

Bab 5

Model-Model E Business

- **model-model e-business**
- a. model-model e-business
- E-Business atau E-Bisnis dapat diterjemahkan sebagai kegiatan bisnis yang dilakukan secara otomatis dan semiotomatis dengan menggunakan sistem informasi komputer. Istilah yang pertama kali diperkenalkan oleh Lou Gerstner, seorang CEO perusahaan IBM ini, sekarang merupakan bentuk kegiatan bisnis yang dilakukan dengan menggunakan teknologi Internet. E-bisnis memungkinkan suatu perusahaan untuk berhubungan dengan sistem pemrosesan data internal dan eksternal mereka secara lebih efisien dan fleksibel. E-bisnis juga banyak dipakai untuk berhubungan dengan suplier dan mitra bisnis perusahaan, serta memenuhi permintaan dan melayani kepuasan pelanggan secara lebih baik.

- Dalam penggunaan sehari-hari, e-bisnis tidak hanya menyangkut e-dagang (perdagangan elektronik atau e-commerce) saja. Dalam hal ini, e-dagang lebih merupakan sub bagian dari e-bisnis, sementara e-bisnis meliputi segala macam fungsi dan kegiatan bisnis menggunakan data elektronik, termasuk pemasaran Internet (e-pemasaran). Sebagai bagian dari e-bisnis, e-dagang lebih berfokus pada kegiatan transaksi bisnis lewat Internet. Dengan menggunakan sistem manajemen pengetahuan, e-dagang mempunyai goal untuk menambah pendapatan dari perusahaan

- Sementara itu, e-bisnis 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. E-bisnis memberi kemungkinan untuk pertukaran data di antara satu perusahaan dengan perusahaan lain, baik lewat web, Internet, intranet, extranet atau kombinasi di antaranya.

- E-business merujuk pada seluruh penggunaan tingkat lanjut dalam teknologi informasi, khususnya teknologi jaringan dan komunikasi, untuk meningkatkan cara organisasi melakukan seluruh proses bisnisnya.
- Model-model E-business
Terdapat dua model E-business, yaitu :

- 1. B2C (Business to Consumers)
Interaksi yang dimungkinkan oleh teknologi antara individu dan organisasi. Business to consumers atau business to customer menggambarkan kegiatan bisnis melayani konsumen dengan produk atau jasa. Misalkan orang membeli sepasang sepatu dari pengecer. Transaksi yang mengarah ke sepatu agar tersedia untuk pembeli, yaitu pembelian kulit, tali, karet, dll serta penjualan sepatu dari pembuat sepatu ke pengecer akan dianggap transaksi B2C.
- Karakteristik B2C :
 - Antara organisasi dengan perorangan
 - Nilai uang yang dilibatkan lebih kecil
 - Transaksi tidak sering terjadi
 - Relatif sederhana

- 2. B2B (Business to Business)

Interaksi yang dimungkinkan oleh teknologi antara organisasi dengan organisasi (antar organisasi). menggambarkan transaksi perdagangan antara perusahaan, seperti antara manufaktur dan grosir, atau antara grosir dan pengecer. Volume transaksi B2B jauh lebih tinggi dibandingkan volume transaksi B2C. Alasan utamanya karena dalam rantai pasokan (Supply chain) ada banyak transaksi B2B yang mencakup bahan baku dan penjualan produk jadi ke konsumen. Sebagai contoh, sebuah produsen mobil membuat beberapa transaksi B2B seperti membeli ban, kaca untuk kaca jendela, dan selang karet untuk kendaraan. Transaksi terakhir adalah saat kendaraan jadi yang dijual kepada konsumen yang merupakan transaksi (B2C) tunggal.

- Karakteristik B2B :
 - Antar organisasi
 - Nilai uang yang dilibatkan lebih besar
 - Hubungan yang kuat dan berkelanjutan
 - Pemberian kredit oleh penjual ke pelanggan
 - Lebih kompleks

- 3. B2G (Business to Government)
Interaksi terjadi antara organisasi dengan pemerintah. B2G memiliki karakteristik yang sama dengan B2B sehingga B2G dapat dikelompokkan ke dalam B2B. B2G adalah turunan dari B2B yang sering disebut sebagai public sector marketing atau pemasaran sektor publik yang mencakup pemasaran produk dan jasa untuk berbagai tingkat pemerintahan, negara bagian dan lokal melalui integrated marketing communication atau komunikasi pemasaran terpadu seperti strategic public relation, advertising, dan komunikasi berbasis web.

- 4. B2E (Business to Education)

Interaksi yang terjadi antara organisasi dengan pendidikan. Sama halnya dengan B2G, B2E juga memiliki karakteristik yang sama dengan B2B.