

## Tinjauan Mata Kuliah

Tren pertukaran data dan otomasi melalui teknologi digital membawa kita ke era revolusi industri 4.0. yaitu era konektivitas dan keterbukaan. Ketika diperkenalkan pada era industri 3.0 lalu, komputer menjadi cikal bakal terjadinya disrupsi pada industri 4.0. Ditambah dengan berbagai kemajuan dalam teknologi digital, jaringan dan cyber, komputer yang tadinya berdiri sendiri-sendiri kian terhubung dan mampu berkomunikasi satu sama lain. Teknologi cyber pun merajai dunia setelah komputer banyak digunakan secara luas di semua industri. Dengan hadirnya industri 4.0 ini diharapkan antar mesin atau komputer tak hanya terhubung satu sama lainnya, tetapi juga mampu beroperasi dan berinteraksi tanpa campur tangan manusia. Kombinasi antara system cyber dan fisik juga menciptakan fenomena internet of things (IoT) yang bisa dikembangkan secara luas, mulai dari perangkat rumah tangga smart home sampai keperluan manufaktur di pabrik-pabrik besar. Jika menyimak laporan dari Mc Kinsey & Company (2018), menunjukkan bahwa Indonesia sudah memasuki era digital yang terepresentasi dari 4 *disruptive technology* (*mobile internet, cloud technology, internet of things, big data*) yang saling terkoneksi satu sama lain.

Dalam konteks bisnis, melalui berbagai perangkat perkembangan teknologi memungkinkan perusahaan untuk berhubungan sama lain melalui sistem pemrosesan data internal dan eksternal secara lebih efisien dan fleksibel dan memberi kemungkinan untuk pertukaran data di antara satu perusahaan dengan perusahaan lain, baik lewat web, Internet, intranet, extranet atau kombinasi di antaranya. E-bisnis banyak dipakai untuk berhubungan dengan suplier dan mitra bisnis perusahaan, serta memenuhi permintaan dan melayani kepuasan pelanggan secara lebih baik. E-bisnis berkaitan secara menyeluruh dengan proses bisnis termasuk value chain yaitu: pembelian secara elektronik, manajemen rantai *supply*, pemrosesan order elektronik, penanganan dan pelayanan kepada pelanggan, serta kerja sama dengan mitra bisnis.

Lebih spesifik e-bisnis dapat dimanfaatkan dalam pengelolaan operasi untuk meningkatkan produktifitas karena adanya percepatan mobilitas informasi, baik informasi yang berkaitan dengan aktifitas persediaan, produksi, sampai dengan penilaian pelanggan. Dalam kaitannya dengan pemasaran, perkembangan teknologi (*web, email, wireless media, websites, search engines, blogs and instant messaging*) yang terintegrasi akan lebih mengutamakan *relationship-oriented* untuk mendapatkan konsumen baru dan mempertahankan konsumen. *Relationship-oriented* dengan pemanfaatan berbagai perkembangan teknologi akan dapat membangun interaksi langsung dengan konsumen sehingga dapat memberikan value yang dapat mendorong loyalitas konsumen. Selain itu e-bisnis telah mendorong dikembangkannya *Enterprise Resource Planning* (ERP) yang memberikan kemungkinan perbaikan besar dalam cara pengelolaan perusahaan manufaktur. ERP telah diakui berkontribusi kuat bagi kinerja sistem ekonomi di Amerika yang luar biasa pada tahun 2020-an dan dianggap sebagai titik balik munculnya Ekonomi Baru.

Optimalisasi penerapan strategi e-bisnis yang menunjukkan ciri khas organisasi modern adalah perlu mengkonsideran permodelan proses manajemen yaitu terkelolanya formulasi dan implementasi strategik secara leriio dan runtun melalui suatu proses yang terukur. Permodelan proses manajemen strategik ditujukan untuk mengukur dan mengevaluasi kinerja organisasi dengan mendasarkan pada tiga tahapan strategi yaitu Formulasi – Implementasi – Evaluasi. Secara spesifik evaluasi strategi e-bisnis perlu dikedepankan karena setelah strategi diimplementasikan, bukan berarti strategi dianggap sudah berhasil dan selalu dilaksanakan. Strategi yang sudah diimplementasikan perlu dievaluasi secara periodik dan rutin yang disebut dengan evaluasi strategik.

Oleh karena itu, setelah mempelajari mata kuliah ini diharapkan mahasiswa mampu memahami fenomena perkembangan teknologi dan kontek bisnis. Selanjutnya sesu dengan tujuan yang ingin dicapai dalam mata kulia e-bisnis terdiri dari 9 modul sebagai berikut.

1. Modul 1: Definisi dan konsep e-bisnis.
2. Modul 2: Teknologi e-bisnis.
3. Modul 3: Model dan pasar e-bisnis.
4. Modul 4: Manajemen e-bisnis di bidang manajemen.
5. Modul 5: A Broader concept of *e-marketing*.
6. Modul 6: Manajemen e-bisnis: keuangan dan SDM.
7. Modul 7: Strategi e-bisnis formulasi dan implementasi.
8. Modul 8: Evaluasi strategi e-bisnis.
9. Modul 9: Penerapan e-bisnis – regulasi, etika dan keamanan.

**Peta Kompetensi**  
**e-Bisnis/EKMA4483/3 SKS**

