini dapat dirasakan ketika terjadi perubahan-perubahan yang cukup signifikan dalam cara perusahaan melakukan aktivitas operasional sehari-hari. Seperti diterapkannya etechnology perusahaan yang dapat berhubungan dengan pelanggannya secara non stop, dan diterapkannya konsep e-supply chain maka manajemen dapat meningkatkan service level kepada pelanggannya.

3. Jangkauan (Reach)

Manfaat berikutnya ketika dengan menghubungkan diri ke internet, berarti perusahaan secara tidak langsung telah menghubungkan dirinya dengan ratusan juta calon pelanggan dan mitra-mitra berkompeten yang tersebar di berbagai belahan bumi. Kemampuan ekspansi yang begitu mudah (menembus batas ruang dan waktu) dan tanpa memerlukan biaya yang relatif mahal, hal tersebut tentu saja merupakan keuntungan yang tidak ternilai harganya bagi sebuah perusahaan.

4. Struktur (Structure)

Manfaat penerapan e-business selanjutnya adalah terciptanya berbagai jenis produk-produk maupun jasa-jasa baru akibat berkonvergensinya berbagai sektor industri yang selama ini secara struktur terlihat mandiri. Contohnya bagaimana sebuah buku dapat dijual dengan cara lelang, atau sebuah bank virtual yang berfungsi pula sebagai penasihat keuangan, atau paket liburan yang telah lengkap mengemas berbagai produknya (transportasi, hotel, dan lokasi wisata), dan lain sebagainya.

5. Peluang (Opportunity)

Manfaat terakhir adalah terbukanya peluang yang lebar bagi pelaku bisnis untuk berinovasi menciptakan produk/jasa baru akibat selalu diketemukannya e-technology baru dari waktu ke waktu. Contohnya dalam bidang pendidikan, yang tercatat semakin maraknya situs-situs penyelenggara pendidikan (e-school) secara virtual

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

E– Business merupakan interaksi eksternal organisasi dengan para pemasok, pelanggan, investor, kreditor Pemerintah dan media massa dan juga termasuk penggunaan teknologi informasi untuk mendesain kembali proses internalnya.

Internet sangat berperan penting dalam proses E-Business dimana Internet memberikan dukungan yang mutakhir pada usaha untuk melakukan perekrutan ulang proses bisnis, Electronic business (e-Business) adalah penggunaan teknologi elektronik terutama dalam bentuk teknologi informasi (TI) untuk melakukan semua proses bisnis, termasuk dalam jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi, membangkitkan permintaan melalui kegiatan marketing, melayani pelanggan, berkolaborasi dengan rekan bisnis dan kegiatan transaksi bisnis secara online

4.2 Saran

E-Business harus terus dikembangkan lagi agar para konsumen menjadi merasa lebih puas atas semua fasilitas yang ada

DAFTAR PUSTAKA

Structures, M. B. (n.d.). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析* Title.

Supangat, S. (2020). *Dan Daftar Isi*.

Widodo, P., Komputer, J., Sulisty, G. B., Pemrograman, D., & Programming, W. (1973). *Buku ini diterbitkan atas kerjasama dengan Universitas Bina Sarana Informatika*.



PLAGIARISM SCAN REPORT

Date	October 25, 2021						
Exclude URL:	NO						
	<table><tr><td>Unique Content</td><td>88%</td></tr><tr><td>Plagiarized Content</td><td>12%</td></tr><tr><td>Paraphrased Plagiarism</td><td>0</td></tr></table>	Unique Content	88%	Plagiarized Content	12%	Paraphrased Plagiarism	0
Unique Content	88%						
Plagiarized Content	12%						
Paraphrased Plagiarism	0						
	<table><tr><td>Word Count</td><td>1,434</td></tr><tr><td>Records Found</td><td>11</td></tr></table>	Word Count	1,434	Records Found	11		
Word Count	1,434						
Records Found	11						

CONTENT CHECKED FOR PLAGIARISM:

3.1. Awal Perkembangan e-Business

Pada tahun 1970-an, Aplikasi e-Business pertama kali dipergunakan dan dikembangka sebagai transaksi pembayaran melalui internet yang disebut dengan Electronic Fund Transfer (EFT). Dalam perkembangan berikutnya, diketemukannya Elektronik Data Interchange (EDI) yang berguna 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 namun mampu juga menampilkan data gambar, suara, animasi bahkan video. Pada tahun 2000-