

**LAPORAN ANALISA TERHADAP PERUSAHAAN YANG
BEREVOLUSI KEDALAM *E-BUSINESS***



Dosen Pengampu : Tri Wahyuni, M.Kom

Nama : Trihapsari Annida Fitri
NIM : 19221260

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA
JANUARI 2025**

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmat serta karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan laporan analisa ini dengan baik. Laporan ini dibuat sebagai bentuk kajian mendalam terhadap perusahaan yang telah bertransformasi kedalam *e-business*, sebuah langkah strategis yang semakin relevan di era digital saat ini.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. *E-business* bukan hanya sekedar tren, tetapi telah menjadi kebutuhan bagi perusahaan untuk tetap bersaing dan relevan dipasar global. Dalam laporan ini, saya akan menganalisi berbagai faktor yang mendorong perusahaan untuk beralih ke *e-business*, serta dampak yang ditimbulkan dari transformasi tersebut terhadap operasional, pemasaran dan hubungan dengan pelanggan.

Saya berharap laporan ini dapat memberikan wawaasan yang bermanfaat bagi para pembaca. Serta saya berterimakasih kepada ibu Tri Wahyuni, M.kom selaku dosen pengampu pada matakuliah *E-business*, dan berterimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan laporan ini. Semoga laporan ini dapat menjadi referensi yang berguna dan dapat memberikan inspirasi bagi pembaca.

Tangerang, Januari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
BAB 1 PENDAHULUAN	3
1.1. Latar Belakang	3
1.2. Ruang Lingkup	4
1.3. Maksud dan Tujuan	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1. Definisi E-Business	5
2.2. Komponen Utama E-Business	5
2.3. Evolusi E-Business	6
2.4. Faktor Pendukung	6
BAB III PEMBAHASAN	7
3.1. Tabel Analisa Perusahaan yang Berevolusi ke E-Business	7
3.2. Pembahasan	7
3.2.1. Migrasi Amazon ke E-Business	7
3.2.2. Migrasi Alibaba ke E-Business	8
3.2.3. Migrasi Tokopedia ke E-Business	8
3.2.4. Migrasi Netflix ke E-Business	9
BAB IV PENUTUP	10
4.1. Kesimpulan	10
4.2. Saran.....	10

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya dunia bisnis. Digitalisasi menjadi salah satu pendorong utama transformasi bisnis menjadi *E-Business*. Transformasi ini sudah menjadi sebuah keharusan bagi perusahaan untuk tetap relevan dan kompetitif dalam hal bisnis.

E-Business mencakup semua aspek yang dilakukan secara elektronik, mulai dari pemasaran hingga penjualan dan layanan pelanggan, telah mengubah cara perusahaan beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan. Dengan adopsi *E-Business*, perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional serta memberikan pengalaman yang baik untuk pelanggan.

Perilaku konsumen yang semakin mengandalkan platform digital untuk berbelanja dan berinteraksi dengan merek juga menjadi salah satu faktor pendorong utama evolusi ini. Namun, transisi dari model bisnis tradisional menjadi *E-Business* bukanlah hal yang sederhana. Proses ini melibatkan perubahan mendalam dalam struktur organisasi, sistem teknologi, budaya kerja, dan strategi bisnis. Perusahaan harus mampu mengidentifikasi kebutuhan, tantangan dan peluang yang ada serta menyusun strategi yang tepat untuk memastikan keberhasilan dari transformasi ini.

Laporan ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana perusahaan-perusahaan yang telah berevolusi ke dalam *E-business* dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kinerja mereka. Analisis ini mencakup faktor-faktor yang dapat mendorong perubahan, tantangan yang dihadapi serta dampak yang dihasilkan. Laporan ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam serta rekomendasi yang berguna bagi perusahaan lain yang berencana atau sedang menjalani transformasi serupa.

1.2. Ruang Lingkup

Ruang lingkup laporan ini mencakup analisis terhadap perusahaan-perusahaan yang telah bertransformasi kedalam *E-business*. Beberapa aspek yang akan dibahas dalam laporan ini meliputi :

- a. Analisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mendorong perusahaan untuk bertransformasi ke *E-business*.
- b. Identifikasi tantangan utama yang dihadapi selama proses transformasi.
- c. Evaluasi dampak implementasi *E-business* terhadap efisiensi operasional, daya saing, dan kepuasan pelanggan.
- d. Studi kasus pada perusahaan yang telah berhasil atau sedang dalam proses evolusi ke *E-business*.
- e. Rekomendasi strategis untuk perusahaan yang berencana mengadopsi *E-business*.

1.3. Maksud dan Tujuan

Maksud dari laporan ini adalah untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai proses dan dampak dari evolusi perusahaan kedalam *E-business*.

Tujuan dari laporan ini meliputi :

- a. Memberikan wawasan tentang manfaat dan risiko transformasi ke *E-business*.
- b. Mengidentifikasi praktik terbaik dan strategi yang efektif dalam proses transformasi
- c. Menyediakan rekomendasi yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk mengoptimalkan proses evolusi ke *E-business*.
- d. Membantu perusahaan meningkatkan daya saing dipasar yang semakin digital

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Definisi E-Business

E-business merupakan sebuah panduan yang kompleks antara aplikasi-aplikasi perusahaan, proses-proses bisnis, dan beberapa struktur organisasi yang diperlukan untuk menghasilkan suatu model bisnis yang mempunyai performansi yang jauh lebih baik dari keadaan sebelumnya. Menurut Sairamesh (2004) E-Bisnis adalah praktek pelaksanaan dan pengelolaan bisnis utama seperti perancangan produk, pengelolaan pasokan bahan baku, manufaktur, penjualan, pemenuhan pesanan dan penyediaan layanan melalui penggunaan teknologi komunikasi, komputer dan data yang telah terkomputerisasi.

E-Business adalah perluasan dari *E-Commerce*, dimana tidak hanya pembelian, pembayaran barang dan pelayanan tetapi juga disertai pelayanan konsumen, kolaborasi dengan partner bisnis dengan dukungan elektronik sebagai alat transaksi atau organisasi, dalam penerapannya e-Business akan menggunakan seluruh mata rantai dalam proses bisnisnya, seperti proses pembelian secara elektronik & *management* rantai pasokan, pemrosesan pesanan secara elektronik, mengatur pelayanan pelanggan hingga bekerja sama dengan *partner* (mitra usaha).

2.2. Komponen Utama E-Business

Terdapat 4 komponen utama dalam menetapkan strategi E-business, antara lain

1. Scope dari strategi bisnis digital
2. Skala dari strategi bisnis digital
3. Kecepatan dalam pengambilan keputusan
4. Sumber-sumber dari penciptaan dan perolehan nilai.

Perusahaan harus mendefinisikan Scope bisnis digital yang dijalankannya. Sebelum memformulasikan strategi, perusahaan harus mendefinisikan bisnisnya secara jelas. Perusahaan harus mendefinisikan bisnisnya sesuai dengan kompetensi inti dan sumber daya utama yang dimilikinya. Dalam bisnis yang berbasis digital, penetapan

Scope bisnis akan menentukan penggunaan teknologi IT, apakah terkait dengan perancangan produk dan layanan dalam keterkaitan dengan platform bisnis internal

2.3. Evolusi E-Business

Evolusi e-bisnis berjalan seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan kebutuhan pasar. Pada awalnya, e-bisnis dimulai dengan kehadiran online yang sederhana, seperti katalog produk digital atau situs web yang berisi informasi. Seiring waktu, teknologi seperti pembayaran digital, *big data*, kecerdasan buatan (AI), dan Internet of Things (IoT) menjadi komponen utama dalam pengembangan e-bisnis modern.

Revolusi Industri 4.0 juga mendorong perusahaan untuk mengadopsi teknologi seperti *cloud computing* dan *blockchain* dalam operasional mereka. Transformasi ini memungkinkan perusahaan untuk beralih dari model bisnis tradisional ke model yang lebih fleksibel, dengan fokus pada pengalaman pelanggan, personalisasi layanan, dan peningkatan efisiensi proses. Salah satu contohnya adalah perubahan dari transaksi manual menjadi sistem otomatis yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui perangkat digital.

2.4. Faktor Pendukung

1. Kemajuan Teknologi: Infrastruktur digital seperti internet berkecepatan tinggi, *cloud computing*, dan kecerdasan buatan (AI) telah menjadi pendorong utama dalam perkembangan e-bisnis.
2. Perubahan Kebiasaan Konsumen: Konsumen kini semakin menghargai transaksi yang cepat, mudah, dan dapat diakses kapan saja.
3. Tekanan Persaingan: Kompetitor yang lebih dahulu mengadopsi e-bisnis menciptakan dorongan bagi perusahaan lain untuk mengikuti langkah tersebut agar tetap relevan.
4. Pengurangan Biaya: E-bisnis membantu perusahaan memangkas pengeluaran operasional melalui digitalisasi dan otomatisasi.

Dengan memahami perubahan, model, dan faktor pendorong dalam e-bisnis, perusahaan dapat menyusun strategi yang lebih efektif untuk bertahan dan bersaing di dunia digital.

BAB III

PEMBAHASAN

3.1. Tabel Analisa Perusahaan yang Berevolusi ke E-Business

Perusahaan	Jenis Bisnis	Produk Yang dijual	Alasan Migrasi Ke E-Business	Kategori Evolusi
Amazon	E-Commerce	Buku, elektronik, fashion	Memperluas jangkauan pasar global	Transformasi total
Alibaba	E-Commerce/B2B	Berbagai produk grosir	Meningkatkan daya saing global	Ekosistem digital
Tokopedia	Marketplace UMKM	Produk lokal UMKM	Memberdayakan UMKM di Indonesia	Pemberdayaan teknologi lokal
Netflix	Hiburan digital	Streaming film dan serial	Mengikuti Perubahan preferensi konsumen	Digitalisasi layanan

3.2. Pembahasan

3.2.1. Migrasi Amazon ke E-Business

1. Latar Belakang: Amazon memulai perjalanan bisnisnya pada tahun 1995 sebagai toko buku online. Seiring waktu, perusahaan ini berevolusi menjadi salah satu platform e-commerce terbesar di dunia.
2. Proses Transformasi: Amazon terus berinovasi dengan memanfaatkan teknologi cloud melalui layanan Amazon Web Services (AWS), mengembangkan sistem logistik mutakhir, dan memanfaatkan analitik data besar untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.
3. Tantangan: persaingan ketat dengan perusahaan e-commerce lain seperti Walmart dan Alibaba serta menjaga konsistensi pengalaman pelanggan di seluruh dunia.

4. Hasil: Amazon berhasil menjadi pemimpin dalam e-commerce global dengan pendapatan yang terus meningkat serta inovasi di berbagai sektor, termasuk kecerdasan buatan dan perangkat IoT seperti Alexa.

3.2.2. Migrasi Alibaba ke E-Business

1. Latar Belakang: Alibaba didirikan pada tahun 1999 di Tiongkok sebagai platform untuk menghubungkan bisnis kecil dengan pasar global melalui model B2B.
2. Proses Transformasi: Alibaba mengembangkan ekosistem digital yang mencakup platform e-commerce B2C (Taobao), pembayaran digital (Alipay), dan komputasi awan (Alibaba Cloud). Strategi ini memungkinkan Alibaba untuk menjadi pemimpin di pasar e-commerce Asia.
3. Tantangan: Menghadapi regulasi ketat dari pemerintah Tiongkok dan persaingan dengan platform seperti JD.com.
4. Hasil: Alibaba kini menjadi salah satu perusahaan teknologi terbesar di dunia, mendukung jutaan bisnis kecil dan menengah di Asia serta berkembang ke pasar global.

3.2.3. Migrasi Tokopedia ke E-Business

1. Latar Belakang: Tokopedia adalah perusahaan e-commerce Indonesia yang didirikan pada tahun 2009 dengan misi memberdayakan UMKM untuk masuk ke pasar digital.
2. Proses Transformasi: Perusahaan ini berfokus pada pembangunan ekosistem marketplace yang ramah pengguna, kolaborasi dengan mitra logistik, dan penggunaan teknologi untuk mendukung UMKM.
3. Tantangan: Ketidakmerataan akses internet di Indonesia serta edukasi pasar tentang manfaat e-commerce.
4. Hasil: Tokopedia menjadi salah satu platform e-commerce terkemuka di Indonesia, dengan jutaan pengguna aktif dan kontribusi signifikan terhadap ekonomi digital lokal.

3.2.4. Migrasi Netflix ke E-Business

1. Latar Belakang: Netflix memulai bisnisnya pada tahun 1997 sebagai penyedia layanan penyewaan DVD melalui pos. Pada tahun 2007, perusahaan ini beralih ke platform streaming digital.
2. Proses Transformasi: Netflix mengadopsi teknologi streaming dan berinvestasi besar-besaran dalam produksi konten orisinal untuk menarik lebih banyak pelanggan.
3. Tantangan: Kompetisi dari layanan streaming lainnya seperti Hulu, Disney+, dan Amazon Prime Video serta biaya produksi konten yang tinggi.
4. Hasil: Netflix kini menjadi salah satu pemimpin dalam industri hiburan digital dengan jangkauan global dan portofolio konten yang kaya.

BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Evolusi e-business merupakan transformasi penting dalam dunia bisnis modern, didorong oleh perkembangan teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan persaingan pasar yang semakin kompetitif. Penerapan e-business memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, memperluas jangkauan pasar, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

Namun, proses ini tidak tanpa tantangan. Perusahaan perlu berinvestasi dalam infrastruktur digital, memastikan keamanan data, serta membangun kapasitas sumber daya manusia yang memadai. Selain itu, adopsi teknologi seperti cloud computing, kecerdasan buatan, dan Internet of Things menjadi elemen penting dalam mendukung keberlanjutan dan inovasi e-business.

Dengan pemahaman yang mendalam tentang model bisnis digital dan faktor pendorongnya, perusahaan dapat merancang strategi yang efektif untuk beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang. Transformasi ke e-business bukan hanya menjadi pilihan, tetapi juga kebutuhan agar perusahaan dapat bertahan dan bersaing di era digital.

4.2. Saran

Perusahaan yang ingin sukses dalam evolusi ke e-business harus berinvestasi pada infrastruktur teknologi yang canggih, termasuk sistem keamanan data dan platform digital yang ramah pengguna. Selain itu, penting untuk memberikan pelatihan kepada sumber daya manusia agar mampu mengadopsi dan memanfaatkan teknologi dengan optimal. Perusahaan juga disarankan untuk mengintegrasikan teknologi inovatif seperti kecerdasan buatan (AI), *big data*, dan *blockchain* untuk meningkatkan efisiensi operasional serta menciptakan nilai tambah bagi pelanggan.

Fokus utama harus diberikan pada peningkatan pengalaman pelanggan melalui personalisasi layanan yang relevan dengan kebutuhan mereka. Untuk

mempercepat transformasi, perusahaan dapat menjalin kerja sama dengan mitra digital yang berpengalaman. Terakhir, evaluasi dan inovasi secara berkelanjutan perlu dilakukan untuk memastikan strategi e-business tetap relevan di tengah perubahan kebutuhan pasar dan persaingan yang semakin ketat.