

Analisis dan perumusan strategi e-bisnis pada produk uang elektronik PT XYZ = E-business strategy analysis and formulation on PT XYZ's electronic money product

Hari Prasetyo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20392920&lokasi=lokal>

Abstrak

Dengan pesatnya perkembangan internet di Indonesia, diiringi dengan makin pesatnya pertumbuhan e-commerce, sarana pendukung kegiatan jual-beli secara online juga mulai berkembang, salah satunya adalah alat pembayaran. Salah satu dari alat pembayaran yang ada untuk e-commerce adalah uang elektronik (emoney). PT. XYZ sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pembayaran elektronis juga mencoba untuk terjun ke dalam bidang pembayaran ecommerce dengan mengeluarkan produk uang elektronik. Uang elektronik yang dikembangkan PT. XYZ adalah alat pembayaran berbasis server. Namun setelah menjalankan bisnisnya selama setahun, jumlah nasabah dan transaksinya masih sangat jauh dari yang ditargetkan. Dengan menggunakan metodologi yang dikembangkan oleh Dave Chaffey, penelitian ini berusaha untuk merumuskan strategi-strategi e-bisnis dan keputusan-keputusan strategis yang tepat agar produk uang elektronik PT. XYZ dapat bersaing dan mendapatkan keunggulan kompetitif jika dibandingkan dengan kompetitor sejenis dan produk pengganti lainnya. Terdapat tiga tahapan yang telah dijalankan pada penelitian ini, yaitu tahapan strategic analysis, strategic objectives, dan strategy definition. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini meliputi: dokumen business plan uang elektronik PT. XYZ, serta hasil wawancara dan diskusi dengan anggota tim uang elektronik PT. XYZ. Hasil penelitian yang didapatkan kemudian diverifikasi dan didiskusikan kembali oleh anggota tim dan disetujui bahwa strategi-strategi e-bisnis yang dirumuskan telah sesuai dengan aspirasi para anggota tim. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan arahan dari sudut pandang e-bisnis kepada PT. XYZ dalam menjalankan bisnis uang elektroniknya dengan lebih baik.

.....

With the rapid development of internet in Indonesia, followed by the rapid growth of e-commerce, the supporting system for buying and selling online also growing, payment instrument is one of them. E-money is one of many available payment instruments for e-commerce transactions. PT. XYZ as one of the company that engage in electronic payment business try to compete in providing payment instrument for e-commerce with issuing its own e-money product. The e-money that developed by PT. XYZ is server based. However after running for about a year, the number of customers and transactions are far from the expected targets. Using the methodology developed by Dave Chaffey, this study is trying to formulate right e-business strategies and key strategic decisions for PT. XYZ's e-money business in order to compete and gain competitive advantage compared to other similar competitors and other substitute products. There are three steps performed on this research: strategic analysis, strategic objectives, and strategy definition. Sources of data used in this study include: PT. XYZ's electronic money business plan document, and interviews and discussions with team members of PT. XYZ's electronic money team. Research results obtained and discussed again later verified by the team members and agreed that e-business strategies has been formulated in accordance with the aspirations of the team members. The results of this study are expected to provide direction from the point of view of e-business to PT. XYZ of doing business with the

electronic money.