

BISNIS ELEKTRONIS

KA3262

Modul Praktek

Hanya dipergunakan di lingkungan Fakultas Ilmu Terapan



Telkom
University

Program Studi D3 Komputerasi Akuntansi
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom

Daftar Penyusun

Versi 1.0 : Irna Yuniar, S.T., M.A.B.

Daftar Isi

Daftar Penyusun	i
Daftar Isi	ii
Daftar Nilai.....	iii
1 Bab I Konsep Bisnis Elektronik	1
1.1 Identitas	1
1.2 Studi Kasus/Penugasan	2
1.3 Umpan Balik	3
2 Bab II Penerapan Bisnis Elektronik dalam Supply Chain Management dan Proses Pengadaan Barang (Procurement)	4
2.1 Identitas	4
2.2 Studi Kasus/Penugasan	5
2.3 Umpan Balik	6
3 Bab III Penerapan Bisnis Elektronik dalam Marketing dan Customer Relationship Management	7
3.1 Identitas	7
3.2 Studi Kasus/Penugasan	8
3.3 Umpan Balik	9
4 Bab IV Manajemen Perubahan pada Saat Menerapkan Bisnis Elektronik	10
4.1 Identitas	10
4.2 Studi Kasus/Penugasan	11
4.3 Umpan Balik	11
5 Bab V Membangun Aplikasi Bisnis Elektronik	12
5.1 Identitas	12
5.2 Studi Kasus/Penugasan	13
5.3 Umpan Balik	13
Daftar Pustaka	14

Daftar Nilai

Nim – Nama :

Kelas :

Semester/Tahun Ajaran:

Nomor Modul	Nilai per Modul	Paraf - Nama Penilai
1		
2		
3		
4		
5		
Total Nilai		

1 BAB I KONSEP BISNIS ELEKTRONIS

1.1 IDENTITAS

Kajian

Konsep dasar dalam bisnis elektronik

Pokok Bahasan

Pokok bahasan yang dievaluasi kinerja dalam bentuk tugas praktek/praktikum dapat terdiri dari satu atau lebih pokok bahasan/sub pokok bahasan dari SAP.

1. Perbedaan e-bisnis dengan e-commerce, peluang, hambatan, dan resiko penerapan e-bisnis
2. Ruang Lingkup e-commerce
3. Infrastruktur E-bisnis

Metode/Cara Penyelesaian Tugas

Petunjuk tentang teori/teknik/alat yang digunakan, alternative langkah-langkah, sumber data/buku acuan yang disarankan dan ketentuan pengerjaan lain.

1. Tugas dikerjakan secara berkelompok
2. Gunakan buku referensi yang digunakan pada pertemuan teori
3. Tugas ditulis dalam bentuk makalah lengkap
4. Masing-masing kelompok mempersiapkan materi presentasi

Luaran Tugas

Uraian tentang bentuk hasil studi/kinerja yang harus ditunjukkan/disajikan

1. Dalam bentuk makalah
2. Dalam bentuk materi yang dipresentasikan

Parameter Penilaian

Butir-butir indikator yang dapat menunjukkan tingkat keberhasilan mahasiswa dalam usaha mencapai kompetensi.

1. Makalah (tata tulis, tata bahasa, komponen yang harus ada di makalah)
2. Kedalaman pembahasan materi
3. Presentasi (cara presentasi, slide, elemen multimedia)
4. Kreativitas (keterbaruan materi yang dipresentasikan)

1.2 STUDI KASUS/PENUGASAN

1. Buat makalah mengenai e-bisnis dan e-commerce yang isinya mencakup tentang:
 - a. Pengertian dari e-commerce
 - b. Perspektif-perspektif mengenai e-commerce menurut Kalakota dan Whinston.
 - c. Buy-side e-commerce
 - d. Sell-side e-commerce.
 - e. Pengertian dari e-business
 - f. 3 sudut pandang yang membahas keterhubungan Antara e-commerce dengan e-business.
 - g. Jenis-jenis situs yang termasuk ke dalam sell-side e-commerce.
 - h. Bisnis atau konsumen model yang terjadi pada transaksi e-commerce
 - i. Pengertian e-government
 - j. Keterkaitan Antara e-government dengan e-commerce dan e-business
 - k. Keuntungan yang didapat dari e-commerce dan e-business.

2. Buat makalah mengenai infrastruktur e-bisnis yang isinya mencakup tentang:
 - a. Pengertian infrastruktur e-bisnis
 - b. Kunci utama dalam keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan infrastruktur dalam e-bisnis
 - c. Lima layer dari e-bisnis infrastruktur model
 - d. Pengertian aplikasi intranet dan manfaat yang dapat dirasakan dengan menggunakan intranet
 - e. Pengertian aplikasi extranet dan manfaat extranet bagi bisnis yang dijalankan
 - f. 3 jenis internet tool
 - g. Pembahasan secara mendalam mengenai istilah-istilah di bawah ini:
 - Firewall
 - Web browser
 - Web server
 - Web application server
 - Static web page
 - Dinamically created web page
 - Web applicaton framework
 - TCP/IP
 - IP address
 - URL
 - Nama domain
 - HTML
 - Open source software
 - Apa perbedaan world wide web dengan internet?

1.3 UMPAN BALIK

Tuliskan kesimpulan yang dapat mahasiswa ambil dari praktek yang sudah dilakukan.

2 BAB II PENERAPAN BISNIS ELEKTRONIS DALAM SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DAN PROSES PENGADAAN BARANG (PROCUREMENT)

2.1 IDENTITAS

Kajian

Penerapan Bisnis Elektronik

Pokok Bahasan

Pokok bahasan yang dievaluasi kinerja dalam bentuk tugas praktek/praktikum dapat terdiri dari satu atau lebih pokok bahasan/sub pokok bahasan dari SAP.

1. Pengertian supply chain
2. Model sederhana dari supply chain
3. Push supply chain model
4. Pull supply chain model
5. Penerapan e-bisnis untuk restrukturisasi supply chain
6. Pengelolaan penerapan supply chain management
7. Pengertian e-procurement
8. Memahami proses procurement
9. Jenis-jenis procurement
10. Resiko dan akibat penerapan e-procurement
11. Penerapan e-procurement

Metode/Cara Penyelesaian Tugas

Petunjuk tentang teori/teknik/alat yang digunakan, alternative langkah-langkah, sumber data/buku acuan yang disarankan dan ketentuan pengerjaan lain.

1. Tugas dikerjakan secara berkelompok dengan maksimal 5 mahasiswa
2. Gunakan buku referensi yang digunakan pada pertemuan teori
3. Tugas ditulis dalam bentuk makalah lengkap
4. Masing-masing kelompok mempersiapkan materi presentasi

Luaran Tugas

Uraian tentang bentuk hasil studi/kinerja yang harus ditunjukkan/disajikan

1. Dalam bentuk makalah
2. Dalam bentuk materi yang dipresentasikan

Parameter Penilaian

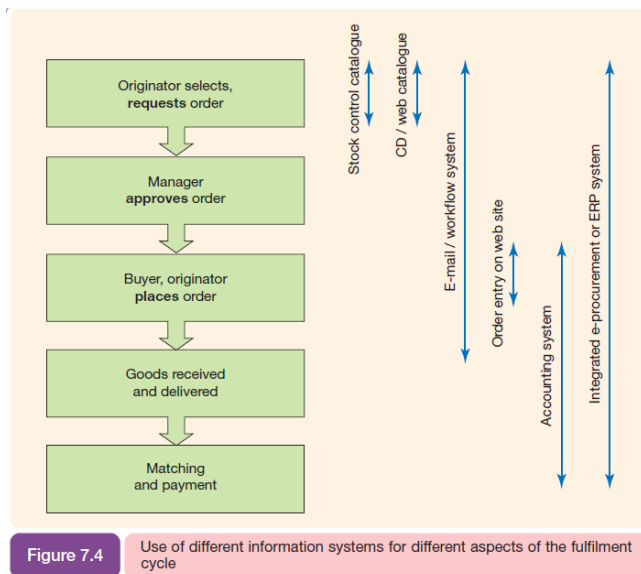
Butir-butir indikator yang dapat menunjukkan tingkat keberhasilan mahasiswa dalam usaha mencapai kompetensi.

1. Makalah (tata tulis, tata bahasa, komponen yang harus ada di makalah)
2. Kedalaman pembahasan materi
3. Presentasi (cara presentasi, slide, elemen multimedia)
4. Kreativitas (keterbaruan materi yang dipresentasikan)

2.2 STUDI KASUS/PENUGASAN

1. Buat makalah mengenai penerapan e-bisnis dalam supply chain management yang isinya mencakup tentang:
 - a. Pengertian supply chain management
 - b. Ruang lingkup supply chain management
 - c. Pengertian upstream supply chain
 - d. Pengertian downstream supply chain
 - e. Manfaat dari supply chain management
 - f. Permasalahan umum terkait dengan supply chain management yang dapat dibantu oleh teknologi e-business dan berikan solusinya.
 - g. Pengertian push supply chain model
 - h. Pengertian pull supply chain model
 - i. Tujuan dan karakteristik dari masing-masing pull supply chain model dan push supply chain model
 - j. Pemanfaatan sistem di masing-masing masing pull supply chain model dan push supply chain model
 - k. Manfaat yang didapat dari e-supply chain management khususnya untuk perusahaan dengan jenis B2B!
 - l. Pentingnya information system (IS) bagi supply chain management
 - m. Ilustrasi dalam bentuk gambar beserta penjelasan infrastruktur system informasi untuk supply chain management

2. Buat makalah mengenai penerapan e-bisnis dalam proses pengadaan barang (procurement) yang isinya mencakup tentang:
 - a. Pengertian *procurement*
 - b. Pengertian e-procurement
 - c. Penjelasan aktivitas utama dalam procurement beserta dengan informasi/dokumen yang berkaitan dengan aktivitas tersebut
 - d. "five right of purchasing"
 - e. Keuntungan dan manfaat penggunaan e-procurement menurut Turban
 - f. Penjelasan dua jenis procurement berdasarkan jenis barang yang dibeli oleh perusahaan
 - g. Penjelasan dua jenis procurement berdasarkan cara pembelian barang oleh perusahaan
 - h. Penjelasan tentang gambar berikut:



- i. Tantangan dalam menerapkan e-procurement menurut penelitian yang dilakukan Hildebrand
- j. Contoh salah satu perusahaan besar yang menerapkan e-procurement disertai pembahasannya.

2.3 UMPAN BALIK

Tuliskan kesimpulan yang dapat mahasiswa ambil dari praktek yang sudah dilakukan.

3 BAB III PENERAPAN BISNIS ELEKTRONIS DALAM MARKETING DAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

3.1 IDENTITAS

Kajian

Penerapan Bisnis Elektronik

Pokok Bahasan

Pokok bahasan yang dievaluasi kinerja dalam bentuk tugas praktek/praktikum dapat terdiri dari satu atau lebih pokok bahasan/sub pokok bahasan dari SAP.

1. Pengertian marketing
2. Pengertian e-marketing
3. Jenis-jenis strategi inisiatif pemasaran
4. Perbedaan e-marketing, e-bisnis dan e-commerce
5. Perencanaan e-marketing
6. Pengertian CRM
7. Pengertian E-CRM
8. Keuntungan dari E-CRM
9. Solusi teknologi untuk CRM

Metode/Cara Penyelesaian Tugas

Petunjuk tentang teori/teknik/alat yang digunakan, alternative langkah-langkah, sumber data/buku acuan yang disarankan dan ketentuan pengerjaan lain.

1. Tugas dikerjakan secara berkelompok dengan maksimal 5 mahasiswa
2. Gunakan buku referensi yang digunakan pada pertemuan teori
3. Tugas ditulis dalam bentuk makalah lengkap
4. Masing-masing kelompok mempersiapkan materi presentasi

Luaran Tugas

Uraian tentang bentuk hasil studi/kinerja yang harus ditunjukkan/disajikan

1. Dalam bentuk makalah
2. Dalam bentuk materi yang dipresentasikan

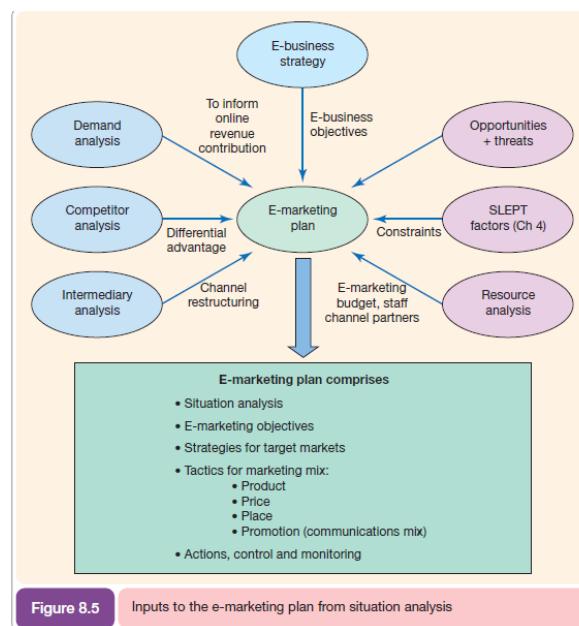
Parameter Penilaian

Butir-butir indikator yang dapat menunjukkan tingkat keberhasilan mahasiswa dalam usaha mencapai kompetensi.

1. Makalah (tata tulis, tata bahasa, komponen yang harus ada di makalah)
2. Kedalaman pembahasan materi
3. Presentasi (cara presentasi, slide, elemen multimedia)
4. Kreativitas (keterbaruan materi yang dipresentasikan)

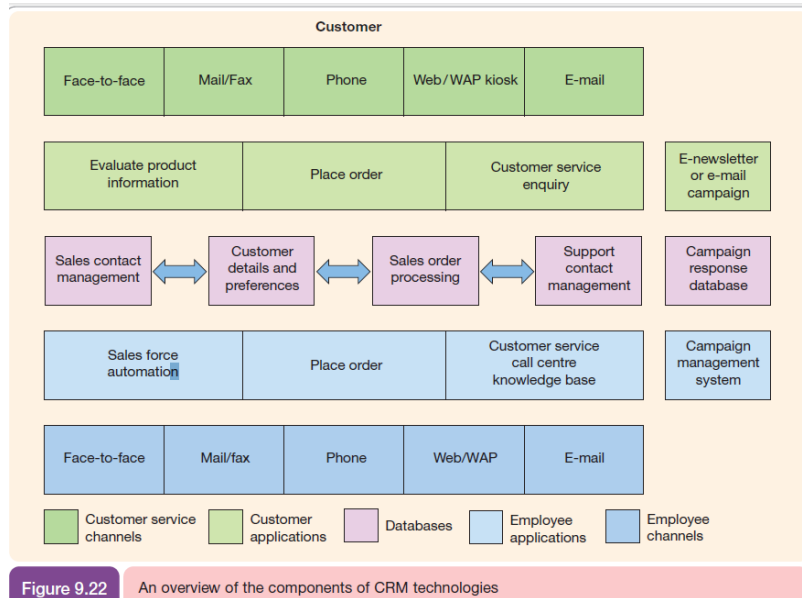
3.2 STUDI KASUS/PENUGASAN

1. Buat makalah mengenai penerapan e-bisnis dalam marketing yang isinya mencakup tentang:
 - a. Pengertian marketing
 - b. Pengertian e-marketing
 - c. Tiga proses operasional yang utama berkaitan dengan e-marketing
 - d. Tujuan strategis yang ingin dicapai dengan melakukan penyesuaian Antara strategi e-marketing dengan strategi bisnis perusahaan menurut Sultan dan Rohm
 - e. Penjelasan atas pernyataan Chaffey yang menyebutkan bahwa marketing biasanya digunakan untuk menggambarkan dua hal yang berbeda dalam praktek manajemen modern
 - f. Keterkaitan Antara e-bisnis dengan e-marketing
 - g. Manfaat internet marketing plan
 - h. Tahapan dalam strategy process model yang diusulkan oleh Paul Smith
 - i. Resiko yang terjadi apabila perusahaan tidak memiliki kejelasan mengenai perencanaan dan control terhadap e-marketing
 - j. Penjelasan gambar berikut:



- k. Inisiatif strategi pemasaran digital beserta dengan contoh implementasi strategi tersebut
 - l. Perbedaan antara media baru dengan media tradisional yang dikenal dengan '6 Is' dalam e-marketing yang dikonsepsikan oleh McDonald dan Wilson
2. Buat makalah mengenai penerapan e-bisnis dalam customer relationship management yang isinya mencakup tentang:
 - a. Pengertian CRM
 - b. Pengertian e-CRM
 - c. Keuntungan dari e-CRM bagi perusahaan
 - d. Tiga tipe utama data customer yang biasanya ada dalam basisdata customer untuk penggunaan CRM
 - e. Keuntungan sistem CRM bagi customer
 - f. Sebutkan hal-hal yang sangat penting bagi manajer dalam memilih sistem e-CRM

g. Jelaskan gambar berikut:



3.3 UMPAN BALIK

Tuliskan kesimpulan yang dapat mahasiswa ambil dari praktek yang sudah dilakukan.

4 BAB IV MANAJEMEN PERUBAHAN PADA SAAT MENERAPKAN BISNIS ELEKTRONIS

4.1 IDENTITAS

Kajian

Penerapan Bisnis Elektronik

Pokok Bahasan

Pokok bahasan yang dievaluasi kinerja dalam bentuk tugas praktek/praktikum dapat terdiri dari satu atau lebih pokok bahasan/sub pokok bahasan dari SAP.

1. Tantangan perubahan menuju e-bisnis
2. Jenis-jenis perubahan dalam bisnis
3. Perencanaan perubahan
4. Kebutuhan sumber daya manusia
5. Perubahan struktur organisasi
6. Pendekatan untuk mengelola perubahan

Metode/Cara Penyelesaian Tugas

Petunjuk tentang teori/teknik/alat yang digunakan, alternative langkah-langkah, sumber data/buku acuan yang disarankan dan ketentuan pengerjaan lain.

1. Tugas dikerjakan secara berkelompok dengan maksimal 5 mahasiswa
2. Gunakan buku referensi yang digunakan pada pertemuan teori
3. Tugas ditulis dalam bentuk makalah lengkap
4. Masing-masing kelompok mempersiapkan materi presentasi

Luaran Tugas

Uraian tentang bentuk hasil studi/kinerja yang harus ditunjukkan/disajikan

1. Dalam bentuk makalah
2. Dalam bentuk materi yang dipresentasikan

Parameter Penilaian

Butir-butir indikator yang dapat menunjukkan tingkat keberhasilan mahasiswa dalam usaha mencapai kompetensi.

1. Makalah (tata tulis, tata bahasa, komponen yang harus ada di makalah)
2. Kedalaman pembahasan materi
3. Presentasi (cara presentasi, slide, elemen multimedia)
4. Kreativitas (keterbaruan materi yang dipresentasikan)

4.2 STUDI KASUS/PENUGASAN

Buat makalah mengenai manajemen perubahan saat menerapkan e-bisnis dalam perusahaan yang isinya mencakup tentang:

1. Aspek-aspek kunci yang perlu dikaji dalam rangka untuk memaksimalkan manfaat dari e-bisnis
2. Faktor keberhasilan untuk mencapai aspek-aspek kunci dalam perubahan
3. Tantangan apa saja yang harus dihadapi saat melakukan perubahan dengan implementasi E-Bisnis
4. Tantangan utama perusahaan berkaitan dengan masalah untuk mendapatkan sumber daya yang cukup untuk pemasaran Internet.
5. Pengertian incremental change, discontinuous change, anticipatory change, dan reactive change
6. Empat bentuk perubahan organisasi diidentifikasi oleh Nadler et al. (1995)
7. Pengertian business Process Management
8. Pengertian BPR (business process Re-Engineering) beserta penjelasan lengkapnya.
9. Pengertian Business Process Improvement (BPI) beserta penjelasan lengkapnya.
10. Pengertian Business Process Automation (BPA) beserta penjelasan lengkapnya.
11. Tahapan penerapan e-bisnis dalam upaya meningkatkan kinerja perusahaan.

4.3 UMPAN BALIK

Tuliskan kesimpulan yang dapat mahasiswa ambil dari praktek yang sudah dilakukan.

5 BAB V MEMBANGUN APLIKASI BISNIS ELEKTRONIS

5.1 IDENTITAS

Kajian

Membangun Aplikasi Bisnis Elektronik

Pokok Bahasan

Pokok bahasan yang dievaluasi kinerja dalam bentuk tugas praktek/praktikum dapat terdiri dari satu atau lebih pokok bahasan/sub pokok bahasan dari SAP.

1. Analisis dan design
2. Implementasi antar muka pengguna dan database
3. Implementasi kode program untuk membuat seluruh fungsionalitas

Metode/Cara Penyelesaian Tugas

Petunjuk tentang teori/teknik/alat yang digunakan, alternative langkah-langkah, sumber data/buku acuan yang disarankan dan ketentuan pengerjaan lain.

1. Tugas dikerjakan secara berkelompok dengan maksimal 5 mahasiswa
2. Gunakan buku referensi yang digunakan pada pertemuan teori
3. Tugas ditulis dalam bentuk makalah lengkap
4. Masing-masing kelompok mempersiapkan materi presentasi

Luaran Tugas

Uraian tentang bentuk hasil studi/kinerja yang harus ditunjukkan/disajikan

1. Dalam bentuk makalah
2. Dalam bentuk materi yang dipresentasikan
3. Dalam bentuk aplikasi bisnis elektronik

Parameter Penilaian

Butir-butir indikator yang dapat menunjukkan tingkat keberhasilan mahasiswa dalam usaha mencapai kompetensi.

1. Makalah (tata tulis, tata bahasa, komponen yang harus ada di makalah)
2. Kedalaman pembahasan materi
3. Presentasi (cara presentasi, slide, elemen multimedia)
4. Kreativitas (keterbaruan materi yang dipresentasikan)
5. Kompleksitas aplikasi bisnis elektronik
6. Fungsionalitas aplikasi bisnis elektronik

5.2 STUDI KASUS/PENUGASAN

1. Melakukan survey pada perusahaan yang memiliki potensi penerapan bisnis elektronik dan lakukan analisis proses bisnis saat ini pada perusahaan tersebut. Deskripsi mengenai proses bisnis dibuat dalam bentuk narasi dan flow map.
2. Lakukan analisis sederhana mengenai kelemahan dari proses bisnis saat ini dan narasikan ke dalam latar belakang makalah yang Anda buat.
3. Buat proses bisnis usulan Anda untuk membantu menangani kelemahan proses bisnis saat ini melalui solusi bisnis elektronik. Bisnis proses usulan dibuat dalam bentuk narasi dan flow map.
4. Berdasarkan bisnis proses usulan, buat perancangan, diantaranya adalah:
 - a. Database dalam bentuk ER Diagram dibuat dengan menggunakan Microsoft Visio dan diagram relasi antar tabel.
 - b. Antar muka dengan menggunakan balsamiq mockup
 - c. dan perancangan aliran data dan proses dalam bentuk Data Flow Diagram lengkap dengan kamus data dan spesifikasi proses.
5. Buat implementasi basis data dan kode program untuk membuat fungsionalitas sesuai dengan proses yang diusulkan dengan menggunakan MySQL dan Bahasa pemrograman PHP.

5.3 UMPAN BALIK

Tuliskan kesimpulan yang dapat mahasiswa ambil dari praktek yang sudah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Chaffey, Dave; E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice, 4th Ed.. Prentice Hall, 2009.