

SISTEM INFORMASI BISNIS BERBASIS *E-BUSINESS* DALAM MEMBANGUNKEUNGGULAN BERSAING ORGANISASI BISNIS

Donni Junipriansa

Program Studi Komputerisasi Akuntansi PKN LPKIA
Jalan Sukarno Hatta No 456 Bandung
Email: alpriansa21@gmail.com

Abstrak

Seiring perkembangan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, maka peran teknologi sangat diperlukan dalam setiap aktivitas organisasi. *E-business* menjadi satu hal yang sangat penting untuk diadopsi untuk meningkatkan daya saing organisasi bisnis. *E-business* memiliki makna penggunaan teknologi dan sistem informasi untuk mengelola proses bisnis. Adopsi *e-business* memberikan manfaat dengan mengeliminasi proses manual dan menggantikannya dengan proses otomatis atau mempercepat ketersediaan informasi yang diperlukan bagi pembuatan keputusan. *E-business* mengintegrasikan internet dan ICTs (*Information and Communication Technologies*) dalam organisasi bisnis melalui integrasi rantai pasokan sehingga proses bisnis pada organisasi bisnis lebih cepat. Untuk menunjang keberhasilan *e-business* diperlukan keterkaitan antara strategi bisnis dengan teknologi yang akan mendukung strategi bisnis yang akan diterapkan oleh organisasi bisnis.

Kata Kunci : Sistem Informasi Bisnis, *E-Businesses*, dan Keunggulan *E-Business*

1. PENDAHULUAN

Dinamisme lingkungan bisnis, perubahan, dan perkembangan teknologi, baik teknologi informasi maupun teknologi komunikasi, dari waktu ke waktu yang sangat cepat membawa dampak pada makin ketatnya persaingan antar organisasi bisnis. Kompetisi tersebut mengakibatkan makin pendeknya siklus hidup produk karena organisasi bisnis berlomba untuk menawarkan sesuatu yang baru dan bernilai bagi pelanggannya.

Untuk dapat mewujudkan *superior customer value*, organisasi bisnis harus mampu menciptakan nilai-nilai sehingga kepuasan pelanggan dapat dicapai. Untuk mendukung proses penciptaan nilai bagi pelanggan dan mencapai tujuan organisasi bisnis melalui peningkatan kinerja organisasi bisnis dan pencapaian keunggulan kompetitif, organisasi bisnis memerlukan sistem baru, atau paling tidak melakukan revisi atas sistem yang telah ada. Pengembangan sistem merupakan satu set aktivitas yang dapat menciptakan sistem untuk memproses informasi secara efektif dan efisien.

Dalam pengembangan organisasi, organisasi bisnis harus mampu melakukan perubahan yang mendasar baik terkait dengan perubahan dalam kebijakan sistem informasi dan struktur organisasi, perubahan hubungan antara pelanggan atau pengguna dengan sistem informasi dan perubahan dalam proses, peralatan, dan tanggung jawab pengembangan sistem informasi. Dan yang paling mendasar adalah bahwa

perubahan diperlukan baik sistem informasi dan pemikiran manajer.

2. PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI PADA ORGANISASI BISNIS

Informasi merupakan sumber utama bagi organisasi bisnis dan masyarakat pada umumnya. Bilamana informasi merupakan senjata terbaik organisasi bisnis dalam persaingan, maka teknologi informasi adalah alat revolusi bagi organisasi bisnis.

Berkembangnya teknologi informasi berbasis komputer memudahkan organisasi bisnis melakukan aktivitas mengakses informasi di mana dan kapan saja. Dalam hubungannya dengan aktivitas yang terjadi setiap hari pada organisasi bisnis, terutama aktivitas yang ditujukan untuk menghasilkan produk dan jasa, teknologi informasi membantu menciptakan produk yang sangat kompetitif. Teknologi informasi bisa diaplikasikan pada berbagai aktivitas organisasi bisnis.

Kecanggihan teknologi informasi bila diaplikasikan pada rantai aktivitas akan menghasilkan produk yang memiliki nilai tinggi. Organisasi bisnis merupakan rantai aktivitas yang ditujukan untuk menambah nilai produk dan jasa yang dihasilkan dan meningkatkan nilai margin organisasi bisnis. Aktivitas bisnis yang dimaksud di sini terdiri dari aktivitas utama (*primary activity*) dan aktivitas penunjang (*support activity*).

Berbagai jenis teknologi informasi telah digunakan pada aktivitas utama dan aktivitas penunjang. Pada aktivitas utama, misalnya teknologi informasi digunakan pada otomatisasi pergudangan untuk membantu menyimpan bahan-bahan yang masuk di perusahaan. Pada aktivitas operasi (*operations*) teknologi seperti *computer aided manufacturing* (CAM) digunakan untuk membantu proses produksi. Pada aktivitas penyimpanan barang jadi dan pengiriman (*outbound logistic*), *system on line order entry* membantu pengiriman barang atas pesanan pelanggan. Pada aktivitas pemasaran dan penjualan, teknologi informasi berupa DSS dapat digunakan untuk menganalisis kondisi pasar sekarang atau pasar potensial. Pada aktivitas pelayanan, *diagnostic expert system* digunakan untuk membantu memperbaiki pelayanan pada pelanggan.

Teknologi informasi yang digunakan pada aktivitas penunjang *automated office system* digunakan untuk membantu aktivitas manajemen dan pelayanan administratif (*Management & administrative service*), seperti penggunaan *e-mail*, *voice mail*, *word processing*, *database management system*, dll. *employee skill database system*, digunakan untuk membantu aktivitas manajemen sumberdaya manusia untuk menempatkan dan menugaskan karyawan pada posisi dan pada proyek-proyek penting. Teknologi ini dikenal dengan nama Sistem informasi SDM (*Human Resources Information System (HRIS)*).

Computer Aided Design System (CAD), digunakan untuk membantu aktivitas mengotomatisasikan disain produk dan berbagai pemrosesan sebagai bagian dari pengembangan teknologi informasi. *Electronic Data Interchange (EDI) system*, digunakan untuk membantu memperbaiki perolehan sumber daya dengan menyajikan telekomunikasi yang menghubungkan antara perusahaan, suppliers, bahkan pelanggan.

Teknologi informasi yang terjadi juga mempengaruhi kemampuan organisasi bisnis dalam bersaing, antara lain:

1. Merubah struktur sebuah industri dan aturan main dalam persaingan;
2. Menciptakan keunggulan bersaing dengan melalui kepemimpinan biaya, diferensiasi, dan mengubah cakupan persaingan;
3. Memberikan peluang untuk membuka area bisnis baru.

Dalam mengantisipasi berbagai tantangan yang muncul dari kebutuhan bisnis yang semakin meningkat, terdapat 4 Strategi yang bisa digunakan

untuk melakukan perencanaan sistem informasi yaitu dengan *reengineering*, *outsourcing*, aliansi, dan *rightsizing*.

Dapat dikatakan bahwa penerapan teknologi informasi sudah memasuki hampir semua aspek kegiatan organisasi bisnis mulai dari pengembangan produk baru, sampai pada dukungan penjualan barang dan jasa, mulai dari menyajikan intelegensi pasar sampai dengan menyediakan peralatan pengambilan keputusan.

Penggunaan teknologi informasi pada setiap aktivitas organisasi bisnis seperti pada konsep *value chain* merupakan alternatif peluang bagi organisasi bisnis, karena untuk bisa mengatasi berbagai permasalahan yang muncul seperti usaha menghemat biaya dan waktu operasi organisasi bisnis, menghasilkan produktivitas kerja yang tinggi, mempercepat pengiriman produk dan jasa pada pelanggan, serta kemampuan menghasilkan nilai produk dan jasa bagi pelanggan.

Teknologi Informasi membantu merubah proses bisnis sehingga memiliki keunggulan kompetitif, artinya memiliki teknologi informasi dan pemrosesan terbaik mulai dari mendisain, pabrikasi, menjual sampai pada melayani pelanggan dengan biaya serendah mungkin. Teknologi informasi yang kuat akan menjadi keunggulan kompetitif, bagi organisasi bisnis dan sekaligus akan menjadi hambatan masuk terhadap pesaing.

Organisasi yang aktif adalah organisasi bisnis yang selalu terlibat dengan proses evaluasi tujuan organisasi secara terus menerus yakni mempertanyakan, memverifikasi, dan mendefinisikan kembali cara berinteraksi dengan perubahan lingkungan. Bagi organisasi bisnis yang ingin maju dan berkembang tidak ada alasan untuk tidak menggunakan teknologi sepanjang hal itu dapat mempermudah organisasi bisnis untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan.

Dengan adanya perkembangan teknologi informasi, batas-batas yang mendefinisikan organisasi mulai berubah. Konsekuensinya, muncul berbagai bentuk struktur organisasi baru yang merespon perubahan lingkungan internal maupun eksternal. Hal-hal berikut ini adalah berbagai perubahan organisasional yang terjadi akibat teknologi informasi.

3. SISTEM INFORMASI BISNIS

Sistem informasi bisnis merupakan kumpulan dari berbagai informasi yang memiliki kesatuan antara

yang satu dengan yang lainnya, yang ditujukan untuk kepentingan bisnis. Dalam mendukung penyampaian suatu informasi maka dimanfaatkanlah teknologi informasi, yang menggunakan teknologi komputer sebagai media utama dalam penyampaian informasi. Istilah ini sendiri merupakan perkembangan dari istilah sistem informasi (*information system*). Semakin tinggi kualitas teknologi informasi yang digunakan maka tingkat efektifitas dan efisiensi nya semakin baik.

Kerangka kerja konseptual sistem informasi bisnis terdiri dari:

1. Konsep Konsep Dasar.
Konsep dasar keprilakuan, teknis, bisnis, dan manajerial termasuk mengenai berbagai komponen dan peran sistem informasi. Contohnya meliputi konsep sistem informasi dasar yang berasal dari teori sistem umum, atau konsep keunggulan kompetitif yang digunakan untuk mengembangkan aplikasi bisnis teknologi informasi dalam keunggulan kompetitif.
2. Teknologi Informasi.
Konsep - konsep utama, pengembangan, dan berbagai isumanajemen teknologi informasi yaitu meliputi *hardware*, *software*, jaringan, manajemen data, dan banyak teknologi berbasis internet.
3. Aplikasi Bisnis.
Penggunaan utama dari sistem informasi untuk operasi, manajemen dan keunggulan kompetitif bisnis.
4. Proses Pengembangan.
Bagaimana para praktisi bisnis dan pakar informasi merencanakan, mengembangkan, dan mengimplementasikan sistem informasi untuk memenuhi peluang bisnis.
5. Tantangan Manajemen.
Tantangan untuk secara efektif dan etis mengelola teknologi informasi pada tingkat pemakai akhir, perusahaan, dan global dalam bisnis.

4. TIPE SISTEM INFORMASI BISNIS

Kategori-kategori spesifik dari sistem yang melayani tiap level organisasi bisnis terdiri dari

1. *Transaction Processing Systems (TPS)*.
Merupakan sistem terkomputerisasi yang menjalankan dan menyimpan transaksi rutin sehari-hari untuk menjalankan bisnis. Sistem ini bekerja pada level operasional. Masukan pada level ini adalah transaksi dan kejadian. Proses dalam sistem ini meliputi pengurutan data, melihat data, memperbaharui data. Sedangkan keluarannya adalah laporan yang detail, daftar lengkap, serta ringkasan.
2. *Knowledge Work Systems (KWS)*.

Sistem informasi yang membuat dan mengintegrasikan pengetahuan baru ke organisasi bisnis.

3. *Office Automation Systems (OAS)*.
Sistem komputer seperti pengolah kata, *e-mail*, dan sistem penjadwalan, yang didesain untuk meningkatkan produktivitas data pekerjaan organisasi bisnis.
4. *Management Information Systems (MIS)*
Sistem informasi pada manajemen yang melayani fungsi-fungsi perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan yang dibuat dengan menyediakan ringkasan dan laporan secara rutin dan periodik.
5. *Decision-Support Systems (DSS)*.
Sistem informasi pada level manajemen organisasi bisnis yang mengkombinasikan data dan model analitis yang rumit untuk mendukung pengambilan keputusan yang terstruktur dan semi terstruktur.
6. *Executive Support Systems (ESS)*.
Sistem informasi pada level strategis organisasi yang dirancang untuk tujuan pengambilan keputusan yang tidak terstruktur.

5. E-BUSINESS PADA SISTEM INFORMASI BISNIS

Organisasi bisnis di masa lampau banyak yang mengalami kebangkrutan karena beroperasi secara konvensional sehingga menyebabkan kegiatan organisasi bisnis tidak efektif dan efisien. Untuk itu, dewasa ini banyak organisasi bisnis yang menerapkan dan mengembangkan *e-business*.

E-business dalam sistem informasi bisnis perlu memperhatikan sejumlah aspek, antara lain berkenaan dengan:

1. Komunikasi.
Komunikasi berkaitan dengan adanya fasilitas atau media yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, layanan, transaksi elektronik, serta dan perpindahan barang dari penjual ke pembeli. Media komunikasi yang memadai yang bisa mempertemukan pelaku *e-business* menjadi syarat utama terselenggaranya.
2. Perdagangan.
Sisi komersial yang disyaratkan pada *e-business* adalah adanya sistem untuk melakukan transaksi *online*, mulai dari promosi barang, pemesanan barang, pembayaran dan pengiriman barang. Pembeli barang memesan barang tidak memerlukan melihat barang secara langsung, tetapi melalui gambar atau spesifikasi yang tercantum dalam *website*. Sedangkan untuk pemesanan, sistem *shopping online* terhubung

dengan *sistem inventory* untuk mengetahui persediaan barang sehingga barang yang dibeli memangada. Untuk pembayaran, sistem *shopping online* harus terhubung dengan otoritas pembayaran, misalnya bank atau penyedia kartukredit agar nilai yang dibayarkan oleh pembeli berasal dari alatpembayaran yang sah dan memiliki nilai yang cukup.

3. Proses Bisnis.

Setiap pelaku *e-business* yang ingin melakukan transaksi elektronik dan mendapatkan manfaat semaksimal mungkin dari *e-business* harus melakukan optimalisasi proses bisnis internal dengan memanfaatkan teknologi informasi agar aliran informasi, transaksi, maupun waktu pengiriman barang menjadi dipersingkat, biaya transaksi menjadi lebih ekonomis jika dibandingkan dengan perdagangan yang dilakukan secara tradisional.

4. Layanan.

Bagi setiap organisasi bisnis yang menjadi pelaku *e-business*, penggunaan teknologi informasi dan internet harus menunjang pelayanan untuk pelanggan, dimana pelanggan dapat merasakan manfaat ekonomis. Misalnya, produk yang ditawarkan beserta spesifikasinya bisa diperiksa lebih seksama sebelum dibeli (diakses melalui *website*) dan bisa diakses dari mana saja dengan menggunakan internet. Bahkan dengan sistem informasi, pelanggan dapat dilayani secara khusus dan personal karena data-data aktivitas pelanggan direkam serta dapat dilakukan analisis untuk meningkatkan pelayanan.

5. Pembelajaran.

Untuk meningkatkan *awareness*, baik diantara pengguna maupun pelaku *e-business*, maka proses edukasi bagi pelanggan sangat penting. Perbedaan *e-business* dengan transaksi tradisional adalah pembeli dan penjual tidak perlu belajar sebelum melakukan transaksi sedangkan transaksi *online* karena pengguna maupun pelaku tidak berhadapan dengan manusia tetapi dengan mesin komputer, maka diperlukan proses edukasi agar mereka bisa menggunakan fasilitas atau media transaksi dengan lancar.

6. Kolaborasi.

Satu siklus transaksi *online* antara penjual dan pembelimelibatkan *stakeholders* lain yang harus berkolaborasi untuk menyelesaikan transaksi tersebut. Pada saat pembayaran maka akan terjadi kolaborasi antara penyedia *shopping online* dengan bank atau penyedia kartu kredit untuk menyelesaikan proses pembayaran. Setelah dibayar maka terjadi kolaborasi antar penyedia *shopping online* dengan gudang, dan jasa

pengiriman barang untuk mengantarkan barang sampai ke pembeli. Pihak lain yang juga terlibat adalah pihak asuransi untuk melakukan penjaminan transaksi maupun atas barang yang dikirim.

7. Komunitas.

Komunitas merupakan salah satu indikator untuk mengukur efektif atau tidaknya *e-business*. Dalam *e-business*, komunitas merupakan media yang cukup penting untuk belajar dan memperbaiki diri secara terus menerus baik dari sisi pelaku maupun pengguna dalam hal produk, layanan, maupun mekanisme transaksi.

6. KEUNGGULAN *E-BUSINESS*

E-business memiliki sejumlah keunggulan. Dimana keunggulan tersebut didukung oleh sejumlah faktor yang berkenaan dengan:

1. Biaya (*Cost*).

E-Business perlu menjamin terjadinya *cost efficiency* melalui efisiensi waktu atau volume penjualan yang lebih besar dengan melakukan optimasi pada proses logistik langsung dari gudang ke pelanggan.

2. Komersial (*Commerce*).

Memaksimalkan keuntungan (*profitabilitas*) dilakukan dengan melakukan *reengineering* seluruh proses bisnis sehingga selain menurunkan biaya operasional juga meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya menaikkan volume penjualan.

3. Konten (*Content*).

Informasi tentang produk atau layanan yang selalu *up to date*, informasi yang berguna misalnya nasehat dan masukan, variasi produk atau layanan pendukung yang dibarengi dengan kualitas produk, serta layanan yang prima sehingga pelanggan merasa dilayani secara personal merupakan kunci sukses utama.

4. Komunitas (*Community*).

Komunitas merupakan media tempat pertukaran pengalaman, membentuk *interest group* sehingga menjadi sarana yang efektif untuk membentuk opini pelanggan, membangun permintaan (*generate demand*) dan melindungi kepentingan pelanggan. Komunitas merupakan cara yang efektif untuk meningkatkan retensi pelanggan sehingga biaya untuk mendapatkan pelanggan baru menjadi minimal.

5. Kenyamanan (*Convenience*).

Kenyamanan dalam melakukan transaksi *online* merupakan salah satu kunci sukses. Navigasi yang mudah, cepat, dan informatif akan membuat pelanggan menyukai cara bertransaksi *online*. Sedangkan kerumitan navigasi yang

memerlukan beberapa kali *klik* dan tidak memberikan petunjuk yang mudah dan cepat bisa menyedapkan pelanggan dan membuat pelanggan beralih ke pesing.

6. Konektivitas (*Connectivity*).

Ketersediaan koneksi yang cepat juga merupakan faktor penentu kesuksesan transaksi *online*. Respon yang cepat dan tidak terputus akan membuat pelanggan merasakan manfaat yang nyata dari *e-business*.

Kesuksesan *e-business* dapat diukur melalui penerimaan pelanggan (*customer acceptance*) yang direpresentasikan dengan jumlah pelanggan *online*, patuh aturan (*legal authorities compliance*), dukungan dari *third parties* (*supply chain support*) dan indikator finansial.

7. SIMPULAN

Organisasi bisnis merupakan rantai aktivitas yang ditujukan untuk menambah nilai produk dan jasa yang dihasilkan dan meningkatkan nilai margin organisasi bisnis. Sistem informasi bisnis merupakan kumpulan dari berbagai informasi yang memiliki kesatuan antara yang satu dengan yang lainnya, yang ditujukan untuk kepentingan bisnis. Untuk itu, dewasa ini banyak organisasi bisnis yang menerapkan dan mengembangkan *e-business* dengan memperhatikan aspek komunikasi; perdagangan; proses bisnis; layanan; pembelajaran; kolaborasi; dan komunitas. *E-business* memiliki sejumlah keunggulan antara lain. Dimana keunggulan tersebut didukung oleh sejumlah faktor yang berkenaan dengan biaya; komersial; konten; komunitas; kenyamanan; dan konektivitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardyansah. (2002). Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Strategi Organisasi. *Manajemen Usahawan Indonesia*. XXXI September, pp. 16-22.
- Lena Ellitan dan Lina Anatan. (2009). *Sistem Informasi Manajemen: Konsep dan Praktis*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- O'Brien, J. (2005). *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Phan, D.D.. (2001). E-business Management Strategies: A Business to Business Case Study. *Information System Management Fall*, 61-69
- Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of Nation*. London: Mc Millan Press, Ltd.
- Porter, M.E. (2001). Strategy and The Internet. *Harvard Business Review*. March, 62-78

Risan, R. (2003). *Computer-Based Maintenance Management System*. Material Management Consultant, Matmaco.

Wang, S., dan Cheung, W., (2004). E-Business Adoption by Travel Agencies: Prime Candidates for Mobile E-Business. *International Journal of Electronic Commerce*. Spring 2004, Vol.8, No.3, pp. 43-63.

Zulkarnaini. (2001). Manajemen Informasi Berbasis Komputer sebagai Pendukung Strategi Bisnis. *Jurnal Ekonomi*. No. 17 th X. September.