



Mata Ajar

KONSEP DAN STRATEGI E-BUSINESS

Topik Bahasan

DIAGRAM RELASI E-BUSINESS

Versi

2013/1.0

Nama File

KDSEB-2C-DiagramRelasi.pdf

Referensi Pembelajaran

2-C

Konsep dan Strategi E-Business

DIAGRAM RELASI E-BUSINESS

Di dalam dunia e-business, begitu banyak aplikasi yang ditawarkan oleh para vendor. Berbeda dengan perkembangan aplikasi di dunia nyata yang bermula dari paket-paket aplikasi yang bersifat fungsional, di dunia maya beragam aplikasi e-business dibangun berdasarkan paradigma proses (business process). Jika memperhatikan rangkaian business process yang kerap ditemukan di perusahaan, dari arah hulu menuju ke hilir, aplikasi e-business dapat dikategorikan menjadi empat jenis.

Cara yang paling mudah dalam memahami keempat kategori aplikasi



Supot Chokwareeporn (IBM), 2000

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

Di dalam dunia e-business, begitu banyak aplikasi yang ditawarkan oleh para vendor. Berbeda dengan perkembangan aplikasi di dunia nyata yang bermula dari paket-paket aplikasi yang bersifat fungsional, di dunia maya beragam aplikasi e-business dibangun berdasarkan paradigma proses (business process). Jika memperhatikan rangkaian business process yang kerap ditemukan di perusahaan, dari arah hulu menuju ke hilir, aplikasi e-business dapat dikategorikan menjadi empat jenis.

Cara yang paling mudah dalam memahami keempat kategori aplikasi e-business ini adalah dengan mencoba bergerak dari rangkaian proses hilir menuju hulu. Alasan pendekatan tersebut dipakai adalah karena di era bisnis moderen saat ini, perusahaan berdiri karena adanya pelanggan yang membutuhkan sebuah produk atau pelayanan tertentu.

Berangkat dari pendekatan tersebut, maka pada bagian hilir akan dijumpai rangkaian proses yang menghubungkan sebuah perusahaan dengan para pelanggannya (customers). Konsep yang biasa dipergunakan dalam membangun aplikasi kategori ini adalah Customer Relationship Management (CRM). Konsep ini mengajarkan kiat dan strategi untuk membangun dan menjalin hubungan yang efektif antara perusahaan dengan pelanggannya agar tercapailah apa yang kerap diistilahkan sebagai customer satisfaction, customer loyalty, dan customer retention.

Termasuk di dalam proses CRM adalah:

- Proses penanganan keluhan pelanggan;
- Proses penanganan pesanan pelanggan;
- Proses penanganan permintaan informasi dari pelanggan;
- Proses pengelolaan data dan informasi seputar pelanggan;

- Proses pengelolaan kebutuhan pelanggan;
- Proses analisa karakteristik dan perilaku pelanggan ;
- Dan lain sebagainya.

Berdasarkan data dan informasi yang diperoleh dari hubungan interaksi dengan pelanggan inilah perusahaan menentukan konfigurasi dan spesifikasi produk dan/atau jasa yang ingin dihasilkan. Rangkaian proses yang berkaitan dengan aktivitas desain produk dan/atau jasa ini kerap menggunakan konsep Product Design Management (PDM). Seperti diketahui bersama, dengan adanya e-business dan internet, pelanggan dapat ikut berpartisipasi dalam proses pembuatan produk. Contohnya seorang pelanggan yang dapat memesan CD audio berisi lagu-lagu kesukaannya dengan cara memilih ribuan lagu yang ada pada daftar; atau seorang penggemar buku yang dapat memilah-milah artikel atau bab-bab yang ingin dibelinya; atau seorang pecinta mobil yang ingin memperoleh mobil unik dengan suku cadang pilihannya; atau atau seorang programmer yang ingin membeli komputer dengan spesifikasi unggulannya; dan lain sebagainya. Proses pengelolaan desain produk di sini sepenuhnya dibantu oleh aplikasi-aplikasi e-business.

Setelah perusahaan mengetahui produk-produk semacam apa yang dipesan pelanggan beserta spesifikasi dan kuantitasnya, maka perusahaan harus mulai menjalankan rangkaian proses perencanaan sumber daya-sumber daya yang dibutuhkan untuk dialokasikan dalam proses produksi. Konsep manajemen yang paling maju untuk dipergunakan dalam proses pengalokasian sumber daya dan produksi adalah Enterprise Resource Planning (ERP). Konsep aplikasi e-business kategori ini secara utuh mengintegrasikan proses-proses yang berkaitan dengan aktivitas "manufaktur" produk atau jasa, dan aktivitas-aktivitas pendukung lainnya (seperti permasalahan keuangan, administrasi, dan sumber daya manusia) mulai dari pengadaan bahan baku sampai dengan distribusinya ke tangan pelanggan.

Berdasarkan kebutuhan berbagai sumber daya yang didefinisikan pada proses-proses terkait dengan ERP, perusahaan kemudian harus menyusun strategi pasokan bahan-bahan mentah produksi. Rangkaian proses manajemen pengadaan bahan-bahan mentah yang biasa diperoleh perusahaan dengan melakukan pemesanan kepada para pemasok (suppliers) ini dikenal dengan istilah Supply Chain Management (SCM). Rangkaian proses yang berada di hulu perusahaan ini merupakan antarmuka (interface) yang menghubungkan perusahaan dengan mitra bisnisnya (terutama para pemasok). Jika CRM cenderung menerapkan aplikasi bisnis e-commerce bertipe B-to-C, maka pada SCM aplikasi bisnis yang kerap dipergunakan adalah yang bertipe B-to-B.

Dari diagram terlihat bahwa keempat aplikasi e-business tersebut membentuk rantai proses yang saling berkesinambungan dimana menghubungkan antara stakeholder perusahaan yang berada di hulu (pemasok) dan stakeholder perusahaan yang berada di hilir (pelanggan). Pada kenyataannya, banyak sekali proses-proses di dalam rangkaian tersebut yang dialihdayakan (outsorce) ke perusahaan lain. Di sinilah sebuah kategori aplikasi e-business baru dibutuhkan, yaitu yang menghubungkan perusahaan dengan mitra-mitra bisnis lainnya.