**Assignment per Section**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Section** | **Question & Choices** | **Answer** |
| 1 | Konsep manajemen dimana perusahaan berusaha memanfaatkan internet dan teknologinya untuk mengintegrasikan seluruh mitra kerja perusahaan, terutama yang berhubungan dengan sistem pemasokan bahan-bahan atau sumber daya-sumber daya yang dibutuhkan dalam proses produksi (sisi supply chain) dikenal sebagai….   1. *E-CRM* 2. *E-Commerce* 3. *E-SCM* 4. *E-Procurement* 5. *E-Logistics* | **C** |
| Teknik yang digunakan untuk perincian proses bisnis dengan berfokus pada unsur-unsur penting yang mempengaruhi perilaku atau kebiasaan dalam perusahaan atau organisasi disebut dengan …..   1. *Business Unit* 2. *SCOR* 3. *Proses Bisnis* 4. *Process Engineering* 5. *Process Mapping* | **E** |
| Berikut ini yang termasuk dalam proses kunci dalam Level 1 penerapan metode SCOR adalah   1. MRP, CRP, ERP 2. MPS, CRM, ERP 3. Authorization 4. *plan, source, make, deliver* dan *return* 5. Activity Based Costing | **D** |
| Suatu masalah transportasi dimana sebagian atau seluruh barang yang diangkut dari tempat asal tidak langsung dikirim ke tempat tujuan tetapi melalui tempat transit merupakan pengertian dari ….   1. Transportasi 2. *Shipping Point* 3. *Transshipment* 4. *Bil of Lading* 5. *E-Retailer* | **C** |
| Berikut ini merupakan potensi manfaat SCM dan e-SCM dalam aktivitas perusahaan dan UMKM, kecuali…   1. Meningkatkan kepuasan pelanggan 2. Mengurangi biaya rantai pasok 3. Meningkatkan akurasi catatan 4. Menurunkan kinerja rantai pasok 5. Meningkatkan kualitas | **D** |
| Aplikasi berbasis pelanggan dan berpusat pada aktivitas pelanggan meliputi aktivitas penjualan, pelayanan, dan pemasaran merupakan pengertian dari ….   1. *Customer Satisfaction* 2. *MRO (Maintenance, Repair, Overhaul)* 3. *Customer Relationship Management (CRM)* 4. *Value Chain Management (VCM)* 5. *Demand Chain Management (DCM)* | **C** |
| 2 | Berikut ini yang termasuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa, kecuali ….   1. PERBANKAN 2. Layanan Purna Jual 3. TRANSPOTASI 4. KREDIT BIRO 5. PABRIK BAJA dan Otomotif | **E** |
| Besarnya manfaat masing-masing aktivitas rantai nilai dikurangi biayanya dan ditambah dengan besarnya manfaat setiap antarmuka layanan antara aktivitas rantai nilai yang dikurangi biayanya merupakan formulasi dari…   1. *Customer Value* 2. *Demand Chain* 3. *Business Value* 4. *Perceive Value* 5. *Service Value Chain* | **C** |
| Besarnya manfaat setiap interaksi antarmuka layanan pelanggan ditambah dengan besarnya manfaat masing-masing nilai tambah bisnis yang ditawarkan dan besarnya manfaat yang dirasakan untuk semua komponen biaya yang terlibat merupakan formulasi dari...   1. *Customer Value* 2. *Demand Chain* 3. *Business Value* 4. *Perceive Value* 5. *Service Value Chain* | **A** |
| Berikut ini merupakan cakupan penilaian kinerja menggunakan pendekatan *Balanced Scorecard*, kecuali…   1. Financial 2. Pelanggan 3. Learning and Growth 4. Process Mapping 5. Proses Bisnis Internal | **D** |
| Sebuah pendekatan topologi dimana layanan jasa dan strategi operasional bisnis terhadap pelanggan yang diambil bersama-sama dianggap sebagai model yang saling berhubungan dan berbagi data untuk memberikan layanan terhadap pelanggan dan lebih bertujuan agar mampu melebihi harapan pelanggan disebut dengan   1. *Demand Chain* 2. *E-Service* 3. *Service Value Network* 4. *E-Commerce* 5. *Service encounter* | **C** |
| Berikut ini yang merupakan dimensi dalam service value network adalah…   1. Competitive Environment dan Dimensi Pelanggan 2. komunikasi dan operasi 3. Virtual network dan Kinerja layanan 4. Input untuk Strategi industri 5. Semua benar | **E** |
| 3 | Proses transfer data yang terstruktur, dalam format standar yang disetujui, dari satu sistem komputer ke sistem komputer lainnya, dalam bentuk elektronik merupakan pengertian dari…   1. *E-Transfer* 2. *Electronic Document Interchange* 3. *Electronic Data Interchange* 4. *E-SCM* 5. b dan c benar | E |
| Jenis bisnis yang dilakukan antara pelaku bisnis dengan konsumen, seperti antara produsen yang menjual dan menawarkan produknya ke konsumen umum secara online. Selain itu pihak produsen akan melakukan bisnis dengan menjual dan memasarkan produknya ke konsumen tanpa adanya feedback dari konsumen untuk melakukan bisnis kembali kepada pihak produsen merupakan karakteristik dari….   1. B2B (Business to Business) 2. B2C (Business to Customer) 3. Customer Relationship 4. MRP 5. CRP | **B** |
| Transaksi antar perusahaan yang menggunakan EDI dan email untuk pengiriman dan permintaan proposal bisnis, selain itu juga untuk pembelian barang dan jasa, informasi, dan konsultasi merupakan karakteristik jenis bisnis…..   1. *B2B (Business to Business)* 2. *B2C (Business to Customer)* 3. *Customer Relationship* 4. MRP 5. CRP | **A** |
| Komponen rantai pasok yang terlibat dalam aktivitas bisnis E-SCM dan E-Commerce diantaranya adalah…   1. Pelanggan 2. Supplier 3. Bank 4. Delivery 5. Semua benar | **E** |
| Beberapa software dan aplikasi utama yang digunakan dalam e-Commerce application diantaranya, kecuali…   1. CORBA 2. DCOM 3. Java Virtual Machine 4. *Distributed Component Object Model* 5. CRM | **E** |
| Berikut ini yang termasuk variabel kritis dalam penentuan kinerja E-SCM adalah….   1. Variety (Keragaman) 2. Velocity (Kecepatan) 3. Variability (Variabilitas) 4. Visibility (Visibilitas) 5. Semua benar | **E** |