



## **Mata Ajar**

***STRATEGI DAN IMPLEMENTASI E-COMMERCE***

---

## **Topik Bahasan**

***TRANSISI DAN SIKLUS PENGEMBANGAN ELECTRONIC COMMERCE di  
PPERUSAHAAN***

---

## **Versi**

***2013/1.0***

---

## **Nama File**

***SDIE-2C-TransisidanSiklus.pdf***

---

## **Referensi Pembelajaran**

**2-C**

**Pengantar E-Commerce**

### Transisi dan Siklus Pengembangan Electronic Commerce di Perusahaan

Membangun dan mengimplementasikan sebuah sistem E-Commerce bukanlah merupakan sebuah proses atau program "sekali jadi", namun merupakan suatu sistem yang perlahan-lahan berkembang terus-menerus sejalan dengan perkembangan perusahaan. Tidak sedikit perusahaan-perusahaan besar yang memilih jalan evolusi dalam memperkenalkan dan mengembangkan E-Commerce di perusahaannya. Alasan utama yang melatarbelakangi pemikiran ini adalah sebagai berikut:

Mengimplementasikan sebuah sistem E-Commerce tidak semudah atau

Sumber: Peter Finger et al, 2000

Gambar 7. Transisi dan Siklus Pengembangan Electronic Commerce di Perusahaan

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20

Membangun dan mengimplementasikan sebuah sistem E-Commerce bukanlah merupakan sebuah proses atau program "sekali jadi", namun merupakan suatu sistem yang perlahan-lahan berkembang terus-menerus sejalan dengan perkembangan perusahaan. Tidak sedikit perusahaan-perusahaan besar yang memilih jalan evolusi dalam memperkenalkan dan mengembangkan E-Commerce di perusahaannya. Alasan utama yang melatarbelakangi pemikiran ini adalah sebagai berikut:

Mengimplementasikan sebuah sistem E-Commerce tidak semudah atau sekedar mempergunakan sebuah perangkat aplikasi baru, namun lebih kepada pengenalan sebuah prosedur kerja baru (transformasi bisnis). Tentu saja perubahan yang ada akan mendatangkan berbagai permasalahan, terutama yang berhubungan dengan budaya kerja dan relasi dengan rekanan maupun pelanggan (Finger, 2000):

- Sistem E-Commerce melibatkan arsitektur perangkat lunak dan perangkat keras yang akan terus berkembang sejalan dengan kemajuan teknologi,

sehingga strategi pengembangan dan penerapannya-pun akan berjalan seiring dengan siklus hidup perusahaan; dan

- Mengembangkan sistem E-Commerce secara perlahan dan bertahap secara tidak langsung menurunkan tingginya resiko kegagalan implementasi yang dihadapi perusahaan.

Gambar berikut memperlihatkan strategi pengembangan E-Commerce secara evolusioner dalam bentuk diagram transisi dari satu fase ke fase berikutnya. Lihat Gambar 7. Transisi dan Siklus Pengembangan Electronic Commerce di Perusahaan

Hal pertama yang baik untuk dilakukan adalah menyamakan visi E-Commerce diantara seluruh manajemen perusahaan melalui berbagai pendekatan formal maupun informal.

Jajaran Direksi dan Manajemen Senior harus memiliki visi yang jelas dan tegas, dan dipahami oleh seluruh perangkat perusahaan untuk menghasilkan kesamaan gerak di dalam perkembangan implementasi E-Commerce. Visi yang jelas juga diharapkan akan mengurangi berbagai hambatan-hambatan atau resistansi yang mungkin timbul karena tidak didukungnya program tersebut oleh jajaran manajemen atau staf perusahaan yang ada.

Mensosialkan visi E-Commerce di perusahaan dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti pelatihan formal, diskusi/rapat bulanan, seminar, diskusi dan tanya jawab, dan lain sebagainya. Visi E-Commerce ini harus pula disosialkan di kalangan rekanan bisnis dan para pelanggan, karena walau bagaimanapun mereka semua akan merupakan bagian yang secara langsung atau tidak langsung akan memiliki pengaruh dalam pengembangan dan implementasi E-Commerce.

Langkah berikutnya adalah melakukan koordinasi antara berbagai pihak yang akan membangun sistem E-Commerce bersama perusahaan terkait. Pihak-pihak tersebut misalnya: rekanan bisnis (seperti pemasok dan distributor), vendor teknologi informasi, pelanggan, bank (penyedia jasa kartu kredit), pihak asuransi, dan lain sebagainya. Tujuan dari koordinasi ini adalah pengembangan sebuah

kerangka kerja sama yang disepakati bersama, sehingga dalam perjalanan implementasinya, E-Commerce tidak mendapatkan gangguan yang berarti. Seluruh pihak-pihak dalam "konsorsium" ini harus menyadari bahwa mereka semua berada dalam sebuah ekosistem E-Commerce, dimana sistem yang ada baru akan berjalan secara baik jika masing-masing komponennya memiliki kinerja yang baik sesuai dengan fungsinya masing-masing.

Tahap berikutnya merupakan sebuah fase yang cukup sulit, karena diperlukan suatu pemahaman yang baik terhadap apa yang disebut sebagai metoda pendekatan sistem (system thinking). Penggabungan proses bisnis beberapa perusahaan dengan menggunakan kerangka E-Commerce tidak sekedar menghubungkan satu divisi dengan divisi lain dengan menggunakan perangkat telekomunikasi dan komputer, tetapi lebih jauh merupakan suatu usaha membentuk sistem bisnis yang lebih besar dan luas (internetworking). Pemahaman mengenai perilaku sebuah sistem, yang terdiri dari berbagai komponen arsitektur yang saling terkait dan terintegrasi merupakan hal mutlak yang harus dikuasai oleh mereka yang bertanggung jawab terhadap sistem tersebut. Tahap ini memiliki tujuan untuk mengadakan suatu analisa terhadap hal-hal pokok berkaitan dengan prinsip-prinsip dasar bisnis setelah lingkungan kerjasama baru antar perusahaan terbentuk, seperti:

- Menentukan model bisnis yang akan diterapkan di dalam E-Commerce;
- Mendefinisikan segmen pasar dan tipe pelanggan yang akan menjadi target;
- Menyusun kebijakan atau peraturan pembelian melalui internet bagi pelanggan;
- Membagi tugas dan tanggung jawab antar berbagai pihak yang berkerja sama;
- Mengusulkan pembagian biaya dan keuntungan dari model bisnis baru tersebut; dan lain sebagainya.

Setelah "panggung" infrastruktur E-Commerce selesai dibangun, tahap berikutnya adalah menentukan proyek percontohan atau proyek awal (pilot project) yang

akan diujicoba dan diimplementasikan. Prinsip "don't run before you can walk" merupakan pedoman pemikiran yang biasa dipergunakan dalam skenario implementasi teknologi informasi secara evolusi ini. Diharapkan dari pilot project ini dapat dilihat seberapa "feasible" konsep-konsep model bisnis yang telah dirancang dapat memenuhi objektif yang dikehendaki. Berdasarkan hasil evaluasi dan fakta yang terjadi selama pilot project dirancang dan diimplementasikan, berbagai perbaikan konsep dilakukan dan dimatangkan.

Hal terakhir dalam siklus yang harus dilakukan adalah pembentukan tim penanggung jawab program pengembangan dan implementasi E-Commerce. Hampir semua pengembangan sistem E-Commerce dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan proyek (project management), dimana tim terkait harus berhadapan dengan portofolio program-program pengembangan E-Commerce yang beragam dan bertahap. Yang harus diperhatikan oleh manajemen perusahaan adalah suatu kenyataan bahwa tim penanggung jawab pengembangan dan implementasi E-Commerce tidak hanya harus terdiri dari mereka yang memiliki kompetensi dan keahlian yang memadai, tetapi mereka haruslah merupakan pekerja-pekerja waktu penuh (full time); atau dengan kata lain, mereka tidak boleh terpecah fokusnya untuk melakukan pekerjaan-pekerjaan lain di dalam perusahaan.

Di dalam perkembangannya, inisiatif-inisiatif baru akan terjadi, dan secara natural akan kembali ke siklus analisa kesempatan bisnis E-Commerce (inter-enterprise assessment). Dalam kerangka inilah evolusi secara perlahan-lahan akan terjadi dan E-Commerce akan berkembang dari satu tahap ke tahap berikutnya.