



**-Business**

**Strategy**

**an overview**

MUSTHOFA HADI, SE  
[mister-ebiz.blogspot.com](http://mister-ebiz.blogspot.com)



# Beberapa Issu Penting

- **Technologi hanya memegang peranan lebih kurang 1/3 bagian saja.**
- **Perusahaan e-business harus memperhatikan 2/3 bagian lainnya; organisasi, SDM, relasi, sistem manajerial dan strategi yg akan diterapkan.**
- **Persoalan e-business bukan sekedar penerapan TI dalam sistem bisnis tradisional, tapi jg perubahan yg bergulir bersamanya.**



# Perilaku Konsumen dlm e-Biz

## Motivasi konsumen utk aktif di e-market

- Keingin-tahuan thd perkembangan trend
- Keinginan utk melakukan perbandingan
- Keinginan utk meneliti sistem e-Biz
- Keinginan utk menggunakan teknologi dlm memperoleh informasi produk dan melakukan transaksi secara efektif.



# Perilaku Konsumen dlm e-Biz

## Perubahan pola<sup>1</sup> konsumen tradisional → e-Biz

- **Pola Belanja**; dari pergi ke pasar tradisional menuju komputer
- **Pola Pemilihan Barang**; dari memegang produk menjadi melihat katalog elektronik
- **Pola Transaksi**; dari pola 'ada uang ada barang' menjadi 'ada uang barang dikirim'
- **Pola Konsumsi**; produk dibeli tdk dpt lsg dikonsumsi

(Budi Sutedjo,2001)



# Perilaku Konsumen dlm e-Biz

## Perubahan pola<sup>2</sup> konsumen tradisional → e-Biz

- **Pola Perolehan Barang**; khususnya barang berwujud, *harus* melalui perantara.
- **Pola Pembayaran**; dari tunai, kini harus melalui kartu kredit, uang digital, atau cek elektronik,- dimana ada keterlibatan pihak ketiga.
- **Pola Komunikasi**; seolah kesempatan untuk membina persahabatan itu *hilang*.

(Budi Sutedjo,2001)



# Strategi dlm e-Biz

## Model Pembentukan e-Market (berryman, 1998)

- **Self Controlled Electronic Marketplace**; dibentuk oleh penjual tunggal yg mencari pembeli banyak.
- **Buyer Controlled Electronic Marketplace**; dibentuk oleh satu atau beberapa pembeli, dengan tujuan mengalihkan kekuatan nilai pasar.
- **Neutral Electronic Marketplace**; pembentukan pasar dilakukan pihak ketiga utk mempertemukan banyak penjual dan banyak pembeli.



# Strategi dlm e-Biz

1

## Strategi berkompetisi dalam e-Biz (turban,2001)

- **Cost leadership**; launch harga lebih rendah utk kualitas standar.
- **Differentiation**; penyediaan produk unik dg kualitas tinggi, harga kompetitif.
- **Focus**; cost leadership + differentiation pd segmen terfokus.
- **Growth**; peningkatan pangsa pasar.



# Strategi dlm e-Biz

2

## Strategi berkompetisi dalam e-Biz (turban,2001)

- **Alliance**; membangun kerjasama dg rekanan bisnis.
- **Innovation**; membangun produk baru, karakteristik baru, pengembangan jaringan baru.
- **Internal Efficiency**; peningkatan metode dalam proses bisnis → produktifitas, kualitas, keputusan, kepuasan.
- **Customer Oriented**; membuat konsumen 'senang'.





# Web Promoting Strategy

- ✿ **ON-LINE PROMOTING**
  - ✿ E-mail optimizing
  - ✿ Putting on search engine
  - ✿ Build an impressive website
  - ✿ Link-cooperation
- **OFF-LINE PROMOTING**
  - ✿ Tabloid – Magazine
  - ✿ Journal
  - ✿ Newspaper
  - ✿ Billboard, etc.



**matur sklangkong  
gozaimasu**



## **TUGAS:**

### **Merancang sebuah konsep pembangunan e-Business suatu perusahaan**

Kelompok - 4 orang – selama 2 minggu

Mencari perusahaan yang sudah berkembang namun belum memanfaatkan teknologi internet guna menerapkan e-business. Setelah menemukan perusahaan yang dimaksud, mahasiswa diminta untuk merancang suatu konsep pembangunan e-business bagi perusahaan tsb.

#### **APA SAJA INFRASTRUKTUR**

software & hardware apa saja?

#### **ANALISA BIAYA**

biaya pengadaan infrastruktur yang dibutuhkan, biaya domain, hosting, setup engine (jika tidak membuat sendiri), biaya akses internet, dsb.

#### **RANCANGAN DESAIN WEBSITE**

fokus pada ulasan manajemen content dari website tersebut.

