

#1 E-Business

Episode - 1

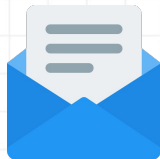


Hello!

Name : Muhammad **Reza** Pahlawan

Room : Wimaya Tower (Twin Tower) **Ruang 601**

You can contact me on:



What's your expectations for this course?

E-Business itu ngapain? Ngoding? Bikin bisnis? Bikin bisnis elektronik?

Dengan mengambil E-Business,

Mahasiswa mampu **menghasilkan ide bisnis** dalam bentuk solusi Teknologi Informasi, **merancang proses implementasi** ide bisnis, dan menyusun **strategi pemasaran** kepada masyarakat

Study Plan

Sebelum UTS

- Introduction
- The essence of product management
- Product research
- User's Research
- Product innovation
- MVP and Product Roadmap

Sesudah UTS

- User storyboard
- Product backlog
- Idea validation
- Go To Market Strategy
- Final Project

Class

(selama diampu Pak Reza)

Rules

- Toleransi keterlambatan adalah **15 menit** setelah kehadiran dosen
 - Tugas Kuliah dikumpulkan melalui Ilmu2 UPN
- Keterlambatan pengumpulan:
- 1 detik sampai 24 jam → dikurangi 20%
 - 24 jam sampai 36 jam → dikurangi 40%
 - Lebih dari 36 jam → dikurangi 50%
 - Tidak mengumpulkan → nilai tugas 0
- **Tidak ada toleransi segala bentuk pelanggaran** (mencontek, titip absen, dan indikasi kecurangan lainnya)

Indikator Penilaian

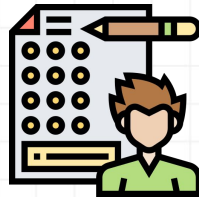


Jika mendapatkan penghargaan (memperoleh pendanaan atau memenangkan) pada suatu kompetisi bisnis, Anda akan mendapatkan **nilai A** untuk UTS / UAS



Class Activity

- Tugas
- Keaktifan di kelas



Ujian

- Ujian Tengah Semester
- Ujian Akhir Semester



E-Business

Introduction to E-Business

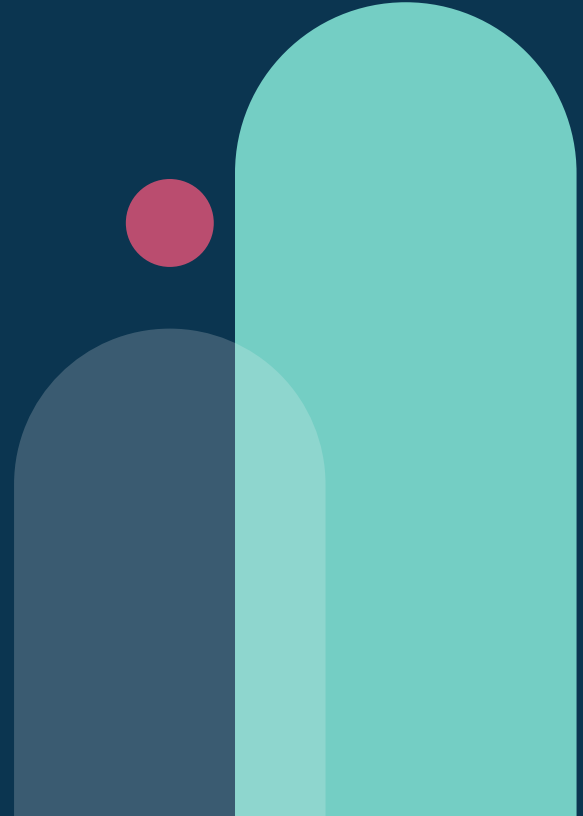
Genap 2025/2026



01

E-Business dan E-Commerce

Introduction



Introduction

E-Commerce

Semua pertukaran informasi yang dimediasi secara elektronik antara organisasi dan pemangku kepentingan eksternalnya

E-Business

transformasi proses bisnis utama melalui penggunaan teknologi internet. E-Bisnis seringkali disebut digital bisnis.

Pentingnya Konsep

memungkinkan perusahaan meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan menyesuaikan diri dengan perilaku konsumen yang semakin digital. Keamanan transaksi dan adopsi teknologi seperti AI, big data, dan cloud computing juga menjadi faktor kunci dalam mempertahankan daya saing bisnis. Bisnis yang tidak beradaptasi dengan transformasi digital berisiko tertinggal dari kompetitor yang lebih inovatif.

E-Commerce



Perspektif komunikasi

penyampaian informasi, produk dan layanan atau pembayaran dengan cara elektronik.

Perspektif proses bisnis

penerapan teknologi untuk mengotomatisasi transaksi bisnis dan alur kerja.

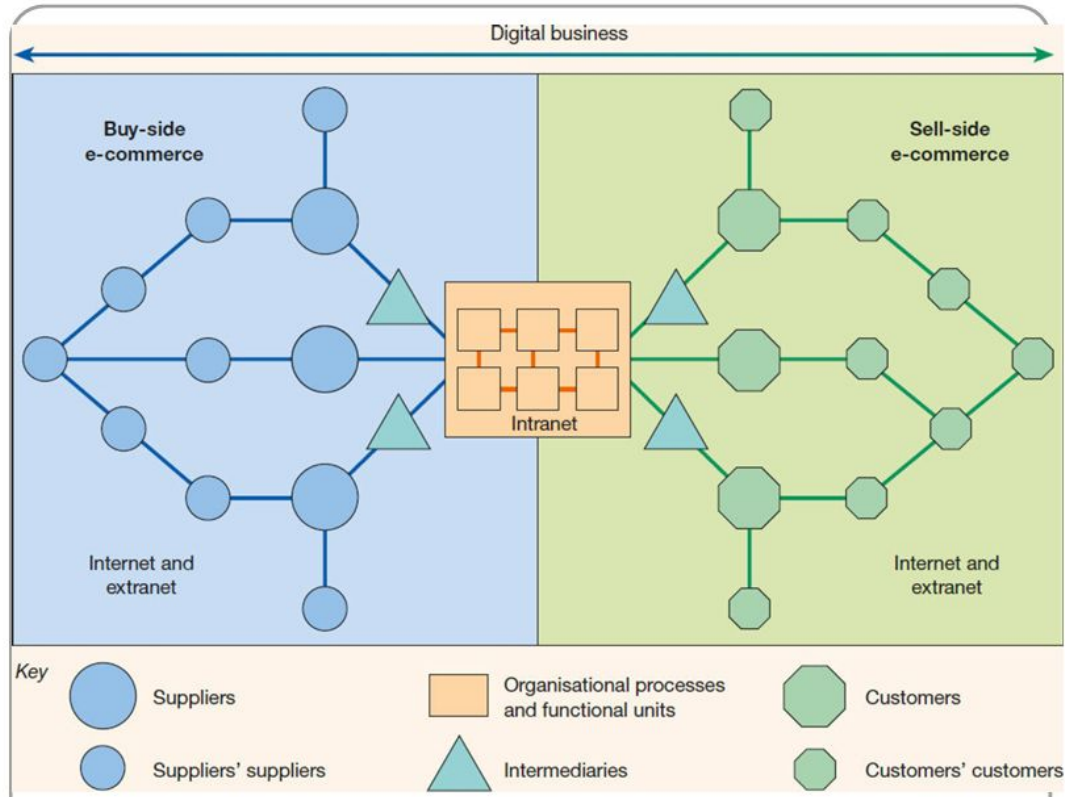
Perspektif layanan

memungkinkan pemangkasan biaya pada saat yang sama meningkatkan kecepatan dan kualitas penyampaian layanan.

Perspektif online

pembelian dan penjualan produk dan informasi secara online.

E-Business = Digital Business



E-Business = Digital Business

Gambar sebelumnya menunjukkan bahwa **Digital Business** mengintegrasikan proses buy-side dan sell-side melalui:

1. **Intranet dan sistem organisasi internal**, yang berfungsi untuk mengelola operasi perusahaan.
2. **Internet dan ekstranet**, yang menghubungkan perusahaan dengan pemasok (buy-side) dan pelanggan (sell-side).

Proses **Digital Business** utama adalah proses atau unit organisasi yang berada di tengah gambar. Proses-proses tersebut mencakup penelitian dan pengembangan, pemasaran, manufaktur, serta logistik masuk dan keluar. Transaksi **buy-side e-commerce** dengan pemasok dan transaksi **sell-side e-commerce** dengan pelanggan juga dapat dianggap sebagai proses bisnis digital utama

E-Business & E-Commerce

Dalam konteks **Digital Business**, penting untuk memahami peran **buy-side e-commerce** dan **sell-side e-commerce**:

- **Buy-side e-commerce** mencakup transaksi digital yang digunakan oleh perusahaan untuk **mengelola pengadaan sumber daya dari pemasok**, seperti bahan baku atau layanan yang dibutuhkan.
- **Sell-side e-commerce** mencakup transaksi digital yang terkait dengan **penjualan produk atau layanan kepada pelanggan organisasi**, baik individu maupun perusahaan lain.

Perbedaan: Ruang Lingkup

E-Commerce

- **E-commerce tidak mencakup semua aktivitas digital**, melainkan hanya **transaksi** yang menghasilkan pendapatan atau pertukaran nilai.

E-Business

- **E-business mencakup proses internal** seperti manajemen inventaris dan sistem informasi perusahaan, tetapi tidak secara langsung menghasilkan pendapatan dari pihak luar.



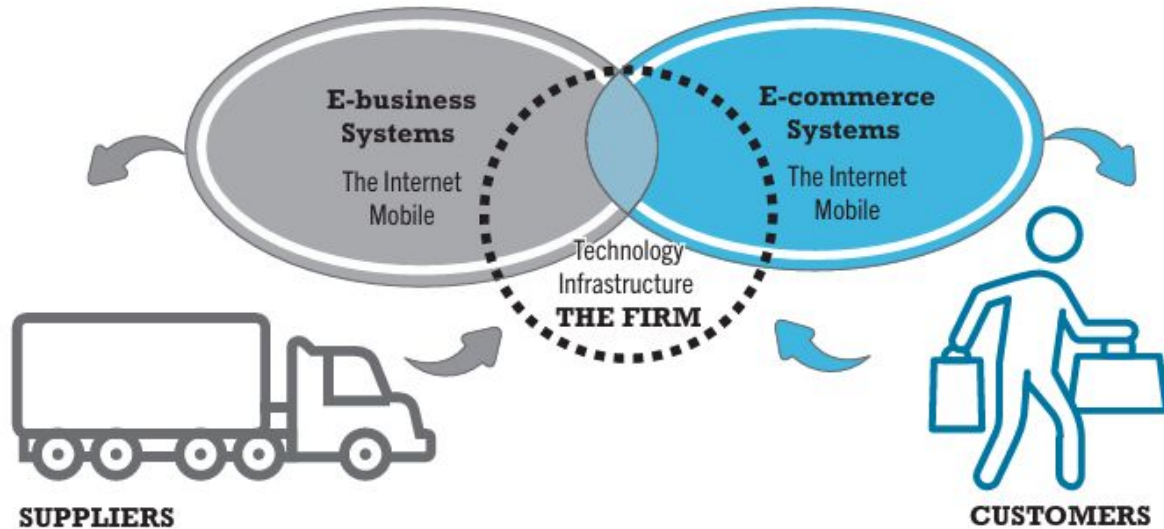
Hubungan Antara E-Business dan E-Commerce

- Infrastruktur **e-business mendukung e-commerce**, karena keduanya menggunakan sistem dan keterampilan yang serupa.

E-Business dan E-Commerce

FIGURE 1.1

THE DIFFERENCE BETWEEN E-COMMERCE AND E-BUSINESS



E-commerce primarily involves transactions that cross firm boundaries. E-business primarily involves the application of digital technologies to business processes within the firm.

02

Manfaat E-Business

Bagi perusahaan dan pelanggan



Manfaat bagi Perusahaan

- **Efisiensi Operasional:** Automasi proses bisnis, pengurangan biaya operasional.
- **Akses Pasar Lebih Luas:** Menjangkau pelanggan secara global.
- **Peningkatan Keunggulan Kompetitif:** Meningkatkan brand awareness dan inovasi layanan.
- **Data-Driven Decision Making:** Penggunaan big data analytics untuk memahami pelanggan.

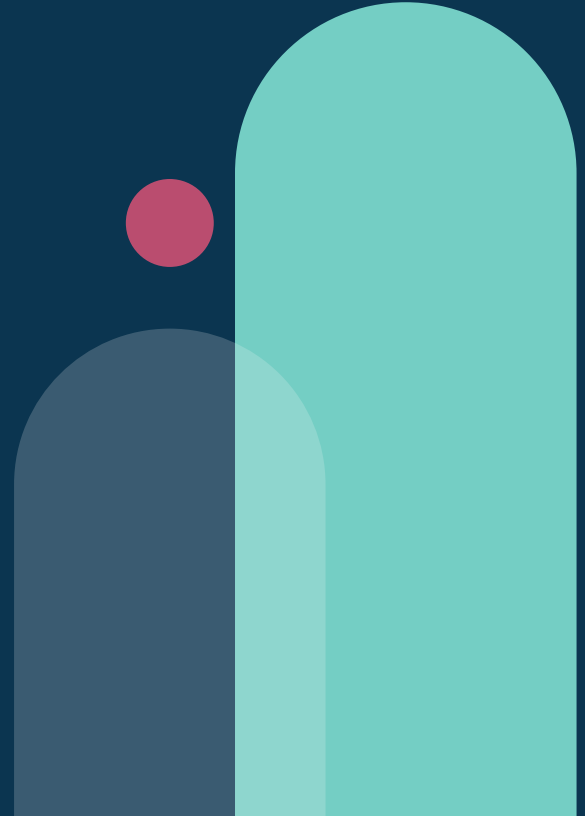
Manfaat bagi Pelanggan

- **Kemudahan dan Aksesibilitas:** Layanan 24/7, transaksi dari mana saja.
- **Harga Lebih Kompetitif:** Perbandingan harga yang lebih transparan.
- **Pengalaman Pelanggan yang Lebih Baik:** Personalisasi layanan melalui AI dan CRM.
- **Kemudahan Bertransaksi:** Berbagai pilihan metode pembayaran yang lebih fleksibel.

03

Faktor Pendukung Penggunaan E-Business

Bagi perusahaan dan pelanggan



Perusahaan

- **Infrastruktur Teknologi:** Cloud computing, internet yang cepat, dan software bisnis.
- **Keamanan Data:** Cybersecurity, enkripsi, regulasi privasi data.
- **Kesiapan Manajemen:** Pemahaman tentang digital transformation.
- **Integrasi dengan Sistem Lama:** Adaptasi sistem lama dengan teknologi baru.

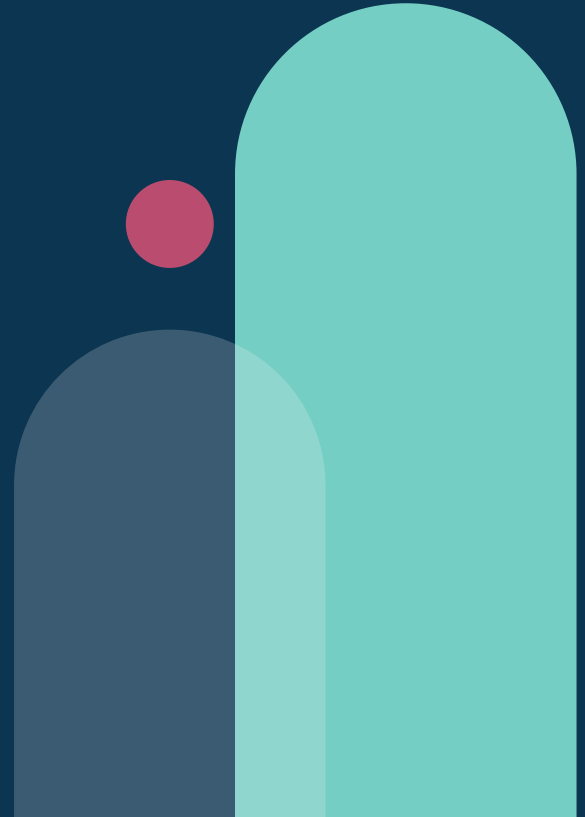
Pelanggan

- **Akses Internet dan Literasi Digital:** Pemahaman pelanggan terhadap teknologi digital.
- **Kepercayaan terhadap Platform Digital:** Perlindungan data pribadi dan keamanan transaksi.
- **Pengalaman Berbelanja yang Nyaman:** UI/UX yang user-friendly.
- **Metode Pembayaran yang Beragam:** Digital wallet, kartu kredit, dan transfer bank.

04

Faktor Pendorong Adopsi

Teknologi Digital



Adopsi

Teknologi Digital

Digital business memberikan dua manfaat utama:

Increase Revenue

Peningkatan pendapatan melalui **jangkauan yang lebih luas** (increased reach), yang memungkinkan perusahaan menjangkau lebih banyak pelanggan, membangun loyalitas, dan meningkatkan pembelian ulang.

Cost Reduction

Pengurangan biaya dengan menyediakan layanan secara elektronik, yang mengurangi biaya tenaga kerja, transportasi, dan bahan seperti kertas.

Sumber

Chaffey, D. (2019). *Digital Business and E-Commerce Management* (7th ed.). Pearson.

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-Commerce 2021: Business, Technology, Society* (16th ed.). Pearson.

Schneider, G. (2017). *Electronic Commerce* (12th ed.). Cengage Learning.

Turban, E., Pollard, C., & Wood, G. (2018). *Information Technology for Management: On-Demand Strategies for Performance, Growth and Sustainability* (11th ed.). Wiley.