



## **Mata Ajar**

***KONSEP DAN STRATEGI E-BUSINESS***

---

## **Topik Bahasan**

***FORMULA 40/40***

---

## **Versi**

***2013/1.0***

---

## **Nama File**

***KDSEB-8A-Formula.pdf***

---

## **Referensi Pembelajaran**

***8-A***

## Konsep dan Strategi E-Business

### FORMULA 40/40

Peter Clark dalam bukunya "netValue" mengatakan bahwa era euforia bisnis dotcom telah usai pada kuartal pertama tahun 2000 sejalan dengan ambruknya nilai saham-saham perusahaan virtual di Nasdaq. Yang bersangkutan memberikan istilah NetPhase-I pada masa-masa tersebut, dimana keberhasilan beberapa perusahaan berbasis internet semacam Yahoo.com dan Amazon.com telah memacu berbagai perusahaan di dunia untuk turut meramaikan dunia maya dengan berbagai model bisnisnya. Perusahaan-perusahaan berbasis virtual tersebut biasanya memiliki karakteristik yang sejenis. Didirikan

Sumber: Warren D. Raiach, 2001

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

Peter Clark dalam bukunya "netValue" mengatakan bahwa era euforia bisnis dotcom telah usai pada kuartal pertama tahun 2000 sejalan dengan ambruknya nilai saham-saham perusahaan virtual di Nasdaq. Yang bersangkutan memberikan istilah NetPhase-I pada masa-masa tersebut, dimana keberhasilan beberapa perusahaan berbasis internet semacam Yahoo.com dan Amazon.com telah memacu berbagai perusahaan di dunia untuk turut meramaikan dunia maya dengan berbagai model bisnisnya. Perusahaan-perusahaan berbasis virtual tersebut biasanya memiliki karakteristik yang sejenis. Didirikan oleh beberapa orang muda dengan cita-cita dapat segera IPO agar dihargai pasar jauh melebihi dari book value-nya, atau dengan kata lain dapat mengeruk keuntungan besar dengan waktu yang sangat cepat. Sejumlah besar modal ventura-pun ditawarkan secara "jor-joran" oleh berbagai kalangan di dunia, yang menyebabkan semakin membesarnya "bubble stock" yang ada. Namun ketika pada akhirnya terjadi "over supply" perusahaan dotcom di dunia maya, "gelembung" itu pun akhirnya pecah sehingga tidak terhitung berapa ratus ribu karyawan di dunia yang pada akhirnya terpaksa kehilangan pekerjaannya sejalan dengan gulung tikarnya sejumlah perusahaan dotcom. Hampir semua mengalami nasib yang sama, yaitu terjadi "bleeding" pada "cash flow"-nya. Melihat fenomena ini, Peter Clark menganjurkan agar segera melupakan semua hal buruk di masa lalu tersebut dan mulai berkonsentrasi pada periode baru (setelah tanggal 14 April 2000) yang dinamakan sebagai NetPhase-II, dimana perusahaan dotcom yang ada harus lebih pragmatis dalam menyusun strategi bisnisnya. Dari berbagai nasehat yang diberikan, ada satu hal yang menarik untuk dicermati, yaitu diperkenalkannya sebuah

kiat yang dinamakan Formula 40/40. Formula ini merupakan suatu panduan bagi sebuah perusahaan - baik konvensional maupun dotcom - yang ingin memutuskan untuk terjun ke dunia maya dengan cara memanfaatkan medium internet dan teknologi informasi yang ada.

Angka "40" yang pertama merupakan ukuran yang harus dikaji oleh perusahaan apakah menawarkan jasa (proses transaksi) di industri yang bersangkutan produk-produk teknologi informasi dapat menggantikan "access channels" tradisional sehingga paling tidak 40% penetrasi market dapat dikuasai oleh teknologi on-line ini. Yang dimaksud dengan "access channels" adalah berbagai cara yang dapat dipergunakan oleh perusahaan untuk dapat berinteraksi dengan pelanggannya, baik untuk membangun relasi maupun untuk melakukan bisnis (transaksi jual beli). Jika memang benar proses pelayanan pada industri tersebut kecenderungan atau trend memperlihatkan bahwa produk-produk teknologi informasi semacam komputer PC, handphone, notebook, PDA, ATM, dan lain-lain dapat menggantikan metode interaksi konvensional tatap muka sehingga dapat diperkirakan bahwa 40% dari penetrasi pasar akan dilakukan melalui peralatan ini, maka segmen industri tersebut layak untuk digolongkan sebagai potensi pasar yang layak dimasuki oleh pemain bisnis virtual. Namun hal ini belum dianggap cukup untuk mendatangkan suatu keunggulan kompetitif bagi sebuah perusahaan, sehingga muncullah di sini angka "40" yang kedua.

Dari minimum 40% penetrasi pasar pada segmen industri tersebut, paling tidak sebuah perusahaan harus yakin bahwa yang bersangkutan dapat menguasai paling tidak 40% dari "market share" bisnis on-line tersebut. Jika sebuah perusahaan merasa yakin dapat memenuhi kriteria Formula 40/40 tersebut maka yang bersangkutan dinilai dapat berhasil melakukan bisnis di dunia maya. Secara bisnis dan matematis, sebenarnya angka minimum yang diharapkan adalah 33.33% (1/3 dari 100%) untuk kedua aspek di atas, namun dengan menaikannya menjadi 40%, faktor resiko yang dihadapi akan semakin kecil. Bagi pendatang baru maupun pemain lama, dengan mengembangkan bisnis virtual melalui beragam jenis e-business semacam B2B atau B2C, jika tidak yakin akan dapat memenuhi tuntutan Formula 40/40 ini, lebih baik mulai memikirkan ulang dalam menginvestasikan dan mengalokasikan sumber daya finansialnya.