



Mata Ajar

STRATEGI DAN IMPLEMENTASI E-COMMERCE

Topik Bahasan

ELECTRONIC BUSINESS VALUE MATRIX

Versi

2013/1.0

Nama File

SDIE-3C-ElectronicBusiness.pdf

Referensi Pembelajaran

3-C

Pengantar E-Commerce

Electronic Business Value Matrix

Mengembangkan E-Business merupakan suatu seni tersendiri bagi sebuah perusahaan. Tidak hanya karena sifatnya yang unik, setiap perusahaan harus memiliki strategi yang berbeda dengan perusahaan lainnya, walaupun mungkin keduanya berada pada industri yang sama. Salah hal utama yang harus dipahami oleh pemilik dan pengelola perusahaan berbasis E-Business, adalah mengetahui posisi keberadaan E-Business dalam kerangka strategis perusahaan. Amir Hartman memberikan sebuah kerangka dalam bentuk matriks yang layak untuk dipergunakan oleh perusahaan sebagai paduan dalam memahami hal



Business Criticality	OPERATIONAL EXCELLENCE <ul style="list-style-type: none"> • Reengineering • Leveraging Strength • Efficiency Focused • High Risk 	BREAKTHROUGH STRATEGIES <ul style="list-style-type: none"> • Market Creation • New Business Model • Shift Industry Dynamics • High Risk
	NEW FUNDAMENTALS <ul style="list-style-type: none"> • Cost Savings • Webification • Experience Building • Low Risk 	RATIONAL EXPERIMENTATION <ul style="list-style-type: none"> • New Market Segments • Business Model Shift • New Revenue Source • Low/Moderate Risk
Practice Innovation		

Gambar 10. Electronic Business Value Matrix

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

Mengembangkan E-Business merupakan suatu seni tersendiri bagi sebuah perusahaan. Tidak hanya karena sifatnya yang unik, setiap perusahaan harus memiliki strategi yang berbeda dengan perusahaan lainnya, walaupun mungkin keduanya berada pada industri yang sama. Salah hal utama yang harus dipahami oleh pemilik dan pengelola perusahaan berbasis E-Business, adalah mengetahui posisi keberadaan E-Business dalam kerangka strategis perusahaan. Amir Hartman memberikan sebuah kerangka dalam bentuk matriks yang layak untuk dipergunakan oleh perusahaan sebagai paduan dalam memahami hal tersebut. Kerangka yang bersangkutan diberi nama "E-Business Value Matrix" (Hartman, 2000).

Matriks yang terdiri dari 4 (empat) kuadran ini memiliki dua dimensi sebagai variabel. Dimensi pertama adalah aspek yang berhubungan dengan seberapa kritikal keberadaan E-Business bagi perusahaan yang bersangkutan, sementara dimensi kedua mencerminkan tingkat inovasi dari aplikasi yang dipergunakan.

Lihat Gambar 10. Electronic Business Value Matrix

Kuadran 1: New Fundamentals

Perusahaan pada kuadran ini adalah mereka yang mengimplementasikan aplikasi E-Business dengan tujuan utama untuk menghemat biaya pengeluaran (cost saving). Alasan ini merupakan contoh klasik dari penggunaan teknologi informasi dan internet bagi perusahaan. Dilihat dari segi kebutuhan, keberadaan jenis aplikasi ini tidaklah kritis bagi perusahaan karena sifatnya sebagai tambahan (optional). Jenis aplikasi yang dipergunakanpun cukup umum dipergunakan oleh perusahaan lain, termasuk oleh para kompetitor bisnis. Contohnya adalah dibangunnya situs perusahaan (website/homepage) untuk menekan biaya pembuatan brosur dan company profile, atau fasilitas electronic mail untuk mengurangi biaya telepon interlokal atau internasional. Biasanya perusahaan melakukan pengembangan teknologi informasi jenis ini karena masih ingin melakukan coba-coba dengan aplikasi E-Business mengingat rendahnya resiko dan spesifikasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mengimplementasikannya.

Kuadran 2: Rational Experimentation

Pada kuadran kedua ini, peranan aplikasi E-Business belumlah merupakan hal yang kritis bagi perusahaan, namun perusahaan berusaha untuk melakukan inovasi tertentu yang tidak dimiliki oleh pesaingnya. Tujuan utamanya adalah untuk mencoba mencari penghasilan tambahan baru (extra revenue) bagi perusahaan. Hal yang dapat dilakukan sebagai contoh adalah untuk mencoba mencari segmen pasar baru (new market segment) dengan adanya aplikasi E-Business. Contohnya adalah toko buku yang memungkinkan seseorang untuk membeli isinya saja (content and text) tanpa harus membeli bentuk fisiknya. Isi buku yang dibuat dalam format Microsoft Word ini dapat dengan mudah di download melalui situs perusahaan dan dicetak sendiri oleh pembelinya. Tentu saja harga yang ditawarkan menjadi lebih murah karena tidak adanya biaya produksi dan distribusi. Tidak jarang perusahaan yang sukses melakukan eksperimen ini harus membangun suatu model bisnis baru yang memungkinkan para pelanggan barunya untuk secara fleksibel membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Tingkat resiko harus ditanggung oleh perusahaan yang mencoba

mengimplementasikan jenis aplikasi terkait berkisar antara kecil dan menengah (low to moderate).

Kuadran 3: Operational Experience

Perusahaan pada kuadran ini harus memiliki suatu aplikasi E-Business tertentu mengingat tingginya ketergantungan perusahaan terhadap keberadaannya. Tanpa mengimplementasikan jenis aplikasi tertentu, maka perusahaan akan kalah bersaing dengan kompetitornya. Contohnya adalah penerapan aplikasi E-Business B-to-B dimana perusahaan membangun jaringan komputer yang menghubungkan sistem internalnya dengan sistem komputer rekanan bisnisnya (supplier) melalui internet. Dalam teori supply chain management, tujuan utama dari penerapan teknologi informasi ini adalah selain untuk meningkatkan efisiensi kinerja perusahaan secara signifikan, juga untuk mempertinggi tingkat utilisasi sumber daya internal dan eksternal (resources leveraging). Prinsip di belakang implementasi aplikasi ini adalah untuk menciptakan suatu proses bisnis yang cheaper, better, faster pada internal perusahaan, sehingga yang bersangkutan dapat menawarkan produk dan jasanya kepada pelanggan dengan lebih murah, lebih baik, dan lebih cepat. Karena implementasi jenis E-Business ini berkaitan erat dengan manajemen proses perusahaan, maka tidak heran jika harus dilakukan suatu perubahan-perubahan pada level operational (reengineering) sebagai salah satu kunci keberhasilan. Tentu saja perubahan ini bagi perusahaan memiliki arti tingginya resiko yang harus dihadapi selama proses perubahan berlangsung.

Kuadran 4: Breakthrough Strategies

Kuadran terakhir ini merupakan suatu keadaan dimana perusahaan benar-benar menggantungkan dirinya pada kehandalan sistem E-Business yang dikembangkan. Alasan pertama adalah tingginya ketergantungan perusahaan terhadap aplikasi terkait. Sementara alasan kedua adalah karena perusahaan berusaha untuk membangun suatu sistem yang membedakannya dengan perusahaan-perusahaan lain dalam industri sejenis. Contohnya adalah virtual bank yang memungkinkan nasabahnya untuk melakukan transaksi perbankan dari berbagai kanal distribusi seperti personal computer, web-TV, Personal Digital

Assistant, handphone, dan lain sebagainya. Transaksi yang dapat dilakukan nasabah tidak hanya seputar transfer uang saja, namun lebih jauh lagi dapat untuk melakukan hal-hal lain seperti membayar rekening listrik dan telepon, memesan kebutuhan sehari-hari, bermain saham, dan lain sebagainya. Hal tersebut dimungkinkan untuk dilakukan karena bank tersebut telah menjalin hubungan secara on-line dan real time dengan berbagai rekanan bisnisnya. Tentu saja kemudahan-kemudahan tersebut merupakan kekuatan dan keunggulan perusahaan dibandingkan dengan bank-bank lainnya. Dengan dibangunnya aplikasi-aplikasi E-Business yang kompleks dan canggih, perusahaan secara signifikan dapat menciptakan suatu segmen pasar baru dimana konsumen dapat melakukan pembelian terhadap produk atau jasa perusahaan dari mana saja, kapan saja, dan dimana saja. Melihat tingkat kesulitan dan tingginya ketergantungan perusahaan pada infrastruktur teknologi informasinya (karena hampir seluruh revenue berasal darinya), maka resiko yang dihadapi pun tidaklah kecil.

Pada akhirnya, perusahaan harus benar-benar jeli dalam memperlakukan portofolio aplikasi-aplikasi E-Business dalam perusahaannya. Memahami proses pemetaan masing-masing jenis aplikasi internal pada E-Business Value Matrix berarti pula mencoba untuk mengerti prinsip-prinsip bisnis yang harus dipergunakan sebagai pegangan. Kuadran 1 dan Kuadran 3 pada prinsipnya bertujuan untuk melakukan efisiensi, sehingga justifikasi pembelian aplikasi dengan manfaat yang diperoleh harus dipertimbangkan secara sungguh-sungguh (cost and benefit), sementara Kuadran 2 dan Kuadran 4 merupakan usaha untuk meningkatkan sumber pendapatan perusahaan, sehingga harus dipelajari sungguh-sungguh efektivitas model bisnis yang ditawarkan kepada pelanggan. Perspektif lain dapat pula dipergunakan dalam melakukan analisa. Contohnya adalah Kuadran 3 dan Kuadran 4 yang memiliki fungsi yang kritical bagi perusahaan, sehingga mau tidak mau perusahaan harus memilikinya dan mengimplemtnasikannya secara efektif. Sementara Kuadran 1 dan Kuadran 2 merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan akan aplikasi E-Business hanya merupakan suatu tambahan belaka bagi perusahaan (nice to have). Dengan mengerti secara sungguh-sungguh peranan aplikasi E-Business bagi perusahaan,

maka nischaya manajemen dapat menentukan dan mengembangkan strategi yang tepat dan sesuai dengan visi dan misi usaha yang dicanangkan.