FAKULTAS KOMPUTER
UNIVERSITAS MITRA INDONESIA
Jl. ZA. Pagar Alam No. 07 Gedong Meneng Raja Basa
Bandar Lampung - Indonesia

No. Dokumen :
SPMI/PANPEL-I/03-08

Berlaku :
2017-2018

UJIAN TENGAH SEMESTER GASAL (UTS)

TAHUN AKADEMIK 2021 / 2022

Mata Kuliah : **E-BISNIS**
Hari / Tanggal : 16 November 2021
Waktu : 90 menit
Program Studi : SI, TI, MI – KP/KS
Dosen Pengasuh : **Arie Setya Putra, CA, S.Kom., M.T.I**

Petunjuk Soal :

1. Berdo'alah sebelum membaca dan memahami **FORM SOAL** ini.
2. Kerjakan dengan teliti.
3. Hasil jawaban silahkan dikirimkan melalui email atau osf.io.
4. Hasil Ujian Akan diberi Score (**20**) terhadap lembar jawaban Mahasiswa yang melakukan Kegiatan pencontekkan, Copy Paste, Plagiarism, over deadline dan tidak sesuai cara pengiriman ujian.

FORM SOAL:

X01

CODE

1. Jelaskan Dalam jawaban bentuk artikel submit osf. Dengan Judul “ **Peran dan Fungsi E-Bisnis Dalam Bisnis Digital.**
2. Jelaskan Proses dalam E-bisnis berkaitan secara menyeluruh dengan proses bisnis lainnya, seperti : (**Nilai 50**)
 - Value Chain: pembelian secara elektronik (Electronic Purchasing)
 - Manajemen Rantai Pasok (Supply Chain Management)
 - Pemrosesan order elektronik
 - Penanganan dan pelayanan kepada pelanggan
 - Kerja sama dengan mitra bisnis
3. Jelaskan Dalam kegiatan e-bisnis, ada lima kemungkinan bentuk hubungan bisnis berdasarkan transaksinya, yaitu : (**Nilai 50**)
 1. Business to Business (perdagangan antar pelaku usaha bisnis)
 2. Business to Consumer (perdagangan antar pelaku usaha bisnis dengan konsumen)
 3. Consumer to Consumer (perdagangan antar konsumen yang satu dengan konsumen yang lain)
 4. Consumer to Business (perdagangan antar konsumen dengan pelaku bisnis atau perusahaan)
 5. Intrabusiness e-business (perdagangan dalam lingkup intranet perusahaan yang melibatkan pertukaran barang, jasa, dan informasi.

Nama : Devris Dwi Februaris
NPM : 195100062
Prodi : Sistem Informasi (KS)

FORM JAWABAN:

1. **“Peran dan Fungsi E-Bisnis Dalam Bisnis Digital”**

2. Proses dalam E-bisnis:

- Value Chain:

Pada dasarnya, rantai nilai atau value chain adalah serangkaian kegiatan bisnis yang mana pada setiap tahapan atau langkahnya mampu meningkatkan nilai atau pemanfaatan pada barang atau jasa yang diproduksi. Value chain pun mempunyai konsep analisa yang biasanya disebut dengan Analisis Rantai Nilai, yakni suatu kegiatan menganalisa kembali kunci proses bisnis yang berhubungan dengan entitas lainnya yang berada di luar perusahaan, seperti pihak pemasok, pelanggan, sampai dengan relasi antar entitas yang berada di dalam perusahaan.

- Manajemen Rantai Pasok:

Manajemen rantai pasokan ini sebenarnya adalah sebuah proses yang terpadu dan jelas. Fungsinya untuk membantu memberikan informasi kepada manajemen mengenai pengadaan barang. Tak hanya itu saja, sistem ini juga memuat informasi mengenai hubungan dengan pihak luar seperti vendor atau supplier. Tujuannya tentu untuk menjaga persediaan produk yang memang dibutuhkan oleh perusahaan. Dengan demikian semua bisnis bisa berjalan dengan maksimal. Sistem manajemen ini juga menyangkut ke semua aspek. Misalnya dari pengiriman pesanan, pengadaan bahan baku, penyebaran informasi hingga pengembangan produk terbaru.

- Pemrosesan Order Elektronik:

Dokumen penawaran penjualan yang diberikan oleh pihak penjual pada pihak pembeli. Dokumen tersebut dibuat untuk mengonfirmasi penjualan produk atau jasa dalam suatu transaksi. Terdapat informasi yang diambil dari purchase order, dokumen eksternal dari pihak pembeli. Informasi tersebut berupa kuantitas dan kualitas penjualan, harga produk/jasa yang akan dibeli, tanggal penjualan, alamat pengiriman, metode pembayaran, serta informasi lain yang berkaitan dengan transaksi tersebut.

- Penanganan dan pelayanan kepada pelanggan:

Bentuk pemberian layanan atau servis yang diberikan kepada pelanggan atau konsumen. Persaingan yang semakin ketat sekarang ini, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi kepada pemenuhan kepuasan pelanggan sebagai tugas utama.

- Kerja sama dengan mitra bisnis:

Seseorang atau pihak lain yang bekerja sama dengan sebuah jaringan pada sebuah bidang usaha yang dijalankan. Idealnya, mitra usaha adalah partner yang mampu memberi sesuatu atau sumbangsih untuk keberlangsungan usaha. Tentu saja, ini berdasarkan tujuan utama bersama yang telah ditetapkan.

3. Lima kemungkinan bentuk hubungan bisnis berdasarkan transaksinya:

- **Business to Business:**
Sebuah model penjualan yang terjadi antara pelaku bisnis dengan pelaku bisnis lainnya. Salah satu contoh B2B seperti importir spare part mesin yang menjual barangnya ke pabrik tekstil. Bisa juga penjualan VPS, SSL, dan web hosting ke web agency.
- **Business to Consumer:**
Model penjualan antara pelaku bisnis dengan konsumen. Contoh B2C ini rasanya lebih familiar dan bisa kita lihat sehari-hari. Mulai dari penjualan makanan, jasa laundry, ojek, sampai salon adalah contoh B2C.
- **Consumer to Consumer:**
Model bisnis di mana konsumen dari sebuah marketplace menjual produk ke sesama konsumen lainnya. Model bisnis ini muncul bersamaan dengan teknologi e-commerce. Contoh bisnis ini pun sangat familiar, seperti Bukalapak, BliBli, Shopee, dan marketplace lainnya.
- **Consumer to Business:**
Model bisnis perdagangan elektronik di mana konsumen dapat menawarkan produk dan layanan kepada perusahaan, dan perusahaan membayar konsumen. Model bisnis ini adalah pembalikan lengkap dari model bisnis tradisional di mana perusahaan menawarkan barang dan jasa kepada konsumen.
- **Intrabusiness e-business:**
Meliputi semua aktivitas internal organisasi yang biasanya dilakukan melalui internet dan meliputi pertukaran barang, jasa atau informasi.