Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Strategi pemanfaatan teknologi informasi dalam menghadapi persaingan bisnis e-commercial (Analisa strategis PT Telkom Divre II)

Sianturi, Elman H., author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20275403&lokasi=lokal

---

Abstrak

Era Milenium ke-3 saat ini adalah era bagi Komunitas Bisnis di Internet, atau banyak orang menyebut sebagai komunitas e-business yang dipacu oleh perkembangan E-commerce. Indonesia dengan lebih dari 200 juta penduduk yang relatif telah berpendidikan dan kaya akan kekayaan alam adalah aset yang besar untuk berkompetisi dalam pasar global. Indonesia saat ini menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan aktifitas E-Commerce -nya. Salah satu sumber masalah adalah perkembangan infrastruktur telekomunikasi yang baru mencapai 6 juta sst line in service dan sekitar 300.000 hubungan Internet dengan ISP. Reformasi Undang-undang Telekomunikasi d?'l perbaikan kondisi ekonomi diharapkan dapat memperbaiki situasi ini. Undang-undang yang mengatur pemanfaatan bisnis di Internet masih dalam penyusunan dan harus segera ada untuk menjamin aspek legal dari transaksi bisnis di E-commerce. Arah manajemen dan Teknologi lnformasi harus berjalan selaras dan seimbang. Perusahaan dengan konsep tradisional akan menghadapi hambatan karena ketidaktahuan terhadap cara kerja teknologi dan manfaat Internet bagi bisnisnya. Saat ini aspek-aspek yang berkaitan dengan penjualan, pemasaran, fabrikasi, distribusi, inventory dan billing, harus sejalan dengan strategi Teknologi lnformasi. Kesempatan dalam penghematan biaya dan pertumbuhan pendapatan bagi banyak perusahaan terdapat dalam E-Commerce yang merupakan sarana pemasaran, penjualan dan pembelian berbagai produk melalui Internet. E-commerce berkaitan dengan penggunaan informasi elektronik untuk meningkatkan performansi, meningkatkan nilai dan membentuk hubungan yang baru antara kalangan bisnis dan kastemer. Tanpa infrastruktur yang baik yang tergelar antara semua bagian perusahaan adalah sulit untuk berkompetisi di era virtual economy. Suply Chain Management (SCM), Customer Relationship Management (CRM) & Enterprise Resources Planning (ERP) adalah beberapa faktor kunci sukses dalam E-Commerce, dan terkait tidak hanya mengenai aspek teknologi tetapi juga aspek penataan uryar1isasi yaitu strategi dan proses bisnis. Manajemen sekuriti (security policy & security audit) juga merupakan faktor kritis dalam implementasi sistem E-commerce. PT. Telkom Divisi Regional II sebagai Divisi Utama di perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, harus mendefinisikan kembali dan mereorganisasi bisnisnya untuk mengantisipasi lingkungan kompetisi E-Commerce. Lingkungan industri E-commerce adalah lingkungan bisnis yang penuh kompetisi, teknologi tinggi dan investasi beresiko tinggi, karena hampir tidak ada hambatan yang berarti bagi perusahaan baru maupun lama untuk terjun sebagai E-commerce Provider. Untuk menjadi pemimpin dalam E-commerce Service Provider PT. Telkom Divre II harus menyusun aliansi strategis dengan perusahaan lain sebagai partner strategis. Aliansi strategis yang meliputi usaha patungan atau akuisisi sangat penting untuk mempercepat penerapan sistem E-commerce dan untuk meminimalkan resiko investasi. PT. Telkom Divre II juga harus menerapkan sistem E-commerce pada aktifitas bisnis utamanya sebagai sarana pemasaran untuk meningkatkan pelayanan dan menjaga loyalitas kastamer. Tesis ini didedikasikan bagi kalangan akademik dan bisnis di Indonesia terutama bagi PT. Telkom Divre II agar diperoleh arah yang lebih tepat di masa mendatang dalam era e-business.