

## MODUL 1



# Pengantar eBisnis

## TUJUAN PEMBELAJARAN

Memahami pentingnya e-bisnis bagi perusahaan dan proses evolusi perusahaan menuju perusahaan e-bisnis sehingga mampu memberikan penjelasan yang mudah dimengerti

## MATERI

Pengantar e-bisnis:

- Definisi
- Faktor-faktor pendorong e-bisnis
- Siklus adopsi e-bisnis
- Model Operasi e-bisnis
- Memetakan Inisiatif e-bisnis dengan Model Operasi e-bisnis

## INDIKATOR KEBERHASILAN

- Dapat menjelaskan nilai bisnis dari e-bisnis
- Dapat menjelaskan tahapan evolusi perusahaan menuju perusahaan e-bisnis

## PEMBAHASAN

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.

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, dan sebagainya) dan internet, dimana proses pembayaran dilakukan melalui mekanisme transfer informasi keuangan (credit card, digital money, dan sebagainya).

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.

## DEFINISI EBISNIS

Banyak sekali definisi tentang e-business yang terdapat dalam berbagai literatur dan internet. Berikut ini adalah beberapa di antaranya:

- e-bisnis adalah pemanfaatan kemampuan teknologi dan jaringan untuk berinteraksi dan bertransaksi dengan pelanggan, pemasok, mitra, dan karyawan dalam rangka mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif. (IBM)
- 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)
- 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)
- Penggunaan internet dan teknologi digital lainnya untuk komunikasi, koordinasi, dan manajemen organisasi. (Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon. 2001. Essentials of Management Information Systems: Organization and Technology in Networked Enterprise. Prentice Hall)
- 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)

- 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 Stool. 2000. E-business – Just What is It? <http://ebusiness.about.com/industry>)
- Menghubungkan sistem teknologi informasi tradisional dengan internet akan menjadi sebuah e-business. (Daniel Amor. 2000. The E-business Revolution. Prentice Hall)
- 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)
- 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)
- 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 ecommerce 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, dan lain-lain dengan konsumen mereka, dan sebagainya. (Executive Guides: Business To Customer [www.netessence.com.cy](http://www.netessence.com.cy))
- E-bisnis adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan bisnis yang dijalankan pada internet, atau penggunaan teknologi internet untuk meningkatkan produktivitas dan keuntungan dari suatu bisnis. (<http://www.wisegeek.com/what-is-ebusiness.htm>)

Dari berbagai definisi tentang e-bisnis tersebut dapat dicermati beberapa kesamaan kemudian dapat ditarik suatu kesimpulan tentang definisi tersebut. Kesamaan tersebut dapat dilihat dari beberapa perspektif seperti berikut:

- Pelaku e-bisnis

Dari perspektif ini, kesamaan yang diperoleh adalah bahwa pelaku e-bisnis terdiri dari organisasi, konsumen, perusahaan, pemasok, pekerja, dan rekan bisnis

- Alat/media/sumber daya yang digunakan
  - ✓ teknologi informasi dan komunikasi
  - ✓ komputer
  - ✓ data
  - ✓ internet
- Kegiatan sasaran
  - ✓ operasi bisnis

- ✓ proses bisnis utama
- ✓ pembelian, penjualan, pelayanan, transaksi
- ✓ operasi bisnis utama
- Tujuan
  - ✓ koordinasi, komunikasi, dan pengelolaan organisasi
  - ✓ transformasi proses bisnis
  - ✓ berbagi informasi
- Keuntungan
  - ✓ pendekatan yang aman, fleksibel dan terorganisasi
  - ✓ memberikan nilai bisnis yang berbeda
  - ✓ efisien
  - ✓ peningkatan produktivitas dan keuntungan

Jadi, jika diambil satu definisi dari analisis diatas maka e-bisnis adalah:

***“Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi oleh organisasi, individu, atau pihak-pihak terkait untuk menjalankan dan mengelola proses bisnis utama sehingga dapat memberikan keuntungan berupa keamanan, fleksibilitas, integrasi, optimasi, efisiensi, dan/atau peningkatan produktivitas dan profit”.***

**Contoh kasus:** Harian Kompas yang juga memiliki e-bisnis Kompas Online. Kompas menjalankan proses bisnis utamanya berupa penyediaan berita dan distribusinya, tidak lagi hanya melalui media cetak saja tetapi juga melalui internet. Keuntungan yang dapat diberikan Kompas online dapat diakses oleh seluruh penduduk di Indonesia (bahkan dunia), up to date, memangkas biaya kertas, dapat diakses 24 jam, dan lain-lain.

## **EFEK POSITIF DAN NEGATIF E-BUSINESS**

### **Positif:**

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

### **Negatif**

- a. 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.
- b. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan. Kesalahan ini bersifat kesalahan non-teknis seperti aliran listrik tiba-tiba padam atau jaringan yang tidak berfungsi.

- c. 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.
- d. 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.

### **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.

## **LATAR BELAKANG KEBUTUHAN AKAN E-BISNIS**

Pergeseran dari sistem warisan atau client-server untuk e-bisnis dalam lingkungan komputasi *network-centric* memungkinkan perusahaan untuk menjadi proaktif dan bukan reaktif, kesadaran akan bisnis bukan kesadaran akan lingkungan, dan yang terpenting fokus pada pelanggan daripada fokus pada layanan teknologi informasi.

Sementara transisi dalam e-bisnis ini terus berjalan, sejumlah tren utama cenderung akan membentuk arah bisnis di masa depan:

- a. Perusahaan akan semakin bergumul dengan manajemen lintas perusahaan dan lintas domain dalam mendukung proses bisnis dan layanan end-to-end. Perusahaan akan semakin mencari solusi total.
- b. Pergeseran ke Internet Protocol (IP) dan infrastruktur universal telah mengganggu proses bisnis layanan pasar tradisional
- c. Kebutuhan akan manajemen yang komprehensif tentang intranet perusahaan dan proses bisnis multi enterprise untuk menciptakan model baru tentang dukungan dan layanan teknis bagi pelanggan. Model baru ini membutuhkan kemampuan untuk menangkap, menganalisis dan bertindak berdasarkan data lingkungan, mulai dari konfigurasi platform hingga kinerja proses bisnis, baik dalam satu perusahaan maupun lintas perusahaan.
- d. Pengintegrasian sistem Back-end diharapkan dapat memainkan peran besar karena semakin banyak perusahaan yang menerapkan sistem e-commerce. Interoperabilitas aplikasi saat ini menjadi kendala yang paling sulit. Kemampuan untuk memberikan solusi yang dapat diintegrasikan dengan infrastruktur TI yang sudah ada semakin dipandang sebagai kriteria penting dalam memilih vendor TI.
- e. Sekali terhubung, seluruh proses bisnis di perusahaan akan mendorong munculnya persyaratan tambahan yaitu tingkat avilibitas yang tinggi dan keberlanjutan layanan

bisnis. Disamping itu, infrastruktur e-bisnis yang aman, terpercaya, dan dapat diperluas menjadi hal yang sangat penting. Pada saat yang sama, kompleksitas masalah akan menjadi semakin meningkat.

- f. Perusahaan menghadapi tantangan yang terus menerus mengenai pengelolaan kecepatan pertumbuhan dan tetap terkini dengan teknologi.

Berbagai kecenderungan ini menimbulkan tantangan bagi perusahaan untuk mampu mengembangkan infrastruktur teknologi informasi yang dapat mendukung Web, e-commerce, bisnis, manajemen pengetahuan, kolaborasi dan komunitas virtual. Organisasi sekarang harus mampu:

- a. Mengembangkan dan mengimplementasikan aplikasi Web dan arsitektur dan strategi infrastruktur
- b. Mengembangkan strategi penyebaran dan migrasi aplikasi dan infrastruktur
- c. Mengelola konten dan perubahan yang semakin cepat
- d. menguji perubahan dengan cara yang dipercepat
- e. Mengkonfigurasi ulang kemampuan untuk merespon dengan cepat kebutuhan pelanggan
- f. Menyelaraskan, meningkatkan, dan mengubah proses operasional lebih cepat dan berkemampuan lebih besar untuk merespon kebutuhan pelanggan dengan solusi berkualitas tinggi
- g. Berkolaborasi dengan cara yang baru dengan para mitra dan pemasok
- h. Melengkapi teknologi informasi dan sumber daya organisasi yang ada untuk memenuhi seperangkat keahlian yang dibutuhkan
- i. Mengantisipasi dan memecahkan masalah potensial sebelum masalah ini terjadi (preemptive
- j. service)
- k. Memperoleh sumber daya yang terampil dalam teknologi baru.

## PENDORONG E-BISNIS

Penelitian menunjukkan ada tujuh tingkat kebutuhan bisnis yang mendorong perusahaan menerapkan e-bisnis. Tujuh kebutuhan bisnis ini tidak harus selalu dilalui oleh organisasi secara berurutan. Organisasi bisa saja melompat dari satu kebutuhan ke kebutuhan yang lain.

1. Tolong...apa yang harus aku lakukan sekarang?

Ini adalah tahap dimana orang dan bisnis merasa bingung dengan implikasi dari teknologi baru seputar web. Mereka menjadi semakin sadar akan perubahan teknologi dan struktural secara luar biasa yang terjadi dalam dunia bisnis, tetapi mereka tidak tahu apa yang harus dilakukan untuk menghadapinya. Mereka sadar membutuhkan bantuan dan bimbingan tetapi tidak yakin bagaimana cara mendapatkannya. Mereka tidak tahu apakah perlu membangun sebuah situs web sederhana atau apakah mereka harus merencanakan untuk mengubah perusahaan mereka menjadi berbasis Web yang sepenuhnya mencakup model e-bisnis baru.

## 2. Membangun dan menumbuhkan kehadiran situs web

Momentum yang luar biasa ada di pasar bagi perusahaan untuk membangun Kehadiran web. Hal ini didorong oleh adanya berbagai iklan dan berita pada tingkat yang belum pernah terjadi sebelumnya yang membuat sebagian besar bisnis, besar maupun kecil, merasa penting untuk berada di Web. Karena teknologi ini masih baru dan relatif tidak banyak diketahui oleh para pengambil keputusan, langkah pertama mereka adalah mengembangkan halaman web sederhana, yang dapat digambarkan sebagai "brochureware." Tujuan langkah pertama mereka ini adalah untuk meminimalkan risiko dan biaya sambil belajar tentang Web dan mengambil keuntungan dari kekuatan komunikasi ekstremnya. Pada tahap ini, banyak pembuat keputusan sadar bahwa mereka harus berada di web, tapi mereka belum mengembangkan strategi jangka panjang atau visi tentang bagaimana cara terbaik untuk menggunakannya. Isi dari situs web mereka terdiri dari informasi dasar yang mereka percaya akan menarik bagi pelanggan dan berharap akan mendorong penjualan. Situs web mereka tidak terkait dengan sistem internal apapun, dan mereka tidak mengubah setiap proses bisnis dasarnya.

## 3. Menjual dan bertransaksi lewat internet

Ada dua motivasi utama yang mendorong keinginan perusahaan untuk memproses transaksi melalui Internet. Pertama adalah untuk meningkatkan penjualan dan profitabilitas dengan menggunakan Internet sebagai saluran penjualan baru. Bagi banyak orang, hal ini didorong oleh rasa takut kehilangan posisi kompetitif karena tidak ada di web. Perusahaan-perusahaan ini perlu situs web yang memungkinkan pelanggan dengan mudah dan aman melakukan pembelian. Motivasi kedua adalah untuk meningkatkan efisiensi dan biaya proses bisnis. Perusahaan-perusahaan ini lebih berorientasi operasional berorientasi; mereka ingin mendapatkan keunggulan kompetitif dan meningkatkan keuntungan melalui peningkatan efisiensi transaksi, termasuk peningkatan efisiensi antarmuka pelanggan (mengurangi kebutuhan pegawai dibagian dukungan pelanggan), pembelian barang dan jasa, dan komunikasi dengan mitra bisnis seperti distributor.

## 4. Mendefinisikan ulang hubungan pelanggan

Setelah pengambil keputusan bisnis menjadi lebih cerdas dan nyaman dengan teknologi, mereka menjadi sadar akan dampak potensial Web yang dapat membangun hubungan mereka dengan pelanggan. Mereka memahami bahwa Web memungkinkan untuk menciptakan basis pengetahuan yang membangun hubungan yang dekat dengan pelanggan, karena pelanggan merasa lebih mudah, lebih efisien dan menyenangkan melakukan bisnis dengan mereka. Web memungkinkan interaksi yang disesuaikan dan personal yang dapat disesuaikan dengan kebiasaan membeli tertentu atau kebutuhan demografis pelanggan mereka. Hubungan baru ini memiliki potensi untuk membangun loyalitas pelanggan yang luar biasa yang sulit dihancurkan oleh pesaing.

## 5. Berbagi proses bisnis dengan pemasok dan mitra

Pada tahap ini, perusahaan ingin meningkatkan efisiensi bisnis dan produktivitas dengan menghubungkan proses bisnis secara langsung dengan pemasok dan mitra bisnis. Hubungan ini memungkinkan kolaborasi antara banyak perusahaan dalam suatu rantai dan



peningkatan efisiensi operasional secara keseluruhan. Untuk mengambil keuntungan penuh dari kolaborasi ini, perusahaan harus merekayasa ulang diri yang memungkinkan proses bisnis inti tertentu untuk ditangani oleh pemasok dan mitra, seperti akses ke informasi penagihan dan pembayaran dan manajemen persediaan. Sebagai contoh, ketika sebuah perusahaan truk memperbaharui informasi yang diterima secara langsung dari sistem manajemen persediaan mitranya segera pengiriman dilakukan. Hal ini menghilangkan kebutuhan pegawai bagian pemuatan bagi mitranya. Jenis kolaborasi ini menuntut tingkat kepercayaan tinggi dan tujuan yang konsisten antara organisasi.

#### 6. Berbagi pengetahuan dan kolaborasi

Setelah perusahaan menjadi e-bisnis, kebutuhan terhadap informasi dan kolaborasi akan tumbuh. Perusahaan e-bisnis perlu berbagi informasi di seluruh organisasi mereka, serta dengan pemasok dan mitra. Hal ini memerlukan peningkatan proses dan komunikasi internal untuk karyawan, kontraktor dan stakeholder kunci serta infrastruktur yang tepat.

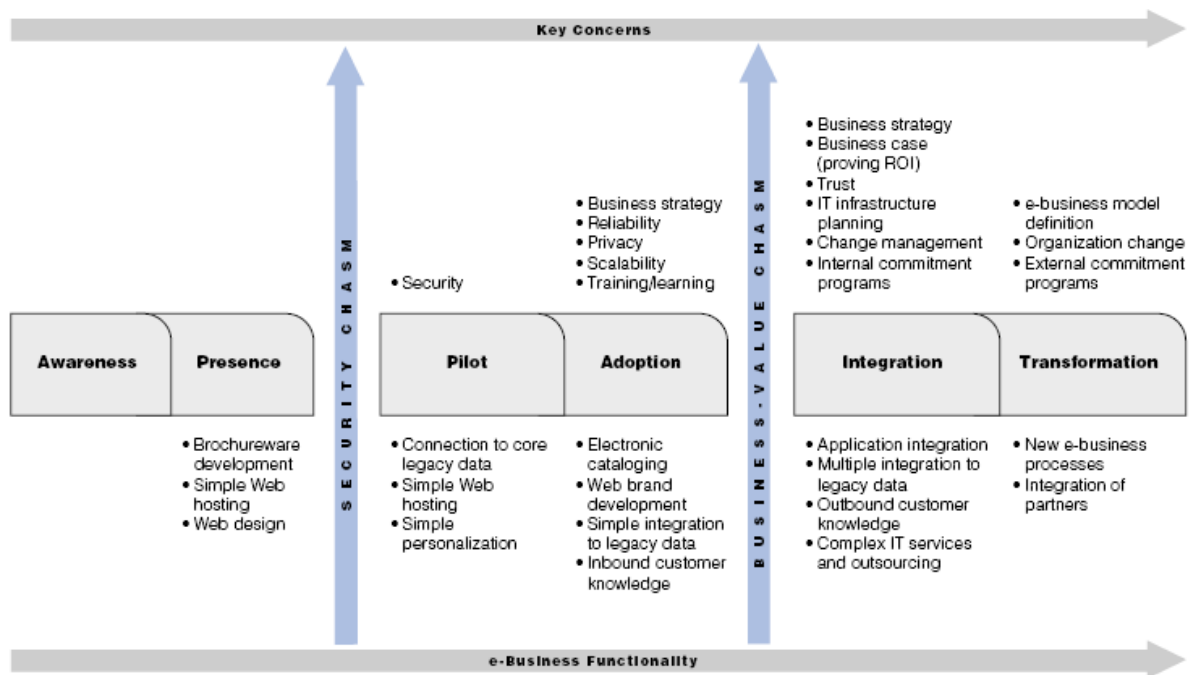
#### 7. Memastikan pondasi teknis yang optimal

Agar tetap eksis sebagai entitas bisnis yang sedang berjalan, e-bisnis harus memiliki "pondasi teknis" atau infrastruktur untuk menangani peningkatan permintaan teknologi informasi dari model bisnis berbasis web. Kegagalan pada pondasi teknis e-bisnis, pada model bisnis pertama barangkali hanya menyebabkan ketidaknyamanan, tapi pada tingkat ini dapat berpotensi menghancurkan. Sebuah e-bisnis sekarang tergantung pada teknologi untuk menjalankan kegiatan proses bisnis inti penting. Jika kegiatan ini gagal, bahkan untuk jangka waktu yang singkat, bisnis dapat berhenti seluruhnya. Berdasarkan hal tersebut, sebuah perusahaan e-bisnis harus memiliki pondasi teknis yang 100 persen tersedia, aman sepenuhnya dan dirancang untuk kinerja yang optimal.

### SIKLUS ADOPSI E-BISNIS

Untuk memaksimalkan laba dari investasi infrastruktur e-bisnis, perlu pemahaman tentang bagaimana perusahaan dalam menerapkan e-bisnis. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan bergerak melalui tahapan umum dalam proses evolusi mereka menuju perusahaan e-bisnis: awareness (kesadaran), presence (kehadiran), pilot (percontohan), adoption (adopsi), integration (integrasi) dan transformation (transformasi). Perusahaan dapat menggunakan siklus adopsi ini untuk memprioritaskan, menilai dan mengalokasikan sumber daya untuk menciptakan visi e-bisnis mereka.





Pada awalnya, perusahaan membangun kehadiran dasar di Web dengan mempublikasikan informasi. Dalam tahap percontohan dan adopsi, perusahaan melakukan transaksi secara online dengan pihak luar. Sebelum maju ke tahap ini, perusahaan harus mengatasi bagaimana akan melindungi informasi pelanggan dan keamanan diri sendiri (security chasm). Lompatan besar melewati "business value chasm" datang ketika perusahaan mengintegrasikan Web dengan proses bisnis inti, yaitu manajemen hubungan pelanggan, manajemen rantai pasokan, manajemen pengetahuan dan operasi. Pada titik ini, manajemen harus secara fundamental memikirkan kembali strateginya. Pada tahap integrasi, perusahaan ini menggunakan Web untuk menjual dan membeli, untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dan untuk memberikan layanan. Tahap terakhir adalah transformasi bisnis sebenarnya, ketika perusahaan menciptakan desain strategi bisnis baru, sebuah model e-bisnis. Tahap ini ditandai dengan usaha perluasan eksternal perusahaan melalui pembentukan nilai jejaring dengan mitra, pemasok dan pelanggan.

## MODEL-MODEL OPERASI EBISNIS

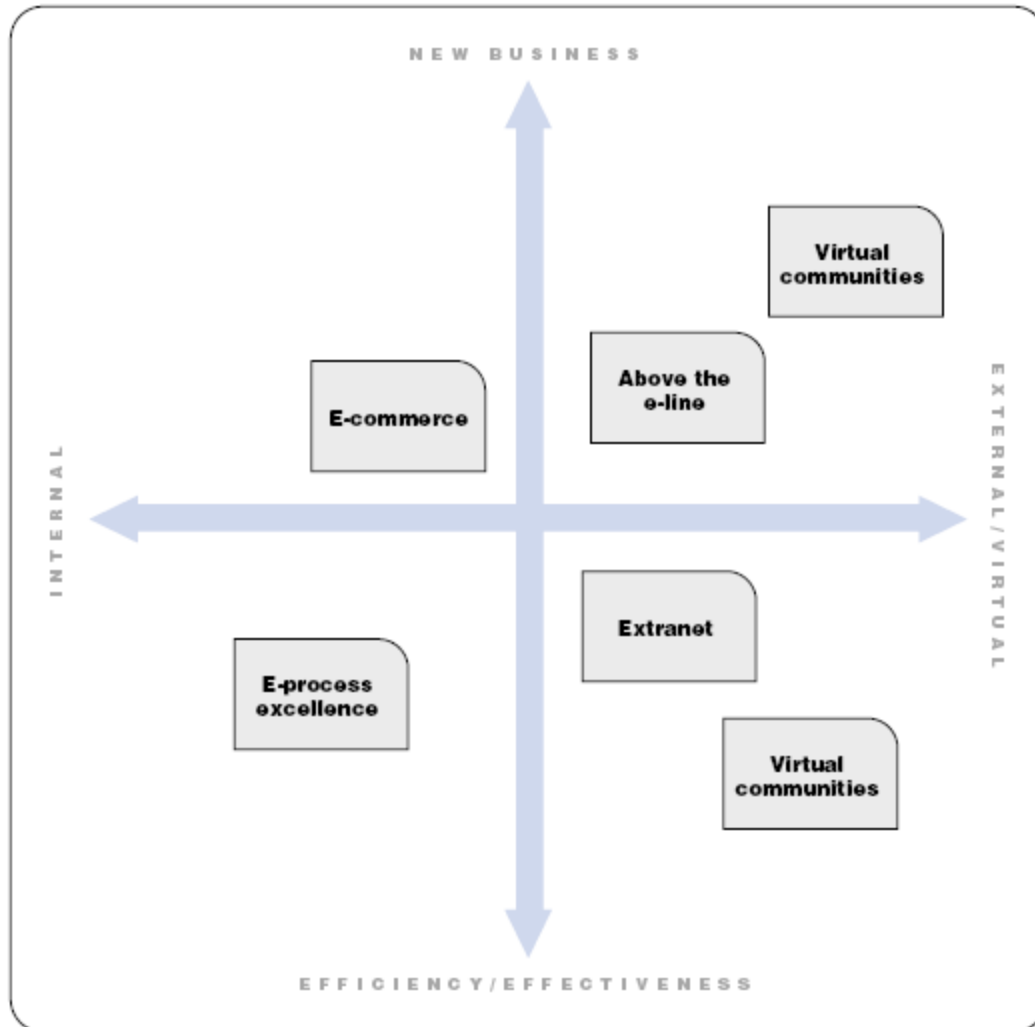
Seiring dengan pemahaman tentang tahapan yang dilalui perusahaan dalam siklus adopsi ebisnis, penting untuk mengetahui bagaimana perusahaan atau organisasi dalam suatu perusahaan melakukan kegiatan operasionalnya. Model-model ini dapat diterapkan lebih dari satu dalam suatu perusahaan untuk mendapatkan kegiatan operasional terbaiknya.

Ada dua faktor pendorong yang menentukan model operasional yang diperlukan perusahaan untuk menerapkan infrastruktur ebisnisnya, yaitu lokasi dari lingkungan perusahaan dan tujuan utama e-bisnis. Dua faktor ini dapat diklarifikasi dengan mengajukan pertanyaan berikut:

- Apakah lingkungan ebisnis perusahaan dioptimalkan untuk satu atau banyak perusahaan?
- Apakah nilai bisnis dari fokus ebisnis perusahaan? Bagaimana mengukur kesuksesan hal itu?

Pada beberapa organisasi, lokasi dari lingkungan ebisnis atau dimana proses ebisnis beroperasi adalah bersifat internal organisasi. Contoh model ini adalah perusahaan retailer online yang kegiatan ebisnisnya adalah menjual produk melalui internet kepada pelanggannya. Organisasi yang lain, tujuan utama ebisnisnya adalah menciptakan bisnis baru dengan memanfaatkan potensi internet yang dapat memberikan peningkatan efisiensi dan efektifitas.

Model-model operasi atau kegiatan ebisnis ini ada 5 jenis yaitu:



### 1. E-commerce

Model ecommerce meningkatkan efisiensi kegiatan operasional perusahaan dengan penyediaan sistem Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM) dan penciptaan pendapatan. Model ini memungkinkan sistem yang sudah ada menyediakan interaksi jenis business-to-consumer dan menghasilkan kinerja yang tinggi serta kemampuan availibilitas yang berkelanjutan.

Model ecommerce menyediakan kerangka bagi bisnis yang memerlukan model operasional yang berbeda, karena penjualan online pada umumnya adalah suatu bentuk ekspansi. Motif utama adalah meningkatkan penjualan dan keuntungan dengan menggunakan internet sebagai saluran baru untuk menjual jasa atau produk dan meningkatkan akses oleh pelanggan, penyampaian layanan, dan keintiman. Model ini juga digunakan oleh

perusahaan yang berpengetahuan dan nyaman dengan teknologi dan yang lebih sadar dengan dampak potensial yang dapat diberikan web pada hubungan yang dibangun dengan pelanggan.

<b>E-COMMERCE</b>	
Value proposition	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buyer facing</li> </ul>
Organization/culture	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Customer focused</li> </ul>
e-business IT focus/scope	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secure financial transactions</li> <li>• Integration to legacy</li> <li>• Always open service level</li> </ul>
Theme of process work	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buying and selling</li> <li>• Fulfillment</li> </ul>

## 2. Extranet

Model extranet berkaitan dengan masalah akses, pemberian layanan, dan kepercayaan. Model ini menyediakan layanan Manajemen Rantai Pasok (SCM) dan Perencanaan Sumber daya Perusahaan (ERP) yang prosesnya terhubung dengan mitra kerja yang ditentukan. Model dapat mengurangi biaya melalui peningkatan efisiensi. Manajemen keamanan dan kepercayaan adalah dua faktor penting yang menentukan kesuksesan model ini.

Perusahaan menggunakan model ini dengan tujuan utama untuk meningkatkan efisiensi proses bisnis dan mengurangi biaya. Ini adalah model yang berorientasi pada kegiatan operasional yang ingin mendapatkan keuntungan kompetitif dan peningkatan pendapatan melalui peningkatan efisiensi transaksi.

<b>EXTRANET</b>	
Value proposition	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partners/supplier facing</li> </ul>
Organization/culture	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Commitment or compliance</li> </ul>
e-business IT focus/scope	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contractual relationships and linkages</li> <li>• Dependable performance service levels</li> </ul>
Theme of process work	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cross-enterprise</li> </ul>

**Contoh perusahaan:** perusahaan pemasok pustaka internasional yang memerlukan teknologi web yang mendukung aplikasi pemesanan buku dan aplikasi bibliografi.

### 3. E-process excellent

Model ini meningkatkan akses, efisiensi kegiatan operasional dan pemberian layanan dengan cara fokus pada peningkatan produktivitas dan pengendalian melalui kolaborasi, stabilitas yang diberikan oleh aliran regulasi dan manajemen kinerja berlanjut.

Model ini fokus pada peningkatan efektifitas dan efisiensi proses internal organisasi.

<b>E-PROCESS EXCELLENCE</b>	
Value proposition	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Workflow and information/knowledge use</li> </ul>
Organization/culture	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Consistency and continuous improvement</li> </ul>
e-business IT focus/scope	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Coordination, speed and accuracy</li> <li>◆ Continuous performance</li> <li>◆ Business-process metrics dictate service level</li> </ul>
Theme of process work	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Intra-enterprise</li> <li>◆ Cross-process integrity</li> </ul>

**Contoh perusahaan:** Perusahaan yang berbasis riset dan teknologi yang melayani konsumen dunia dan pasar industri. Perusahaan menggunakan model untuk menemukan cara handal bagi aplikasi Perencanaan Sumberdaya Perusahaan (ERP) untuk berkomunikasi secara global, internal, dan dengan perusahaan angkutan dan pemasok. Solusi yang dibangun melibatkan proses mengintegrasikan aplikasi ERP perusahaan yang terdiri dari langkah-langkah penilaian terhadap arsitektur, aliran kerja, proses pembuatan pesan transaksi global. Sebagai hasilnya, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi bisnis, dapat melakukan transformasi bisnis, meningkatkan kecepatan masuk ke pasar dan memperluas jangkauan global. Dan juga menambah sumber penghasilan baru, meningkatkan kualitas dan layanan pelanggan. Siklus proses bisnis untuk aplikasi yang sudah secara elektronik telah direduksi secara dramatis.

### 4. Virtual Community

Model ini menerapkan bandwidth yang fleksibel dan jaringan yang aman serta menerapkan kolaborasi realtime, berbagi proses dan pengetahuan sehingga meningkatkan akses ke perusahaan, efisiensi kegiatan operasional, dan pemberian layanan.

Ada dua model virtual community disini yang merupakan dua model yang berbeda. Contoh dari model virtual community disebelah atas adalah situs wingspan.com milik bank One yang merupakan konsorsium 5 perusahaan berbeda yang bersama-sama menyediakan layanan end-to-end, yaitu layanan perbankan. Model virtual community sebelah bawah

merupakan representasi dari sekelompok orang atau perusahaan yang bersama-sama berbagi informasi secara internal. Misalnya, sekelompok dokter yang berbagi informasi tentang perawatan medis.

Model ini dibangun berdasarkan hasrat untuk membangun bisnis baru dan meningkatkan efisiensi dan efektifitas dengan menghubungkan proses-proses bisnis secara langsung dengan pemasok dan mitra bisnis. Model ini beroperasi pada jaringan terintegrasi yang melibatkan tidak hanya pemasok dan mitra bisnis tetapi juga pegawai yang berkeahlian tinggi, distributor, retailer, dan bahkan konsumen.

VIRTUAL COMMUNITY	
Value proposition	• Realtime collaboration
Organization/culture	• Coordination and agreement
e-business IT focus/scope	• Expandable to meet community needs • Flexible bandwidths • Mutual service levels defined by community
Theme of process work	• Interenterprise

**Contoh perusahaan:** sebuah jaringan pasar asuransi Eropa, terdiri dari para broker nasional besar dan lebih dari 3000 penjamin emisi, memproses lebih dari 28.000 juta transaksi per tahun. Eksekutif perusahaan, merasa prihatin dengan inefisiensi biaya, redundansi, kecepatan pasar dan kualitas layanan. Dengan model virtual community, jaringan ini dapat menyediakan layanan untuk membangun sebuah marketplace elektronik, aplikasi berbagi, layanan email, layanan EDI untuk pertukaran informasi, dan layanan jaringan seperti leased line dan layanan dial. Inisiatif ini meningkatkan efisiensi bisnis, memungkinkan transformasi bisnis, meningkatkan kecepatan ke pasar dan memperluas jangkauan global.

## 5. Above the e-line

Model ini memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan produk dan pasar baru, dan memperkuat citra perusahaan. Model ini memungkinkan kinerja yang tinggi, jaminan kinerja untuk konsumen dan keamanan transaksi keuangan, sementara mengimplementasikan model e-bisnis terbaru dan proses-proses business-to-consumer.

Model ini merepresentasikan jenis-jenis bisnis berikut:

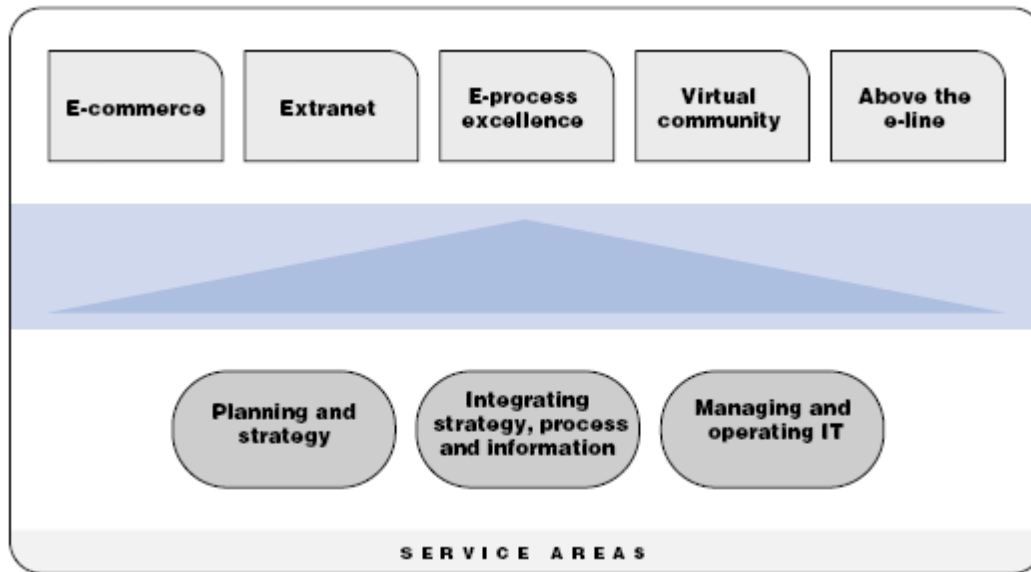
- Bisnis yang dimulai dari awal untuk memperoleh keuntungan dari internet untuk kinerja tertinggi dalam efisiensi dan efektifitas operasional antar enterprise.
- Bisnis yang secara agresif mengejar strategi untuk mengubah bisnis mereka atau bagian dari bisnis mereka ke model ini.

ABOVE THE E-LINE	
Value proposition	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Web is foundation of total business design</li> </ul>
Organization/culture	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapid adaptability</li> </ul>
e-business IT focus/scope	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Little/no legacy</li> <li>• High, continuous performance service level</li> </ul>
Theme of process work	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Full value chain</li> </ul>

**Contoh perusahaan:** sebuah toko buku online baru dengan lebih dari 10 juta buku cetak, buku audio, CD, kaset dan video membutuhkan situs web untuk ecommerce. Model ini membantu membangun dan menghadirkan situs web dalam waktu kurang dari 9 bulan. Model ini membantu perusahaan untuk mengubah bisnisnya, meningkatkan kecepatan ke pasar, memperluas jangkauan global, menambah sumber penghasilan baru dan meningkatkan layanan pelanggan.

## MEMETAKAN INISIATIF TEKNOLOGI INFORMASI KE MODEL OPERASI

Jika suatu organisasi memiliki atau sedang mempertimbangkan penerapan beberapa inisiatif e-bisnis, maka organisasi harus memiliki layanan Teknologi Informasi yang sedang berjalan di setiap area yang ditunjukkan pada gambar dibawah ini. Model operasi yang dipilih dan tinjauan tentang investasi dan kemampuan organisasi untuk menerapkan teknologi informasi saat ini akan memberikan arah untuk menentukan area layanan tertentu mana yang harus difokuskan segera dan area layanan tertentu mana yang akan menjadi bagian dari rencana jangka panjang organisasi. Sebuah rencana multi-tahun dengan portofolio yang seimbang tentang layanan di seluruh area layanan dapat membantu organisasi dalam melaksanakan inisiatif e-bisnis yang sukses.



Perencanaan dan strategi akan membantu organisasi untuk mendefinisikan, menerapkan, dan mengelola perubahan terhadap pengorganisasian, proses, dan sistem selama transisi perusahaan kedalam sebuah e-bisnis. Layanan kunci meliputi:

- 1) Merencanakan manajemen perubahan infrastruktur
- 2) Merencanakan avaiabilitas
- 3) Menyediakan percepatan penerapan yang sukses
- 4) Mengembangkan sistem manajemen teknologi informasi
- 5) Menyediakan pengorganisasian rencana dan desain kapasitas
- 6) Merencanakan dan merancang strategi dan arsitektur infrastruktur e-bisnis

Strategi pengintegrasian, proses, dan informasi membantu organisasi merencanakan dan menerapkan infrastruktur e-bisnis ketika proses-proses dan manajemen pengetahuan enterprises diintegrasikan atau dikoordinasikan dengan sistem dan jaringan. Termasuk layanan kunci:

- 1) Mengintegrasikan aplikasi-aplikasi strategis enterprise, seperti SCM, CRM, dan ERP
- 2) Menyediakan manajemen pengetahuan dan layanan kolaborasi untuk memanfaatkan data korporasi dan eksternal.
- 3) Menyediakan solusi untuk menghantarkan self-service end-user.
- 4) Menyediakan layanan-layanan aplikasi yang berorientasi industri, berbasis aplikasi bisnis, dan kustomisasi massal.

Mengelola dan mengoperasikan teknologi informasi membantu unit bisnis mengoptimalkan kinerja sumberdaya e-bisnis mereka. Layanan kunci meliputi:

- 1) Mengkoordinasikan kegiatan tim bisnis dan teknologi informasi dan mengintegrasikan atau mengkoordinasikan proses-proses, sistem e-bisnis, dan jaringan.
- 2) Mendesain dan mengoptimalkan infrastruktur web untuk meningkatkan kinerja bisnis.
- 3) Menyediakan infrastruktur penghantaran layanan untuk mendukung produksi dan membantu dalam membuat keputusan tentang outsourcing.



## FAKTOR-FAKTOR KESUKSESAN

Berdasarkan pengalaman berbagai pengembangan e-bisnis, dipercaya bahwa kesuksesan berasal dari satu set persyaratan yang ketat dari pelanggan. Maka disarankan:

1. Menyadari bahwa perpindahan ke infrastruktur yang universal, "The Net", menyebabkan gangguan pada arus layanan dan barang tradisional.
2. Menggunakan model operasi e-bisnis untuk membahas konteks bisnis dan mendukung pandangan logis. Model ini dapat digunakan untuk menetapkan komponen utama arsitektur dan karakteristik terkait serta dampak dari beban kerja yang berbeda.
3. Menggunakan arsitektur berlapis untuk mengenkapsulasi dan isolasi lokasi fungsi-fungsi, memperkenalkan middleware sebagai titik desain untuk pengembangan konten dan aplikasi.
4. Rencana dan membangun skalabilitas web (yang memerlukan kolaborasi yang kuat dari para ahli dan perancang konten)
5. Memonitor seluruh aspek solusi end-to-end, mengumpulkan data (contoh: log sistem dan web) untuk membangun dasar kinerja yang akan menjadi patokan darimana sistem akan ditingkatkan.
6. Sadar bahwa prinsip-prinsip manajemen sistem tradisional lebih relevan dari sebelumnya. Namun bagaimanapun availabilitas dan kinerja diukur dari satu-satunya sudut pandang yang penting: pelanggan
7. Membangun baik itu availabilitas yang tinggi dan availabilitas berkelanjutan.

Berikut ini daftar tugas yang dapat membantu untuk memulia dan memandu pendekatan bisnis organisasi untuk mencapai tujuan e-bisnis organisasi. Untuk memulai membutuhkan penilaian situasi organisasi saat ini kemudian merakit berbagai pilihan untuk memenuhi kebutuhan organisasi.

No	Tugas
1	Inventaris inisiatif e-bisnis yang direncanakan dan yang sedang berlangsung dan memahami tujuan dan harapan bisnis organisasi.
2	Memahami bagaimana investasi e-bisnis saat ini dikelola dan bagaimana investasi dalam proyek-proyek TI yang terwakili.
3	Mengidentifikasi sponsor eksekutif yang mendukung investasi pemberdayaan e-bisnis.
4	Merencanakan inisiatif organisasi terhadap model operasional untuk memahami di mana TI dapat memberikan nilai untuk mencapai tujuan bisnis organisasi
5	Tentukan fokus area bisnis. Misalnya, mencari unit bisnis yang memiliki sponsor yang solid atau yang mewakili 80 persen inisiatif bisnis masa depan. Memanfaatkan kompetensi inti yang dapat digunakan di beberapa proyek.
6	Prioritaskan dan rencanakan inisiatif e-bisnis sesuai dengan dampak bisnis mereka serta mengidentifikasi setiap dependensi dan keterkaitan di antara mereka.

7	Pilih sebuah inisiatif dominan yang menggabungkan nilai yang diberikan oleh TI dengan inisiatif e-business.
8	Petakan inisiatif TI saat ini dan yang sudah ada untuk tiga bidang layanan untuk memastikan bahwa pendekatan organisasi bersifat komprehensif.
9	Isi kesenjangan untuk membangun rencana dan kasus bisnis pendukungnya.

## REFERENSI

IBM e-Business Solutions. "Enabling Your e-Business Initiatives". Peoplesoft.