

Perancangan Implementasi Layanan Mobile Internet pada Bursa Perdagangan Komoditi Online

Dendi Avianto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20375483&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Mobile Internet adalah dalam sebuah fase evolusioner yang mempunyai kemiripan dengan salah satu teknologi web yang masuk sekitar tahun 1996. Pada saat itu hanya sedikit sekali jumlah web yang tersedia untuk para penggunanya. Meskipun ada sebuah analogi yang mengatakan walaupun ada keragu-raguan yang terjadi apakah para konsumen dan perusahaan akan membeli barang-barang dan jasa melalui web, sebaliknya potensi dari teknologi mobile internet telah diterima oleh masyarakat luas.

PT. Asia Dagang Cyberindo sebagai salah satu penyedia layanan bursa perdagangan komoditi melalui internet harus melakukan inovasi-inovasi terbaru untuk meraih peluang bisnis pada pasar mobile internet. Inovasi-inovasi tersebut juga harus dapat mempertahankan posisi dari PT. Asia Dagang Cyberindo serta menjadi sebuah jasa nilai tambah pada layanan bursa perdagangan komoditi melalui internet.

Tesis ini akan memberikan faktor-faktor penentu keberhasilan (critical success factor) dari obyektif implementasi mobile internet dan menganalisisnya dengan tujuan membantu manajemen PT. Asia Dagang Cyberindo untuk fokus terhadap aktivitas yang dirasakan paling penting dalam pencapaian CSF tersebut. Tesis ini juga mengembangkan model bisnis layanan mobile internet untuk membantu manajemen PT. Asia Dagang Cyberindo mengaplikasikan strategi bisnis pada pelayanan mobile internet.

<hr>

ABSTRACT

The Mobile Internet is in an evolutionary phase similar to the one the traditional web entered 1996. At the time, only a limited number of online services were available to users. However, the analogy ends there: whereas serious doubts existed as to whether consumer and companies would want to use the web to purchase goods and services, the potential for the mobile internet has already gain wide acceptance.

PT. Asia Dagang Cyberindo as one of the commodity exchange provider must create new innovations to gain a foothold in the mobile internet market. Mobile internet literally puts internet-based purchasing power into the hands of consumers, allowing a degree of personalization never before seen. It also opens up a new path to the market for today's content and service provider and enables the creation of an array of services native to mobile communications.

This thesis identifies the CSFs (Critical Success Factor) for the objective stated above an analyze them in order to enable their achievement and associated activities to be accurately pinpointed. Initially, two business models applicable to mobile internet services are developed in this thesis. This business models are used to understand how business strategis can be applied to the mobile internet services