**FINAL ASSIGNMENT**

**<<ISYE6055-E-Supply Chain Management>>**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **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** |
| 2 | Berikut ini yang bukan merupakan komponen-komponen dasar penyusun *EDI system* adalah…   1. Hub (pihak yang memberikan perintah) 2. Spoke (pihak yang menerima perintah) 3. Computer (sebagai electronic hardware) 4. Generator Systems 5. Electronic software | **D** |
| 3 | Berikut ini merupakan beberapa kelebihan dan keutamaan integrasi *EDI systems* dengan E-SCM, *kecuali*   1. *Revenue Stream* yang baru dan meningkatkan market (*exposure)* 2. Meningkatkan value chain dan menurunkan biaya operational *(operational cost)* 3. Meningkatkan supplier management dan mengurangi informasi data yang mengembang 4. Meningkatkan jumlah karyawan dan peningkatan jumlah asset komputer 5. Meningkatkan *customer loyality (customer service)* dan Melebarkan jangkawan *(global reach)* | **D** |
| 4 | Beberapa Standar internasional EDI yang berlaku saat ini terutama yang digunakan dalam sistem manajemen logistik, E-SCM dan *E*-*business* ialah, *kecuali*   1. Automotive Industry Action Group (AIAG) 2. ISO 14001 3. X.12 4. EDI for Administration, Commerce, and Trade 5. EDIFACT | **B** |
| 5 | Salah satu situs web perusahaan yang tergolong *Business to Business* (B2B) dalam implementasi aktivitas dan operasi bisnisnya adalah   1. [Blackberry.com](http://Blackberry.com) dan www.Apple.com 2. [Nokia.co.id](http://Nokia.co.id) dan www.Toyota.co.id 3. [OLX.com](http://www.Sennheiser.com) 4. [Alibaba.com](http://Alibaba.com) dan [Foreign-trade.com](http://www.Foreign-trade.com) 5. Ebay.com | **D** |
| 6 | Salah satu situs web perusahaan yang tergolong *Business to Customers* (B2C) dalam implementasi aktivitas dan operasi bisnisnya adalah   1. [Blackberry.com](http://www.Blackberry.com) 2. Apple.com 3. Nokia.co.id 4. Toyota.co.id dan Sennheiser.com 5. Semua benar | **E** |
| 7 | 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** |
| 8 | 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** |
| 9 | 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** |
| 10 | 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** |
| 11 | 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** |
| 12 | 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** |
| 13 | 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** |
| 14 | Berikut ini merupakan cakupan penilaian kinerja menggunakan pendekatan *Balanced Scorecard*, kecuali…   1. Financial 2. Lead Time 3. Pelanggan 4. Learning and Growth 5. Proses Bisnis Internal | **B** |
| 15 | 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** |
| 16 | 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** |
| 17 | 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** |
| 18 | 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** |
| 19 | 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** |
| 20 | 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** |
| 21 | 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** |
| 22 | Berikut ini merupakan beberapa indikator kunci dalam pengukuran kinerja E-SCM terkait Variabel Kritis *Velocity*, kecuali   1. Reducing Time 2. Cash Flow 3. Lead Time dan Frekuensi 4. Inventory 5. Learning and Growth | **E** |
| 23 | Beberapa solusi penggunaan konsep E-SCM pada dinamika dan perkembangan industri fashion saat ini diantaranya   1. *QR Systems* 2. ERP, EDI 3. *Web Service, e-Fashion, E-Commerce, E-business* 4. RFID, CAD, PDM 5. Semua benar | **E** |
| 24 | Entitas-Entitas yang terlibat secara langsung dalam *Value Chain Network* dan e-kolaborasi terkait implementasi E-Procurement adalah, kecuali..   1. Supplier (Pemasok) 2. Karyawan 3. Custom (Bea Cukai) 4. Pelanggan 5. Manajemen Perusahaan | **C** |
| 25 | Berikut ini yang termasuk variabel dan indikator yang digunakan dalam sistem dinamis e-Procurement, ….   1. *Demand dan Order Release* 2. *Stock dan Warehouse* 3. *Processing Time* 4. *Lead Time dan Shipping Time* 5. Semua benar | **E** |