

Lanjutan Bab 11
Membangun Usaha dalam Kontek E-
Business

- Perkembangan internet akan berdampak pada perubahan dan cara organisasi merancang, memproses, memproduksi, memasarkan, dan menyampaikan produk. Lingkup persaingan yang semakin luas juga menuntut integrasi dan koordinasi antara departemen sistem informasi, pemasaran, layanan pelanggan, dan departemen-departemen lainnya dalam organisasi beraneka ragam peluang pemanfaatan internet yang dapat dieksploitasi meliputi sumber baru untuk informasi pasar individualized/customized marketing, cara baru menjalin relasi online dengan pelanggan dan membangun citra merek (interactive marketing), dan peluang baru bagi distribusi produk dan komunikasi pemasaran.

- Proses penyampaian (delivery) produk secara digital via internet di perkirakan bakal semakin marak dalam berbagai sektor bisnis, terutama untuk program perangkat lunak, surat kabar, musik, tiket pesawat, sekuritas, jasa konsultasi, hiburan, perbankan, asuransi, pendidikan, dan perawatan, kesehatan. Berikut beberapa peluang e-bisnis terhadap perusahaan:

- **a) Efficiency**
- Ø Perbaikan efisiensi perusahaan (40% biaya operasional utk penciptaan dan penyebaran informasi)
- Ø E-mail, Website, Call Center, VOIP, Sistem Pendukung Keputusan dll.
- **b) Effectiveness**
- Ø Penerapan SCM meningkatkan efektifitas operasional
- Ø Penerapan ERP à mengintegrasikan aktivitas perusahaan
- Ø Peningkatan kualitas pengambilan keputusan
- **c) Reach**
- Ø Perluasan jangkauan dan ruang gerak perusahaan
- Ø Memperluas kerjasama dan cakupan 'daerah' bisnis
- Ø Menembus batas ruang dan waktu

- **d) Structure**

- ∅ Struktur bisnis lebih simple/sederhana
- ∅ Virtual Company
- ∅ Perubahan perilaku perusahaan dalam berbisnis

- **e) Opportunity**

- ∅ Peluang yang besar untuk inovasi perusahaan
- ∅ e-Marketing, e-Financing, e-Procurement, e-Logistics, e-Inventory,

TANTANGAN E-BUSINESS

- Sekalipun ada banyak sekali daya pikat e-business (terutama yang berbasis internet), masih ada sejumlah tantangan atau keterbatasan yang harus di atasi. Dalam lingkup yang lebih luas, perkembangan e-business dalam kontek ekonomi baru (new economy) atau webeconomics masih menghadapi sejumlah tantangan besar, diantaranya:

- 1. Peningkatan ketersediaan dan kecepatan akses internet secara luas dan sejauh ini tingkat penetrasi internet masih rendah
- 2. Pembenahan infrastruktur (seperti perangkat lunak dan perangkat keras) serta regulasi(tarik telepon, jasa, ISP, dan Undang-undang tentang e-Commerce)
- 3. Isu privasi dan keamanan dalam transaksi via internet terutama masalah kartu kredit “illegal”. Hal ini mempengaruhi rendahnya tingkat kepercayaan (trust) masyarakat, yang pada gilirannya menyebabkan masih rendahnya volume transaksi online.

- 4. Dalam banyak kategori produk, masyarakat lebih menyukai model bisnis konvensional, contoh, masih banyak orang yang lebih suka membolak-balik majalah atau buku tertentu sebelum memutuskan untuk membeli.
- 5. Biaya dan justifikasi, misalnya; menyangkut keputusan mengembangkan e-business sendiri versus outsourcing kriteria memilih pemasok perangkat lunak dan infrastruktur, sulitnya mengkuantifikasi manfaat intangible dari sistem e-business (misalnya: layanan pelanggan yang lebih baik dari nilai periklanan

- Kecepatan dan kemudahan jasa-jasa penunjang, seperti: logistik dan distribusi fisik yang sangat diperlukan dalam mendukung efektifitas dan efisiensi layanan e-business. Sebagai model pemasaran kontemporer, e-business membawa dampak positif bagi tiga pihak: produsen, perantara, dan pelanggan. Produsen dapat menjangkau lebih banyak konsumen, mengumpulkan informasi yang lebih akurat mengenai perilaku konsumen, menentukan pasar sasaran secara lebih efektif, dan melayani konsumen secara lebih baik dan memuaskan.

- Perantara dapat memperoleh komisi dan fee transaksi atas jasa-jasa bernilai tambah, seperti pengumpulan dan analisis informasi. Sedangkan pelanggan dapat membandingkan dan memilih produk dan harga secara lebih mudah dan akurat, sehingga bargaining power konsumen semakin menguat.