



Mata Ajar

KONSEP DAN STRATEGI E-BUSINESS

Topik Bahasan

EMPATTAHAP EVOLUSI E-BUSINESS

Versi

2013/1.0

Nama File

KDSEB-4A-EmpatTahap.pdf

Referensi Pembelajaran

4-A

Konsep dan Strategi E-Business

EMPAT TAHAP EVOLUSI E-BUSINESS

Jalan evolusi (perubahan secara perlahan, natural, namun pasti) merupakan cara yang nampaknya paling banyak dipilih oleh perusahaan-perusahaan di negara berkembang yang ingin menerapkan konsep e-business karena prinsip kehati-hatian yang mereka miliki. Hal utama yang harus dilakukan sehubungan dengan hal ini adalah mempelajari bagaimana sebaiknya langkah-langkah pengembangan tersebut harus dilakukan. Ada empat tahapan evolusi yang dapat dijadikan pegangan atau panduan bagi perusahaan yang ingin melakukan hal tersebut. Keempat tahapan tersebut masing-masing diberi istilah sebagai:

The diagram illustrates the four stages of e-business evolution as a staircase:

- Inform:**
 - Activity level
 - No integration
 - Information access
 - Efficiency outcomes
- Automate:**
 - Process level
 - Some integration
 - Batch processes
 - Effectiveness outcomes
- Integrate:**
 - Enterprise level
 - Tight integration
 - Real time process
 - Growth outcomes
- Reinvent:**
 - Value network
 - End-to-end integration
 - Real time extended enterprise
 - Transformational outcomes

Additional characteristics for each stage:

- Stay-in-business initiatives:** Short-term, Internal focus, Bottom line.
- Grow-your-business initiatives:** Long-term, External focus, Top-line.

Sumber: Mohan Sawhney et al., 2001

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

Jalan evolusi (perubahan secara perlahan, natural, namun pasti) merupakan cara yang nampaknya paling banyak dipilih oleh perusahaan-perusahaan di negara berkembang yang ingin menerapkan konsep e-business karena prinsip kehati-hatian yang mereka miliki. Hal utama yang harus dilakukan sehubungan dengan hal ini adalah mempelajari bagaimana sebaiknya langkah-langkah pengembangan tersebut harus dilakukan. Ada empat tahapan evolusi yang dapat dijadikan pegangan atau panduan bagi perusahaan yang ingin melakukan hal tersebut. Keempat tahapan tersebut masing-masing diberi istilah sebagai: Inform, Automate, Integrate, dan Reinvent.

Tahap Inform

Pada tahap awal ini, yang biasanya terjadi adalah adanya unit-unit kecil di dalam perusahaan yang mulai mencoba membangun program-program kecil (software) berbasis internet. Contohnya adalah pengembangan homepage yang menampilkan profil organisasi di internet, atau membangun website yang isinya adalah produk-produk dan jasa-jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggannya, atau sebuah situs yang berisi berita-berita mutakhir di bidang tertentu yang berkaitan dengan tugas sebuah unit perusahaan, dan lain-lain. Biasanya hal-hal kecil ini berasal dari ide salah satu atau sekelompok orang di unit organisasi terkait karena yang bersangkutan memiliki pemahaman dan pengalaman di bidang internet.

Berbagai proyek kecil ini biasanya bersifat jangka pendek dan tidak membutuhkan biaya besar. Karena sifatnya yang lebih sekedar

menyebarkan informasi sehubungan dengan aktivitas terkait di dalam sebuah unit perusahaan, maka biasanya aplikasi-aplikasi tersebut bersifat mandiri dan bebas, dalam arti kata tidak diintegrasikan dengan perangkat lunak aplikasi lainnya yang ada di perusahaan. Berhasil tidaknya proyek e-business tersebut juga masih berdasarkan pada analisa atau kajian efisiensi yang dicapai. Katakanlah dengan adanya website profil perusahaan, maka tidak perlu lagi dilakukan pencetakan dokumen dalam beribu-ribu eksemplar karena para pelanggan dan mitra bisnis dapat melihatnya melalui internet; atau dengan adanya email maka biaya pengiriman dokumen dan kurir dapat ditekan; atau dengan dikembangkannya document management maka akan cukup signifikan memangkas biaya overhead kantor; dan lain sebagainya. Memulai e-business dengan melakukan cara-cara seperti yang dijelaskan di atas merupakan mekanisme yang cukup aman dan memiliki resiko kegagalan yang rendah. Walaupun manfaat yang diperoleh tidak begitu signifikan, tetapi value terbesar yang diperoleh adalah mulai memperkenalkan (sosialisasi) konsep e-business yang paling sederhana kepada segenap karyawan perusahaan.

Tahap Automate

Tahap berikutnya adalah mencoba untuk mengintegrasikan beberapa unit di dalam perusahaan yang masing-masing telah mengimplementasikan konsep kecil e-business. Yang menjadi dasar penggabungan modul-modul ini biasanya adalah sebuah rangkaian proses yang saling berhubungan. Contohnya adalah proses pengajuan anggaran dari masing-masing unit ke divisi keuangan. Melalui aplikasi atau modul situs yang lebih dinamis (berbasis database), setiap unit memasukkan rencana anggarannya ke dalam sebuah aplikasi dan bagian keuangan secara otomatis menerima konsolidasi anggaran dari seluruh unit yang ada di perusahaan. Contoh lainnya adalah di bagian pengadaan atau logistik yang secara otomatis melalui sebuah aplikasi database menerima pesanan pembelian barang dari berbagai unit yang ada di perusahaan. Keseluruhan rangkaian proses ini secara otomatis dibantu alurnya oleh aplikasi e-business. Tidak jarang pula kerap dikembangkan berbagai aplikasi yang melibatkan pelanggan (customers) dalam prosesnya. Misalnya adalah sistem pemesanan produk atau jasa melalui website, atau aplikasi pelayanan purna jual (CRM), dan lain sebagainya. Value yang dituju pada tahapan ini adalah efektivitas, yaitu sebuah hal yang pada awalnya sangat sulit untuk dilakukan, tetapi dengan adanya aplikasi e-business hal-hal baru dapat dilakukan oleh perusahaan.

Tahap Integrate

Tahap selanjutnya dari pengembangan aplikasi e-business adalah mengintegrasikan proses bisnis perusahaan dengan perusahaan atau entiti-entiti lain yang ada di luar perusahaan. Bedanya dengan automate yang lebih menekankan pada target efektivitas, pada integrate tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan dan mengembangkan kinerja perusahaannya secara signifikan. Level integritas proses bisnis antara perusahaan dengan pihak luar pada tahapan ini sangat tinggi; bahkan tidak jarang dibutuhkan suatu manajemen integrasi proses bisnis yang online dan real-time. Contoh yang kerap dipakai untuk mengilustrasikan

tahap ini adalah aplikasi "package delivery tracking" yang dimiliki Federal Express maupun DHL yang memungkinkan pelanggan melalui komputernya (internet) melacak status pengiriman paketnya (yang bersangkutan dapat mengetahui posisi terkini dari paket yang dimaksud). Contoh lain adalah aplikasi e-business yang diterapkan di industri penerbangan dimana perusahaan dapat mengetahui secara persis lokasi terkini dari seluruh awak pesawatnya baik yang sedang terbang maupun istirahat. Proses pemesanan tiket bioskop atau pertandingan olah raga melalui internet yang memungkinkan seorang pelanggan untuk memilih spesifik bangku yang diinginkan juga merupakan salah satu implementasi dari e-business pada tahapan ini. Value terbesar yang diperoleh perusahaan di sini adalah meningkatnya keunggulan kompetitif (hal yang membedakan perusahaan dengan para pesaingnya).

Tahap Reinvent

Tahap terakhir di dalam evolusi dapat secara efektif diimplementasikan jika ada perubahan paradigma mendasar dari manajemen perusahaan, terutama yang berkaitan dengan cara mereka melihat bisnis yang ada. Tahap ini dinamakan sebagai "reinvent" karena perusahaan yang telah memiliki pengalaman sukses menerapkan konsep e-business pada tiga tahap sebelumnya ditantang untuk mendefinisikan ulang mekanisme dan model bisnisnya dengan berpedoman pada peluang-peluang usaha baru yang ditawarkan oleh e-business. Lihatlah bagaimana perusahaan retail dan distribusi merubah total bisnisnya menjadi penyedia jasa informasi (portal) sehubungan dengan consumer products yang ditawarkan, atau perusahaan pembuat perangkat lunak aplikasi internet yang meredefinisikan ulang usahanya menjadi perusahaan outsourcing di bidang Customer Relationship Management, atau perusahaan penjual buku-buku asing yang berubah menjadi perusahaan penterjemah bahasa-bahasa asing, dan lain sebagainya. Kata kunci di dalam tahap ini adalah "business transformation" dan "industry convergence"; dimana karena semakin kaburnya batas-batas segmen industri yang ada, perusahaan dapat menawarkan berbagai jenis produk atau jasa yang belum pernah terfikirkan sebelumnya, yang pada akhirnya dapat merubah bisnis inti yang sedang digelutinya. Hal yang perlu diperhatikan pada tahap ini adalah bahwa perusahaan tidak dapat menerapkan konsep e-business murni tanpa adanya hubungan jejaring dengan berbagai mitra bisnis (internetworking). Prinsip "collaboration to compete" (berkolaborasi untuk berkompetisi) sering dipergunakan oleh pimpinan manajemen di sini, demikian pula pepatah manajemen lama yang mengatakan "if you can not beat them (the competitors), join them!".