



PENGANTAR E-BUSINESS & TRANSFORMASI DIGITAL

Pertemuan 1 – Mata Kuliah Bisnis Digital (3 SKS)



Capaian Pembelajaran

- **Capaian pembelajaran yang diharapkan :**
 - Mahasiswa mampu menjelaskan definisi dan lanskap bisnis digital modern.
 - Mahasiswa mampu membedakan E-Business dan E-Commerce secara konseptual serta praktis.
 - Mahasiswa mampu mengidentifikasi pendorong utama (drivers) transformasi digital pada organisasi.



Pendahuluan - Pergeseran Lanskap Bisnis

- **Evolusi Gelombang Bisnis:**

- Bisnis Konvensional (*Brick-and-Mortar*): Keterbatasan fisik, lokasi, dan jam operasional.
- Bisnis Terdistribusi (*Click-and-Mortar*): Kombinasi toko fisik dan kehadiran *online*.
- Bisnis Murni Digital (*Pure-Play / Digital Native*): Operasi penuh berbasis platform digital.

- **Mengapa Bisnis Harus Berubah?**

- Perubahan perilaku dan ekspektasi konsumen (menginginkan kecepatan dan fleksibilitas).
- Batas geografis pasar yang semakin memudar (*global reach*).
- Akselerasi adopsi teknologi pasca-disrupsi global.



Konsep Dasar & Definisi E-Business

- **Definisi E-Business:**

- Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk menjalankan dan mengoptimalkan seluruh proses bisnis internal dan eksternal.

- **Tiga Area Utama Cakupan E-Business:**

- **Proses Internal (Intra-business):** Kolaborasi tim, manajemen SDM, otomatisasi alur kerja, dan komputasi awan internal.
- **Proses Komunikasi Konsumen (Customer-focused):** Pemasaran, penjualan, layanan purnajual, dan manajemen retensi.
- **Proses Komunikasi Mitra (Business-focused):** Pengadaan (*e-procurement*), rantai pasok (*e-SCM*), dan koordinasi vendor.



Demarkasi Konseptual: E-Business vs E-Commerce

- **E-Commerce (Perdagangan Elektronik):**
 - Focus: Transaksi finansial dan jual-beli produk/jasa melalui media elektronik.
 - Cakupan: Bagian luar (*front-end*) yang berhubungan langsung dengan transaksi pembeli.
 - Karakteristik: Berorientasi pada pendapatan langsung (*revenue-generating*).
- **E-Business (Bisnis Digital):**
 - Focus: Transformasi total seluruh rantai nilai (*value chain*) organisasi secara digital.
 - Cakupan: *Front-end* (transaksi) + *Back-end* (operasional, logistik, SDM, keuangan, & analisis).
 - Hubungan Konseptual: **E-Commerce adalah bagian dari E-Business** ($E-Commerce \subset E-Business$).



Matriks Perbandingan E-Business vs E-Commerce

- **Dimensi Perbandingan:**
- **Fokus Utama:**
 - *E-Commerce*: Transaksi komersial dan penjualan online.
 - *E-Business*: Efisiensi proses bisnis, integrasi sistem, dan penciptaan nilai.
- **Sistem yang Terlibat:**
 - *E-Commerce*: *Shopping cart*, *payment gateway*, portal penjualan.
 - *E-Business*: ERP, SCM, CRM, HRIS, ditambah portal penjualan.
- **Pemangku Kepentingan (*Stakeholders*):**
 - *E-Commerce*: Pembeli dan penjual.
 - *E-Business*: Pembeli, penjual, pemasok, karyawan, manajer, dan mitra strategis.



Pendorong Utama (Drivers) Transformasi Digital

1. Pendorong Ekonomi & Pasar (*Economic Drivers*):

- Tekanan persaingan dari *disruptor* digital.
- Efisiensi biaya operasional dan efisiensi waktu (*time-to-market*).

2. Pendorong Teknologi (*Technology Drivers*):

- Perkembangan *Cloud Computing*, IoT, dan kecerdasan buatan (AI).
- Penetrasi perangkat seluler (*mobile-first environment*) dan ketersediaan internet cepat.

3. Pendorong Sosial & Perilaku (*Social & Consumer Drivers*):

- Demografi konsumen generasi digital (*digital natives*).
- Kebutuhan akan pengalaman pengguna (*User Experience*) yang personal dan serba instan.



Kerangka Transformasi Digital Organisasi

- **Dimensi Transformasi Digital:**

- **Transformasi Pengalaman Pelanggan:** Memahami *customer journey* dan digitalisasi titik sentuh (*touchpoints*).
- **Transformasi Proses Operasional:** Otomatisasi alur kerja, integrasi data, dan peningkatan efisiensi interaksi karyawan.
- **Transformasi Model Bisnis:** Penciptaan batas bisnis baru, produk digital, dan skema monetisasi baru.

- **Tantangan Utama Transformasi Digital:**

- Resistensi budaya organisasi terhadap perubahan.
- Keterbatasan talenta/keahlian digital.
- Masalah sistem *legacy* (infrastruktur TI lama yang sulit diintegrasikan).



Studi Kasus Pendek & Pembahasan Interaktif

- **Objek Studi Kasus:**

- *Perusahaan Ritel Konvensional vs Platform Ritel Omnichannel.*

- **Poin Diskusi Kelas:**

- Bagaimana transformasi dari sekadar membuka *online shop* (E-Commerce) menjadi pengintegrasian stok *real-time* dan sistem rantai pasok (E-Business)?
- Apa risiko yang dihadapi organisasi jika menunda transformasi digital saat kompetitor utama telah mengadopsinya?



Rangkuman & Kesimpulan

- **Poin Kunci:**
- E-Business mencakup cakupan luas yang mengintegrasikan teknologi ke dalam seluruh proses operasional perusahaan.
- E-Commerce bertindak sebagai komponen transaksi jual-beli di dalam ekosistem E-Business.
- Transformasi digital bukan sekadar membeli perangkat lunak baru, melainkan perubahan strategi, budaya, dan model penciptaan nilai (*value creation*).



Tugas Mandiri / Persiapan Pertemuan Berikutnya

- **Instruksi Tugas Ringkas:**

- Pilih satu perusahaan lokal/nasional yang sedang melakukan transformasi digital.
- Identifikasi komponen **E-Commerce** (titik transaksi) dan komponen **E-Business** (proses internal/operasional) yang mereka miliki.

- **Materi Pertemuan 2:**

- *Model Bisnis Digital dan Skema Pendapatan (B2B, B2C, Marketplace, Monetisasi).*