

RANCANG BANGUN E-BUSINESS



DR. REFI ARIOEN STP., MTA



RANCANG BANGUN E-BUSINESS :



Rancang (Design): Tahap perencanaan yang mencakup perancangan model bisnis, antarmuka pengguna (user interface), pengalaman pengguna (user experience), arsitektur sistem, proses bisnis, dan strategi pemasaran digital.

Bangun (Build/Construction): Tahap implementasi teknis dimana sistem e-business dikembangkan, meliputi pemrograman, pembuatan database, integrasi sistem, dan pengujian.

E-Business (Electronic Business): Penggunaan teknologi internet dan digital untuk melakukan, mengelola, dan mentransformasi seluruh proses bisnis—mulai dari pembelian, penjualan, layanan pelanggan, kolaborasi dengan mitra bisnis, hingga proses internal perusahaan.

RANCANG BANGUN E-BUSINESS BIASANYA MENCAKUP BEBERAPA KOMPONEN KUNCI BERIKUT:

1. Perencanaan Strategis & Analisis Kebutuhan
2. Perancangan (Design)
3. Pembangunan (Construction)
4. Pengujian (Testing)
5. Implementasi & Pemeliharaan



1. PERENCANAAN STRATEGIS & ANALISIS KEBUTUHAN

Tujuan Bisnis: Apa yang ingin dicapai?

(Misal: meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan, efisiensi biaya).

- **Analisis Pasar & Kompetitor:** Memahami target audiens dan pesaing.
- **Model Bisnis:** Menentukan bagaimana bisnis akan menghasilkan uang (misal: penjualan langsung (*e-commerce*), langganan, iklan, komisi).
- **Analisis Kebutuhan:** Merumuskan fitur-fitur apa saja yang diperlukan dari sistem.



2. PERANCANGAN (DESIGN)

- **Perancangan Proses Bisnis:** Memetakan alur kerja digital

(contoh: alur pemesanan, alur pembayaran, alur manajemen inventori).

- **Perancangan Sistem & Arsitektur:**

Merancang bagaimana komponen-komponen sistem (website, database, server, payment gateway) saling terhubung.

- **Perancangan User Experience (UX) & User Interface (UI):**

Merancang tampilan dan alur interaksi yang mudah, menarik, dan intuitif bagi pengguna.



3. PEMBANGUNAN (CONSTRUCTION)

Pengembangan Website/Aplikasi: Proses pemrograman menggunakan bahasa dan framework tertentu (misal: Laravel, React, Django).

•**Pembuatan Database:** Membangun struktur database untuk menyimpan data produk, pelanggan, transaksi, dll.

•**Integrasi Sistem:** Menghubungkan sistem dengan layanan eksternal seperti:

- **Gateway Pembayaran** (Xendit, Midtrans, dll).
- **Logistik & Pengiriman** (JNE, TIKI, POS Indonesia).
- **SMS/Email Notification.**

Keamanan: Menerapkan protokol keamanan (SSL, enkripsi data) untuk melindungi data dan transaksi.



4. PENGUJIAN (TESTING)

Fungsionalitas: Memastikan semua fitur berjalan dengan benar.

- **Kinerja (*Performance*):** Menguji kecepatan dan stabilitas sistem under load.
- **Keamanan (*Security*):** Mencari celah keamanan yang mungkin dieksploitasi.
- **Kemudahan Penggunaan (*Usability*):** Memastikan website mudah dinavigasi.

Ready to Harness the
Power of A/B Testing?

GET FREE CONSULTATION



TUJUAN RANCANG BANGUN E-BUSINESS

Rancang Bangun E-Business (Perancangan dan Pembangunan Bisnis Elektronik) pada dasarnya adalah proses menciptakan dan mengimplementasikan model bisnis yang memanfaatkan teknologi internet. Tujuannya adalah untuk mentransformasi bisnis tradisional menjadi lebih gesit, kompetitif, dan siap menghadapi pasar digital.

Tiga tujuan utama Rancang Bangun E-Busines

1. Meningkatkan efisiensi operasional
2. Memperluas pasar dan akses pelanggan
3. Menyediakan data real-time untuk pengambilan keputusan



1. MENINGKATKAN EFISIENSI OPERASIONAL

Tujuan ini berfokus pada optimalisasi proses internal bisnis untuk menghemat waktu, biaya, dan sumber daya. E-Business mengotomasi tugas-tugas yang sebelumnya manual, mengurangi kesalahan, dan mempercepat alur kerja.

Cara Mencapai & Contoh:

• Otomasi Proses:

- **Contoh:** Sistem Procurement online yang mengotomasi proses pengajuan, persetujuan, hingga pembelian barang. Karyawan tidak perlu lagi mengisi form fisik dan menunggu tanda tangan yang lama.

• Integrasi Sistem:

- **Contoh:** Mengintegrasikan website e-commerce dengan sistem Inventory dan CRM. Saat pesanan masuk, stok otomatis berkurang di gudang, dan data pelanggan langsung tercatat di CRM untuk layanan purna jual.



•**Komunikasi yang Lebih Cepat:**

- **Contoh:** Penggunaan platform kolaborasi seperti Slack atau Microsoft Teams untuk komunikasi internal antar departemen, menggantikan email yang lambat dan tersebar.

•**Mengurangi Biaya Overhead:**

- **Contoh:** Dengan memiliki toko online, perusahaan dapat mengurangi ketergantungan pada lokasi fisik yang mahal atau bahkan beroperasi sepenuhnya secara online (seperti banyak startup digital).

Hasil yang Diharapkan: Produktivitas meningkat, biaya operasional turun, dan siklus proses bisnis menjadi lebih singkat.



2. MEMPERLUAS PASAR DAN AKSES PELANGGAN



E-Business menghilangkan batasan geografis. Sebuah bisnis kecil di Yogyakarta dapat dengan mudah menjangkau pelanggan di Jakarta, Surabaya, bahkan mancanegara. Tujuan ini adalah untuk meningkatkan pangsa pasar dan basis pelanggan.

Cara Mencapai & Contoh:

•Website E-Commerce:

- **Contoh:** Sebuah pengrajin batik yang sebelumnya hanya menjual di pinggir jalan, kini bisa memasarkan produknya melalui Instagram, Tokopedia, atau website sendiri ke seluruh Indonesia.

•Pemasaran Digital:

- **Contoh:** Menggunakan SEO (Search Engine Optimization) agar website muncul di halaman pertama Google ketika calon pelanggan mencari produk terkait. Atau menggunakan iklan berbayar seperti Google Ads dan Facebook Ads untuk menargetkan segmen pelanggan yang spesifik.

•**Media Sosial:**

- **Contoh:** Membangun komunitas dan brand awareness melalui konten-konten menarik di Instagram, TikTok, atau Facebook. Ini adalah cara untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan dan calon pelanggan.

•**Platform Marketplace:**

- **Contoh:** Menjual produk di platform seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, atau Amazon untuk langsung "numpang" di pusat perbelanjaan digital yang sudah memiliki traffic jutaan pengguna.

Hasil yang Diharapkan: Jangkauan geografis dan demografis pelanggan meluas, penjualan meningkat, dan brand awareness mengglobal.



3. MENYEDIKAN DATA REAL-TIME UNTUK PENGAMBILAN KEPUTUSAN

salah satu keunggulan paling strategis dari E-Business. Setiap interaksi di platform digital (website, aplikasi) menghasilkan data. Data ini dapat dianalisis untuk memberikan wawasan (insights) yang akurat dan tepat waktu, membantu manajemen mengambil keputusan yang berbasis data, bukan hanya insting.



Cara Mencapai & Contoh:

Dashboard Analytics:

- **Contoh:** Sebuah toko online menggunakan Google Analytics untuk melihat secara real-time: produk apa yang paling banyak dilihat, dari mana sumber traffic pengunjung, dan di halaman mana banyak pelanggan yang meninggalkan website (bounce rate). Informasi ini vital untuk menyusun strategi pemasaran.

Laporan Keuangan Otomatis:

- **Contoh:** Software akuntansi online seperti Accurate Online atau Jurnal dapat menghasilkan laporan laba rugi, arus kas, dan piutang secara real-time, membantu pemilik bisnis memahami kesehatan keuangan perusahaan kapan saja.



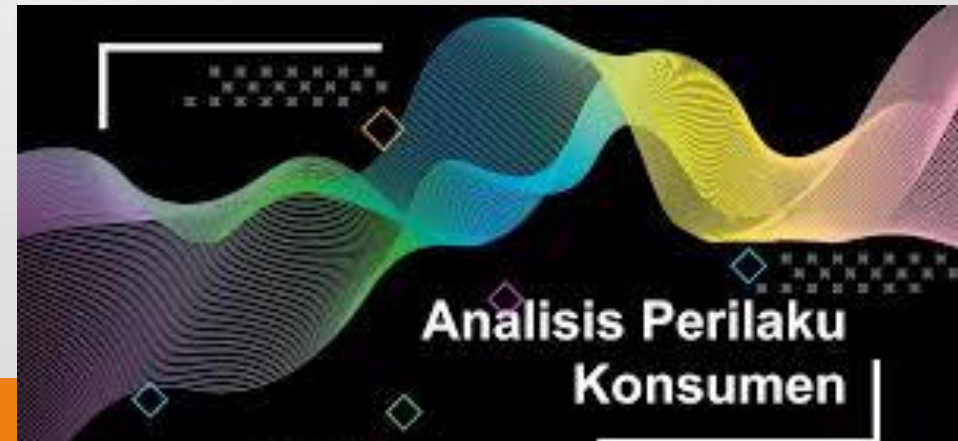
• **Analisis Perilaku Pelanggan:**

- **Contoh:** Sistem CRM dapat melacak riwayat pembelian, keluhan, dan interaksi setiap pelanggan. Data ini dapat digunakan untuk menawarkan produk yang lebih personalisasi dan meningkatkan layanan pelanggan.

• **Manajemen Inventori yang Tepat:**

- **Contoh:** Data stok yang terupdate secara real-time mencegah kehabisan stok (stockout) atau penumpukan barang yang tidak laku, sehingga keputusan restok bisa lebih tepat.

Hasil yang Diharapkan: Pengambilan keputusan menjadi lebih cepat, akurat, dan strategis. Perusahaan dapat merespons perubahan pasar dengan lebih lincah, memprediksi tren, dan meminimalkan risiko.



Ketiga tujuan di atas saling berkaitan dan membentuk sebuah siklus yang memperkuat bisnis:

- 1. Efisiensi operasional** menciptakan fondasi yang kuat dan hemat biaya.
- 2. Ekspansi pasar** memanfaatkan fondasi tersebut untuk menghasilkan lebih banyak penjualan dan pelanggan.
- 3. Data real-time** yang dikumpulkan dari proses operasional dan interaksi pelanggan digunakan untuk terus-menerus **meningkatkan efisiensi** dan **memperluas pasar** dengan strategi yang lebih terarah.

Dengan mencapai ketiga tujuan ini, sebuah perusahaan tidak hanya sekadar "go online," tetapi benar-benar bertransformasi menjadi organisasi yang lebih tangguh dan kompetitif di era digital.



ANALISIS KEBUTUHAN (NEEDS ANALYSIS)

Analisis kebutuhan adalah proses untuk menentukan apa yang benar-benar dibutuhkan oleh pengguna atau organisasi agar sistem, produk, atau layanan yang dikembangkan dapat mencapai tujuannya.

Tujuannya untuk menjawab:

“Apa yang dibutuhkan agar masalah yang ada bisa diselesaikan dengan efektif?”

Langkah-langkah umum:

- Mengumpulkan informasi dari pengguna (melalui wawancara, observasi, survei)
- Mengidentifikasi kebutuhan fungsional (apa yang sistem harus lakukan)
- Mengidentifikasi kebutuhan non-fungsional (misalnya performa, keamanan, kemudahan penggunaan)
- Menentukan prioritas kebutuhan.



IDENTIFIKASI MASALAH DAN PELUANG BISNIS

Tahap ini bertujuan untuk **menemukan akar permasalahan dalam proses bisnis saat ini** serta **peluang yang bisa dimanfaatkan untuk peningkatan nilai bisnis**. Bukan hanya memperbaiki masalah, tapi juga melihat potensi inovasi.

📌 Langkah-langkah:

1. Mengamati proses bisnis yang ada.
2. Menganalisis keluhan pelanggan dan data kinerja.
3. Mengidentifikasi kesenjangan (gap) antara kondisi saat ini dan kondisi ideal.
4. Menemukan peluang efisiensi, peningkatan layanan, atau inovasi baru.



ANALISIS PELANGGAN DAN PROSES BISNIS

Analisis ini berfokus pada **memahami siapa pelanggan bisnis (target user)** dan **bagaimana proses bisnis berjalan dari awal hingga akhir**.

Tujuannya adalah memastikan bahwa setiap proses benar-benar berorientasi pada kebutuhan pelanggan.

Langkah-langkah:

1. Identifikasi jenis pelanggan (individual, perusahaan, instansi).
2. Pahami kebutuhan, perilaku, dan ekspektasi pelanggan.
3. Petakan alur proses bisnis (business process flow).
4. Temukan titik lemah (bottleneck) dalam alur proses.



Contoh:

Dalam bisnis layanan pengiriman barang :

Pelanggan: Individu dan toko online kecil.

Kebutuhan: Pengiriman cepat dan pelacakan real-time.

Proses bisnis:

1. Pelanggan membuat pesanan
2. Kurir menjemput paket
3. Paket dikirim
4. Pelanggan menerima notifikasi

Analisis hasil: Proses pelacakan sering terlambat → peluang untuk menambah fitur real-time tracking.





TERIMAKASIH

