

BAB 7

SISTEM BISNIS ELEKTRONIK

1. Sistem Bisnis Elektronik (E-Business)

A. Definisi Bisnis Elektronik

Istilah E-Business (Inggris: *Electronic Business, atau "E-business"*) diperkenalkan oleh Lou Gerstner, seorang CEO perusahaan IBM.

Sistem Bisnis Elektronik atau yang lebih dikenal dengan nama E-Business merupakan kegiatan berbisnis oleh organisasi, individu atau pihak-pihak terkait yang menggunakan media teknologi informasi seperti internet untuk menjalankan dan mengelola proses bisnis sehingga dapat memberikan keuntungan berupa keamanan, fleksibilitas, integrasi, optimisasi, efisiensi dan peningkatan produktivitas. Dimana kegiatan berbisnis oleh perusahaan atau individu yang bersangkutan tidak hanya berupa kegiatan pembelian, penjualan dan jasa saja, tapi juga meliputi pelayanan pelanggan dan kerja sama dengan rekan bisnis.

B. Aturan E-Business pada Bisnis

1. Komunikasi

Yang dimaksud dengan komunikasi adalah adanya fasilitas atau media yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, layanan, transaksi elektronik (pemesanan dan pembayaran secara elektronik) dan perpindahan barang dari penjual ke pembeli. Media komunikasi yang memadai yang bisa mempertemukan pelaku e-Business menjadi syarat utama terselenggaranya.

2. Komersial (Perdagangan)

Sisi komersial yang disyaratkan pada e-Business adalah adanya sistem untuk melakukan transaksi online mulai dari promosi barang, pemesanan barang, pembayaran dan pengiriman barang. Pembeli barang memesan

barang tidak memerlukan melihat barang secara langsung tetapi melalui gambar atau spesifikasi yang tercantum dalam website. Sedangkan untuk pemesanan, sistem shopping online terhubung dengan sistem inventory untuk mengetahui stock barang sehingga barang yang dibeli memang ada. Untuk pembayaran, sistem shopping online harus terhubung dengan otoritas pembayaran misalnya bank atau penyedia kartu kredit agar nilai yang dibayarkan oleh pembeli berasal dari alat pembayaran yang sah dan memiliki nilai yang cukup.

3. Proses Bisnis

Setiap pelaku e-Business yang ingin melakukan transaksi elektronik dan mendapatkan manfaat semaksimal mungkin dari e-Business harus melakukan optimalisasi proses bisnis internal dengan memanfaatkan teknologi informasi agar aliran informasi, transaksi, maupun lama pengiriman barang menjadi dipersingkat, biaya transaksi menjadi lebih ekonomis jika dibandingkan dengan perdagangan yang dilakukan secara tradisional.

4. Layanan

Bagi setiap institusi yang menjadi pelaku e-Business, penggunaan teknologi informasi dan internet seharusnya menjadikan layanan ke customer menjadi lebih baik, lebih ekonomis, dan lebih terjangkau. Misalnya, dimensi barang yang ditawarkan beserta spesifikasinya bisa diperiksa lebih seksama sebelum dibeli (diakses melalui website), tidak diperlukan toko secara fisik, dan bisa diakses dari mana saja dengan menggunakan internet. Bahkan dengan sistem informasi, customer bisa dilayani secara khusus dan personal karena data-data aktifitas customer direkam dan bisa dilakukan analisis untuk meningkatkan pelayanan.

5. Learning

Untuk meningkatkan "awareness" baik diantara pengguna maupun pelaku e-Business, proses edukasi sangat penting agar semakin banyak anggota masyarakat yang menyadari manfaat dan kelebihan dari transaksi online.

Perbedaan dengan transaksi tradisional adalah pembeli dan penjual tidak perlu belajar sebelum melakukan transaksi sedangkan transaksi online karena pengguna maupun pelaku tidak berhadapan dengan manusia tetapi dengan mesin komputer maka diperlukan proses edukasi agar mereka bisa menggunakan fasilitas atau media transaksi dengan lancar.

6. Kolaborasi

Satu siklus transaksi online antara penjual dan pembeli melibatkan stakeholder lain yang harus berkolaborasi untuk menyelesaikan transaksi tersebut. Pada saat pembayaran maka akan terjadi kolaborasi antara penyedia shopping online dengan bank atau penyedia kartu kredit untuk menyelesaikan proses pembayaran. Setelah dibayar maka terjadi kolaborasi antara penyedia shopping online dengan gudang, dan jasa pengiriman barang untuk mengantarkan barang sampai ke pembeli. Pihak lain yang juga terlibat adalah pihak asuransi untuk melakukan penjaminan transaksi maupun atas barang yang dikirim. Kolaborasi yang terjadi dalam e-Business.

7. Komunitas

Dalam dunia maya (world wide web) komunitas merupakan salah satu indikator untuk mengukur aktifitas pengguna. Dalam e-Business, komunitas merupakan media yang cukup penting untuk belajar dan memperbaiki diri secara terus menerus baik dari sisi pelaku maupun pengguna dalam hal produk, layanan, maupun mekanisme transaksi.

C. Faktor Kesuksesan E-Business

1. Biaya (cost)

E-Business perlu menjamin terjadinya 'cost efficiency' melalui efisiensi waktu atau volume penjualan yang lebih besar dengan melakukan optimasi pada proses logistik langsung dari warehouse ke pembeli.

2. Komersial (commerce)

Memaksimalkan keuntungan (profitabilitas) dilakukan dengan melakukan reengineering seluruh proses bisnis sehingga selain menurunkan biaya operasional juga meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya menaikkan volume penjualan.

3. Konten (content)

Informasi tentang produk atau layanan, berita yang selalu up to date, informasi yang berguna misalnya tip, advice, variasi produk atau layanan pendukung yang dibarengi dengan kualitas produk dan layanan yang prima sehingga pelanggan merasa dilayani secara personal merupakan kunci sukses utama.

4. Komunitas (community)

Komunitas merupakan media tempat pertukaran pengalaman, membentuk interest group sehingga menjadi sarana yang efektif untuk membentuk opini pelanggan, membangun permintaan (generate demand) dan melindungi kepentingan pengguna maupun pelaku. Komunitas merupakan cara yang efektif untuk meningkatkan retensi pelanggan sehingga biaya untuk mendapatkan pelanggan baru menjadi minimal.

5. Kenyamanan (convenience)

Kenyamanan dalam melakukan transaksi online merupakan salah satu kunci sukses. Navigasi yang mudah, cepat, dan informatif akan membuat pengguna menyukai cara bertransaksi online. Sedangkan kerumitan navigasi yang memerlukan beberapa kali klik dan tidak memberikan petunjuk yang mudah dan cepat bisa menyesatkan pengguna dan membuat pengguna tidak kembali lagi.

6. Konektivitas (connectivity)

Ketersediaan koneksi yang cepat juga merupakan faktor penentu kesuksesan transaksi online. Respon yang cepat dan tidak terputus akan membuat pengguna merasakan manfaat yang nyata dari e-Business.

Dengan ke enam faktor sukses tersebut diharapkan pelaku e-Business bisa mempersiapkan diri dengan secara lebih komprehensif. Untuk mengetahui tingkat kesuksesan pelaku e-Business ukuran yang bisa digunakan adalah penerimaan pengguna (customer acceptance) yang direpresentasikan dengan jumlah customer online, patuh aturan (legal authorities compliance), dukungan dari third parties (supply chain support) dan indikator finansial.

D. Kebijakan E-Business

Kebijakan E-Business yang perlu dibuatkan aturan main dan rambu-rambu agar para pelaku e-Business (stakeholders) bermain dalam arena (playing field) yang fair dan semua pihak dilindungi hak dan kewajibannya tanpa mengurangi kemampuannya dalam mengimplementasikan strategi e-Business masing-masing mencakup kebijakan antara lain:

- a. Internal : manajemen dan staf
- b. Pemasok dan manufaktur
- c. Pelanggan (customer)
- d. Perantara (intermediaries)
- e. Lembaga Keuangan
- f. Pemilik Web (Web service provider)
- g. Asosiasi
- h. Komunitas Web

Kebijakan e-Business tidak hanya mengatur/memfasilitasi tindakan pra-transaksi tetapi juga post-transaksi dimana ada 3 hal penting yang harus ditangani antara lain:

- a. Keabsahan transaksi dimana ada pemegang otoritas yang melakukan settlement bahwa transaksi sudah selesai dan diterima oleh penjual dan pembeli
- b. Masalah legal misalnya pelanggaran hak cipta. Diperlukan proses hukum dengan mengacu pada undang-undang yang mengatur hak cipta untuk barang yang diperdagangkan secara elektronik

- c. Gangguan keamanan pada transaksi online misalnya pencurian nomor kartu kredit, fraud, penyalahgunaan user id dan password, dll.

E. Dimensi E-Business

1. Dimensi What

Wilayah E-Business mencakup kolaborasi antara organisasi dan mitranya, interaksi antara organisasi dan pelanggannya, pertukaran informasi antara organisasi dengan para stakeholder, dan lain sebagainya.

Luasnya komunikasi yang dimungkinkan dengan teknologi internet berdampak pada luasnya wilayah E-Business.

2. Dimensi Who

Entitas-entitas yang berinteraksi dalam suatu sistem E-Business dapat diklasifikasikan menjadi: Agent, Business, Consumer, Device, Employee, Family, and government.

3. Dimensi Where

Kegiatan E-Business dapat dilakukan di mana saja, sejauh pihak-pihak yang berkepentingan memiliki fasilitas elektronik sebagai kanal akses (access channel)

4. Dimensi Why

Penerapan E-Business tidak saja menguntungkan organisasi karena banyaknya komponen biaya tinggi yang dapat dihemat, tetapi juga memberikan kesempatan kepada organisasi untuk menaikkan tingkat pendapatannya.

F. Pelaku E-Business

- | | |
|----------------|------------------|
| 1. Organisasi. | 4. Supplier. |
| 2. Konsumen. | 5. Pekerja. |
| 3. Perusahaan. | 6. Rekan bisnis. |

G. Alat/media/sumber daya yang digunakan.

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

H. Sasaran dan Tujuan Kegiatan E-Business

Sasaran

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

Tujuan.

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

I. MANFAAT BISNIS ELEKTRONIK

1. Bagi organisasi

- Memperluas pasar
- Menekan biaya kertas
- Terwujudnya spesialis bisnis
- Menekan biaya sediaan dan produksi
- Dapat menerapkan kostumisasi produk
- Menekan waktu pembayaran dan penerimaan produk
- Meningkatkan produktivitas
- Menekan biaya telekomunikasi

2. Bagi konsumen

- Kesempatan transaksi lebih luas dan tak kenal waktu
- Memberikan pilihan produk dan pemasok lebih banyak

- Memungkinkan memperoleh produk lebih murah
- Pengiriman lebih cepat (real time)
- Memperoleh informasi produk lebih cepat
- Memungkinkan pelanggan dapat berinteraksi

3. Bagi masyarakat luas

- Memungkinkan berbisnis dari rumah
- Beberapa barang bisa dijual lebih murah
- Memperoleh layanan yang mudah untuk diwujudkan
- Penyampaian jasa publik dapat dinikmati masyarakat

4. Bagi dunia Akademis

- Tantangan baru
- Para peneliti tertantang untuk melakukan analisis terhadap pergeseran pola bisnis.
- Membuka kerangka baru dalam penjualan jasa pendidikan

2. SISTEM BISNIS ENTERPRISE

Sistem Bisnis Enterprise adalah sistem informasi yang diperuntukkan bagi perusahaan seperti perusahaan di bidang manufaktur maupun jasa yang berperan untuk mengintegrasikan dan mengotomatisasikan proses bisnis yang berhubungan dengan aspek operasi, produksi maupun distribusi di perusahaan yang bersangkutan. Ini berarti bahwa sistem ini nantinya akan membantu mengontrol aktivitas bisnis seperti penjualan, pengiriman, produksi, manajemen persediaan, manajemen kualitas dan sumber daya manusia.

A. APLIKASI CROSS-FUNCTION ENTERPRISE

1. DEFINISI CROSS-FUNCTION ENTERPRISE

Sistem Lintas Fungsi Perusahaan atau yang lebih dikenal dengan Cross-Functional Enterprise System adalah sistem informasi yang melintas batas berbagai area fungsional suatu bisnis agar dapat mengintegrasikan serta mengotomatiskan proses bisnis.

2. APLIKASI CROSS-FUNCTIONAL ENTERPRISE SYSTEM

Salah satu aplikasi dari Cross-functional Enterprise System adalah Customer Relationship Management (CRM). Customer Relationship Management (CRM) merupakan aplikasi yang mengintegrasikan dan mengotomatiskan berbagai proses pelayanan pelanggan dalam penjualan, pemasaran langsung, account and order management, dukungan dan pelayanan pelanggan.

Solusi CRM menyediakan fungsi-fungsi yang meliputi banyak hal untuk dapat mengatur, merencanakan dan membuat laporan di seluruh lingkup bidang penjualan, diantaranya:

1. Penambahan dan perubahan informasi mengenai pelanggan;
2. Mengakses data penjualan pelanggan dan data mengenai harga barang yang telah diberikan;
3. Mengakses data status mengenai keuangan pelanggan yang terakhir;
4. Mendeteksi dan memprediksi seluruh peluang-peluang sesuai dengan jalurnya;
5. Secara otomatis dapat menginformasikan daftar calon-calon pelanggan yang berpotensi;
6. Mendapatkan informasi yang kompetitif.

Mulai dari tahap penawaran barang sampai dengan membuat order penjualan dan pemenuhan order, CRM memberikan fungsi-fungsi yang dibutuhkan untuk memaksimalkan tingkat efisiensi kemampuan penjualan, seperti:

1. Memberikan penawaran dan melakukan kalkulasi penjualan;
2. Menjanjikan pengiriman barang;
3. Mengentry order penjualan;
4. Memproses pengembalian barang.

B. INTEGRASI APLIKASI ENTERPRISE

Integrasi Aplikasi Enterprise adalah perangkat lunak/software yang menggunakan prinsip-prinsip arsitektur sistem komputer untuk satu set komputer aplikasi dalam suatu perusahaan.

Keuntungan :

1. Mengakses sistem informasi secara real time;
2. Meningkatkan organisasi dan proses bisnis yang mendukung;
3. Memudahkan pengembangan kegiatan perusahaan.

Kekurangan :

1. Biaya pembangunan terlalu tinggi, terutama untuk usaha kecil dan menengah (UKM);
2. EAI dalam pelaksanaannya memerlukan waktu yang lama dan banyak sumber daya;
3. Memerlukan banyak tenaga profesional.

C. SISTEM PEMROSESAN TRANSAKSI

Sistem pemrosesan transaksi (SPT) atau yang lebih dikenal dengan nama *Transaction Processing Systems* adalah bentuk sistem informasi yang berfungsi merekam semua aktivitas/kejadian di dalam perusahaan. meliputi mencatat data, memproses data dan menghasilkan informasi baku atau standart.

Sistem pemrosesan transaksi hampir selalu dimiliki oleh suatu perusahaan, organisasi, instansi pemerintah karena di dalam suatu perusahaan atau

organisasi, transaksi selalu terjadi dan setiap transaksi yang terjadi harus dicatat.

Model Sistem Pemrosesan Transaksi :

1. Perangkat input dapat terdiri atas berbagai alat, meliputi komputer, palmtop (PDA), semua jenis telpon dan facsimile;
2. Perangkat pemroses terdiri atas program komputer (yang bisa dipasang di dalam mesin ATM, komputer atau perangkat sejenis);
3. Perangkat keluaran meliputi berbagai jenis monitor (yang dapat menampilkan gambar atau tulisan), speaker (untuk menampilkan informasi berbentuk suara atau pesan) atau printer (untuk mencetak berbagai informasi yang perlu disimpan dalam jangka waktu lebih lama)
4. Berbagai bentuk dokumen yang digunakan untuk menyampaikan berbagai bentuk informasi kepada manajemen dan pihak lain yang memerlukan informasi. Sudah tentu masing-masing pihak yang berkepentingan dengan perusahaan memerlukan informasi yang berbeda-beda, sehingga harus diberi informasi yang sesuai saja.

Tujuan sistem pemrosesan transaksi:

1. Mencatat setiap transaksi yang terjadi;
2. Mempercepat proses yang terjadi di dalam suatu perusahaan;
3. Menyediakan informasi yang akurat dan tepat waktu;
4. Meningkatkan kinerja dan layanan perusahaan.

D. SISTEM KOLABORASI ENTERPRISE

Sistem kolaborasi enterprise (enterprise collaboration system) atau sistem kerja sama perusahaan adalah sebuah sistem yang menggunakan komunikasi elektronik, konferensi dan alat kerja sama untuk mendukung dan meningkatkan kerja sama antar tim dan kelompok kerja.

3. SISTEM BISNIS FUNGSIONAL

Adalah system informasi yang ditujukan untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan bisnis perusahaan kepada kelompok orang yang berada pada bagian tertentu dalam perusahaan.

- Sistem Pemasaran : adalah system informasi yang menyediakan informasi yang dipakai oleh fungsi pemasaran. Sistem ini mendukung keputusan yang berkaitan dengan pembauran pasar (marketing mix), yang mencakup:
 - **Produk** (barang dan jasa) yang perlu ditawarkan.
 - **Tempat** yang menjadi sasaran pemasaran.
 - **Promosi** yang perlu dilakukan.
 - **Harga Produk**.
- Sistem Manufacturing : merupakan system yang digunakan untuk mendukung fungsi produksi, yang mencakup seluruh kegiatan yang terkait dengan perencanaan dan pengendalian proses untuk memproduksi barang atau jasa.
- Sistem Sumber Daya Manusia : Sistem Sumber Daya Manusia dibagi menjadi beberapa subsistem, diantaranya:
 - Subsistem Penggajian (payroll), berkaitan dengan pembayaran gaji, upah, dan tunjangan.
 - Subsistem Riset SDM, menangani penelitian mengenai suksesi, analisis dan evaluasi jabatan, serta penelitian tentang keluhan yang disampaikan oleh pegawai.
 - Subsistem Intelijen SDM, menggunakan sumber informasi eksternal yang berhubungan dengan mitra kerja (stakeholder) yang mencakup pemerintah, serikat buruh, masyarakat umum, bahkan pesaing.

- Subsistem Perencanaan SDM, menangani identifikasi sumber daya manusia dalam perusahaan yang digunakan untuk melaksanakan sasaran jangka panjang perusahaan.
 - Subsistem Perekrutan, menangani aktivitas yang berhubungan dengan penyeleksian calon pegawai.
 - Subsistem Manajemen Tenaga Kerja, berhubungan dengan pengembangan SDM dalam hal keterampilan dan pengetahuan, melalui pelatihan-pelatihan atau pendidikan.
 - Subsistem Pelaporan Lingkungan, digunakan untuk menghasilkan laporan yang dialamatkan untuk lingkungan perusahaan, terutama ditujukan kepada pemerintah dan serikat buruh.
- Sistem Akuntansi : Sistem Akuntansi merupakan system yang paling tua dan paling banyak digunakan dalam bisnis. Sistem Akuntansi adalah kumpulan sumber daya yang dirancang untuk mentransformasikan data keuangan menjadi informasi.
 - Sistem Manajemen Keuangan : Sistem ini digunakan untuk mendukung manajer keuangan dalam pengambilan keputusan yang menyangkut persoalan keuangan perusahaan dan pengalokasian serta pengendalian sumber daya keuangan dalam perusahaan. Sistem ini tidak hanya mendasarkan data internal melainkan juga menggunakan data yang berasal dari sumber eksternal.

Berbagai Macam Aplikasi Dalam Sistem Bisnis Fungsional :

- Sistem Pemasaran
 - OE/S atau Order Entry Sales adalah struktur interaksi antara manusia, peralatan metode-metode, dan kontrol-kontrol yang disusun untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu.

Fungsi utama sistem OE/S adalah menyediakan aliran informasi yang mendukung :

1. Rutin kerja dalam bagian order penjualan, bagian kredit, dan bagian pengiriman (dengan cara menangkap dan mencatat data yang berhubungan dengan fungsi pemasaran dan penjualan).
 2. Pembuatan keputusan untuk personel yang mengatur fungsi penjualan dan fungsi pemasaran.
- OLRT atau On-line Real Time adalah Pemrosesan lengkap suatu data transaksi yang dilakukan segera setelah dimasukkan ke dalam system komputer.

Fungsi utama system OLRT adalah menyediakan aliran informasi kepada pelanggan sesaat setelah melakukan order, dan mempermudah serta mempersingkat waktu bagi unit kerja pada bagian order penjualan untuk menginformasikan ketersediaan produk kepada pelanggan.

- **Sistem Manufacturing**

- MRP atau Material Requirement Planning adalah Sebuah system software yang berkemampuan mengintegrasikan beberapa system informasi yang berkaitan dengan produksi guna menyesuaikan dengan jadwal produksi secara otomatis.

Fungsi utama system MRP adalah memperbaiki system persediaan dan system penjadwalan produksi agar menghasilkan informasi yang akurat dan mutakhir guna keperluan manajemen produksi.

- MRP II atau Manufacturing Resources Planning adalah Sebuah system software komputer yang lebih mutakhir, yang bukan hanya meliputi manajemen persediaan dan penjadwalan produksi, tetapi juga melingkupi dan mengintegrasikan perencanaan produksi dengan proses perencanaan keuangan.

Fungsi utama system MRP II adalah memberikan kemudahan dengan mengintegrasikan system manajemen persediaan material dan system penjadwalan produksi sebagai system yang terpadu dan menjadikan seluruh kegiatan yang berkaitan dengan manufacturing sebagai jaringan informasi interaktif.

- **Sistem Akuntansi**

Sistem akuntansi adalah metode dan prosedur untuk mencatat dan melaporkan informasi keuangan yang disediakan bagi perusahaan atau suatu organisasi bisnis. Sistem akuntansi yang diterapkan dalam perusahaan besar sangat kompleks. Kompleksitas sistem tersebut disebabkan oleh kekhususan dari sistem yang dirancang untuk suatu organisasi bisnis sebagai akibat dari adanya perbedaan kebutuhan akan informasi oleh manajer, bentuk dan jalan transaksi laporan keuangan. Sistem akuntansi terdiri atas dokumen bukti transaksi, alat-alat pencatatan, laporan dan prosedur yang digunakan perusahaan untuk mencatat transaksi-transaksi serta melaporkan hasilnya.

Operasi suatu sistem akuntansi meliputi tiga tahapan:

1. Harus mengenal dokumen bukti transaksi yang digunakan oleh perusahaan, baik mengenai jumlah fisik maupun jumlah rupiahnya, serta data penting lainnya yang berkaitan dengan transaksi perusahaan.

2. Harus mengelompokkan dan mencatat data yang tercantum dalam dokumen bukti transaksi kedalam catatan-catatan akuntansi.
3. Harus meringkas informasi yang tercantum dalam catatan-catatan akuntansi menjadi laporan-laporan untuk manajemen dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

- Sistem Manajemen keuangan

Manajemen Keuangan adalah suatu kegiatan perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian dan penyimpanan dana yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan. Manajemen keuangan berhubungan dengan 3 aktivitas, yaitu :

1. Aktivitas penggunaan dana yaitu aktivitas untuk menginvestasikan dana pada berbagai aktiva
2. Aktivitas perolehan dana yaitu aktivitas untuk mendapatkan sumber dana, baik dari sumber dana internal maupun sumber dana eksternal perusahaan
3. Aktivitas pengelolaan aktiva yaitu setelah dana diperoleh dan dialokasikan dalam bentuk aktiva harus dikelola seefisien.