



## Mata Ajar

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

---

## Topik Bahasan

***MENYATUKAN PHYSICAL VALUE CHAIN DENGAN VIRTUAL VALUE CHAIN***

---

## Versi

***2013/1.0***

---

## Nama File

***KDSEB-11A-MenyatukanPhysical.pdf***

---

## Referensi Pembelajaran

***11-A***

**Konsep dan Strategi E-Business**

**MENYATUKAN PHYSICAL VALUE CHAIN DENGAN VIRTUAL VALUE C...**

Hasil kajian terhadap perusahaan-perusahaan yang sukses di dunia maya menunjukkan bahwa kunci terbesar keberhasilan mereka terletak pada kemampuan manajemen dalam menggabungkan rantai nilai fisik (PVC=Physical Value Chain) dengan rantai nilai virtual (VVC=Virtual Value Chain). Seperti diketahui bersama, tidak semua produk fisik dapat digitalisasikan. Produk-produk retail rumah tangga semacam radio, televisi, lemari es, video tape, baju, sepatu, dan lain-lain jelas merupakan barang fisik kebutuhan pelanggan yang tidak dapat diubah bentuknya menjadi sinyal digital (berbeda dengan dokumen, audio, gambar, dan video). Dengan kata lain, produk-produk tersebut tidak dapat diciptakan dan didistribusikan melalui internet (dunia maya) melainkan harus melalui jalur konvensional (dunia nyata). Dengan kata lain, perusahaan harus handal dalam mengelola PVC-nya. Seperti yang dijabarkan

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

Hasil kajian terhadap perusahaan-perusahaan yang sukses di dunia maya menunjukkan bahwa kunci terbesar keberhasilan mereka terletak pada kemampuan manajemen dalam menggabungkan rantai nilai fisik (PVC=Physical Value Chain) dengan rantai nilai virtual (VVC=Virtual Value Chain). Seperti diketahui bersama, tidak semua produk fisik dapat digitalisasikan. Produk-produk retail rumah tangga semacam radio, televisi, lemari es, video tape, baju, sepatu, dan lain-lain jelas merupakan barang fisik kebutuhan pelanggan yang tidak dapat diubah bentuknya menjadi sinyal digital (berbeda dengan dokumen, audio, gambar, dan video). Dengan kata lain, produk-produk tersebut tidak dapat diciptakan dan didistribusikan melalui internet (dunia maya) melainkan harus melalui jalur konvensional (dunia nyata). Dengan kata lain, perusahaan harus handal dalam mengelola PVC-nya. Seperti yang dijabarkan dalam teori Michael Porter, proses inti dari PVC terdiri dari lima tahapan umum, yaitu: purchasing and inbound logistics, production and operation, outbound logistics and distribution, sales and marketing, dan customer supports and services.

dunia maya. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh Eko Indrajit sehingga menghasilkan sebuah model yang lebih detail untuk dapat dipergunakan sebagai panduan implementasi.

Sumber: Jeffrey Rayport et al., 1998.

Dalam model tersebut terlihat bahwa konsumen atau pelanggan akhir (end users) berada pada masing-masing ujung akhir (hilir) PVC dan VVC, sementara pemasokan bahan mentah berada pada masing-masing ujung

awal (hulu) PVC dan VVC. Dengan berasumsi bahwa setiap bisnis minimal akan memfokuskan diri pada sebuah proses (baik di dalam PVC maupun VVC), maka pada dasarnya setiap titik perpotongan antara PVC maupun VVC merupakan batas-batas hubungan antara perusahaan tersebut dengan pelanggan (konsumen tidak langsung) dan mitra bisnisnya (pemasok). Karena setiap titik perpotongan merupakan batasan dari sebuah proses yang dapat berdiri sendiri, maka sebuah perusahaan atau konsorsium usaha dapat mengembangkan beragam model bisnis yang unik dengan cara merangkai proses-proses yang ada pada mereka berdasarkan titik-titik perpotongan tersebut.

Sumber: Eko Indrajit, 2000.

Contohnya adalah amazon.com yang pada dasarnya mengambil semua proses pada VVC tetapi tidak memegang kendali satu pun proses pada PVC; atau ebay.com yang mengambil semua proses VVC dan sebagian proses hulu PVC; atau brainbench.com yang memfokuskan diri pada sebagian PVC dan sebagian VVC. Kelebihan dari model ini adalah kemampuannya untuk beradaptasi dengan karakteristik dari bisnis di dunia maya yang banyak bersandar pada teori baru ekonomi digital (new digital economy), terutama yang berkaitan dengan prinsip-prinsip internetworking, molecularization, dan virtualization. Contohnya adalah kecenderungan perusahaan-perusahaan modern yang bergeser dari brick-and-mortar menjadi click-and-mortar pada dasarnya merupakan pergeseran dari PVC menuju pengintegrasian PVC-VVC atau dari perusahaan yang murni memakai teknologi digital dan dunia maya (click only), hanya fokus pada VVC, akhirnya juga harus mengimplementasikan model value matrix.