

MODUL 1

INTRODUCTION: E-BUSINESS STATE OF THE ART

Pada modul ini, dijelaskan sejarah awal mula terjadinya *dotcom bubble* setelah ditemukannya teknologi internet pada tahun 1980-an, terjadinya bubble burst atau bubble crash dalam periode 1990-an hingga 2000-an, tantangan saat ini paska terjadinya *dotcom bubble* setelah tahun 2000, perbedaan eBisnis dan eCommerce, definisi eBisnis, klasifikasi eBisnis, bagaimana IT memberikan nilai tambah dan manfaat bagi bisnis, serta hambatan dan penyebab terjadinya kegagalan proyek eBisnis. Berikut adalah sistematika penulisan modul 1.

Daftar Isi

Pendahuluan eBisnis.....	1
eCommerce vs eBusiness.....	3
eCommerce.....	3
eBusiness.....	4
Klasifikasi eBusiness.....	4
IT sebagai Penggerak Inovasi.....	6
Hambatan Penerapan Teknologi Informasi di Dunia Nyata.....	8
Latihan.....	10
Daftar Referensi.....	11

Pendahuluan eBisnis

Sejak ditemukannya teknologi internet pada tahun 80an, internet mulai dipergunakan secara luas di tahun 90an. Dotcom bubble dimulai saat pertamakalinya dirilis Mozaic Web Browser pada tahun 1993 yang membuka akses ke world-wide-web. Penggunaan internet terus meningkat antara tahun 1990-1997, dimana persentase rumah tangga di US yang memiliki komputer meningkat dari 15% menjadi 35%. Saat itu mulai dikenal sebagai Era Informasi, yaitu sebuah ekonomi berbasis teknologi informasi (IT-Information Technology) ditandai dengan banyaknya kemunculan perusahaan baru berbasis IT.

Istilah dotcom diberikan bagi perusahaan yang memasarkan bisnisnya online secara eksklusif melalui website yang umumnya memiliki alamat berakhiran .com (dibaca: dotcom). Dotcom bubble terjadi di US pada periode 1995-2000 dimana banyak investor berinvestasi pada teknologi internet dengan kepercayaan bahwa investasi tersebut akan mampu memberikan nilai balik yang tinggi dengan segera, dengan motto “get big fast” (menjadi besar dengan cepat) dan “get large or get lost” (menjadi besar atau tersingkirkan). Saham perusahaan berbasis internet mencapai nilai puncaknya

pada tahun 2000, sesaat sebelum gelembung dotcom meletus yang dikenal dengan istilah dotcom crash. Dotcom crash menyebabkan banyak perusahaan berbasis internet gagal dan harus ditutup. Hampir seluruh perusahaan berbasis IT terdampak dengan penurunan nilai saham tersebut. Namun demikian, sebagian perusahaan mampu melakukan pemulihan dengan segera seperti eBay dan Amazon.

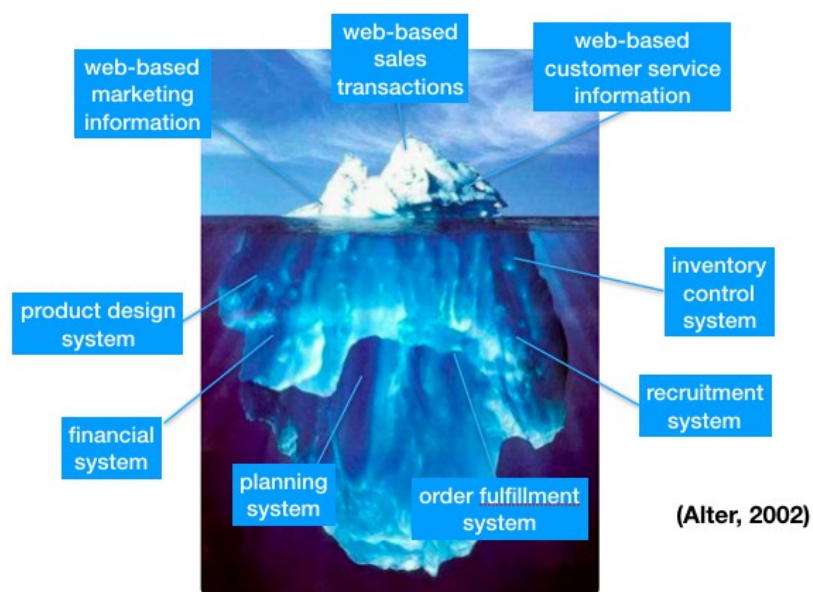
Saat ini kita telah melampaui era dotcom, dimana organisasi telah menjalankan sebagian bahkan seluruh bisnisnya melalui internet. Tidak ada perusahaan yang tidak memanfaatkan teknologi informasi dalam menjalankan bisnisnya. Pencatatan pesanan oleh pramuniaga di sejumlah restoran pun telah menggunakan perangkat elektronik yang langsung terhubung ke bagian dapur dan kasir. Di perusahaan manufaktur pegawai banyak menghabiskan waktu berkomunikasi secara *online* dengan *remote supplier*, memesan barang, dan melacak pesanan hingga siklus pengadaan barang selesai. Namun demikian, sebagian besar organisasi masih mencoba memahami implikasi dan peluang yang diberikan oleh teknologi ini. Teknologi tidak hanya menyediakan cara menjalankan bisnis dengan lebih baik, namun juga memberi dilema dan tantangan yang lainnya (Jackson, Harris, & Eckersley, 2003).

Profil Jeff Bezos, Founder Amazon

Jeff Bezos meninggalkan pekerjaannya lamanya di Wall Street untuk memulai usaha barunya dari sebuah garasi di Seattle. Jeff memiliki ide untuk menggunakan internet untuk menerima pesanan buku dan mengirimkannya ke customer dengan cepat. Perusahaan yang ia bangun, yang kita kenal dengan Amazon.com, mampu membangun reputasi dan basis customer secara cepat yang menjamin pertumbuhannya. Strategi Amazon diterapkan secara konsisten sejak awal, untuk menumbuhkan bisnis secepat mungkin dan diversifikasi konsep retail online. Website Amazon.com saat ini melayani berbagai macam produk dan layanan termasuk mainan, peralatan kebun, produk kesehatan, produk media, layanan bisnis, dan sebagainya. Di sepuluh tahun pertamanya, Amazon.com gagal membuat laba namun tetap mampu bertahan melalui niat baik investor dan pemberi pinjaman dengan basis marketshare besar yang telah dibangun oleh Amazon. Akhirnya, pada tahun 2003 Amazon dapat mengumumkan bahwa Amazon telah menghasilkan keuntungan dan bahwa perusahaan akan memperluas produk-produknya dan layanan lebih lanjut.

eCommerce vs eBusiness

Beberapa orang menggunakan istilah eCommerce dan eBusiness secara bergantian dan menganggap keduanya memiliki arti yang sama. Sebagian lagi menganggap eCommerce lebih spesifik dan hanya berfokus pada proses pembelian dan penjualan barang secara online. Namun demikian, eBusiness memiliki makna yang lebih luas yang menjelaskan susunan dimana organisasi merancang ulang struktur, proses, dan layanan bisnisnya untuk mendapatkan manfaat dari kemampuan internet (Jackson, Harris, & Eckersley, 2003). Gambar berikut mengilustrasikan bahwa organisasi memiliki website yang bagus hanya merupakan sebagian kecil dari gunung es eBusiness.



eCommerce

Bagian dari eBusiness yang bersentuhan langsung dengan customer disebut sebagai *electronic commerce* (*eCommerce*). *eCommerce* umumnya mengacu pada penggunaan internet dan teknologi komunikasi lainnya untuk keperluan marketing, penjualan, dan pelayanan produk. Pada umumnya *eCommerce* melakukan tugas-tugas seperti:

1. Memberitahukan keberadaan produk kepada customer
2. Menyediakan informasi rinci mengenai produk kepada customer
3. Membangun kebutuhan (*requirement*) dari customer
4. Menjalankan transaksi pembayaran
5. Menyampaikan produk kepada customer secara elektronik untuk produk-produk seperti software atau informasi.
6. Menyediakan layanan kepada customer secara elektronik.

eBusiness

eBisnis adalah praktek menjalankan dan mengkoordinasikan proses bisnis utama mulai dari merancang produk, mendapatkan bahan, memproduksi, menjual, mengelola pesanan, dan menyediakan layanan melalui penggunaan secara luas teknologi informasi (Alter, 2002). Dalam konteks ini, eBisnis lebih ditekankan pada “cara bisnis dijalankan” daripada “penggunaan internet pada bisnis” untuk menghindari pandangan bahwa “internet mengubah bisnis” melainkan “internet telah meningkatkan cara kita dalam menjalankan bisnis”. Internet telah menyediakan cara untuk mengurangi biaya, mempercepat proses, dan memberi nilai tambah bagi customer. Keberhasilan eBisnis bukan hanya sekedar mengubah bisnis tradisional menjadi e-bisnis, melainkan bagaimana internet memberikan kontribusi terhadap keberhasilan bisnis. eBisnis memiliki tiga fitur utama berikut:

1. Memanfaatkan perangkat elektronik secara luas untuk memproses dan mengirimkan data.
2. Meningkatkan integrasi data ke berbagai sistem dan perangkat hardware.
3. Memungkinkan user untuk terlibat secara interaktif dengan sistem dan layanan, sebagai contoh untuk membeli barang, melacak pesanan, atau berkolaborasi dengan tim atau komunitas virtual.

Seluruh manfaat internet tidak dapat diraih dengan cara kerja lama / tradisional, oleh sebab itu, organisasi perlu menemukan ulang seluruh proses bisnis atau model bisnis keseluruhan untuk memastikan bahwa investasi di internet akan membuahkan hasil yang maksimal. Sesuai dengan pengertian eBisnis yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa eBisnis merupakan cara menjalankan dan mengkoordinasikan proses bisnis utama mulai dari merancang produk, mendapatkan bahan, memproduksi, menjual, mengelola pesanan, dan menyediakan layanan melalui penggunaan teknologi informasi secara luas. Integrasi proses bisnis utama mulai dari merancang produk hingga produk sampai ke customer memberikan dampak besar dalam memotong biaya yang tidak diperlukan.

Klasifikasi eBusiness

Klasifikasi eBisnis dikelompokkan berdasarkan transaksi yang terjadi antara pengguna layanan dan penyedia layanan. eBisnis dapat terjadi antara perusahaan (*Business*) dan pelanggan (*Consumer*). Perbedaan antara B2B dan B2C sering disebut saat mendiskusikan peluang *eCommerce*. B2B adalah penggunaan internet sebagai *channel* utama untuk menjual produk ke bisnis lainnya. B2C adalah

menggunakan internet sebagai *channel* utama untuk menjual produk ke *customer*. Dalam beberapa hal, pengoperasian B2B berbeda dengan B2C sebab beberapa *consumer* seringkali lebih dipengaruhi oleh mode, penampilan yang menarik, dan dorongan untuk membeli. Sedangkan B2B lebih fokus pada pengelolaan proses pembayaran yang repetitif yang memerlukan kebutuhan tertentu dan perbandingan biaya (Alter, 2002).

Kegiatan bisnis juga dapat melibatkan pemerintah dan atau organisasi layanan publik lainnya yang memberikan layanannya secara *online*. Pembayaran pajak masyarakat secara online, eTilang, serta layanan perijinan perusahaan adalah beberapa contoh kegiatan layanan pemerintah yang diberikan untuk *consumer* maupun *business*. Klasifikasi model eBisnis yang terjadi antara *consumer*, *business*, dan *government* ditunjukkan pada gambar berikut (Chaffey, 2015).

		From: Supplier of content/service		
		Consumer or citizen	Business (organization)	Government
To: Consumer of content/service	Consumer or citizen	Consumer-to-Consumer (C2C) <ul style="list-style-type: none"> eBay Peer-to-Peer (Skype) Blogs and communities Product recommendations Social networks: MySpace, Bebo 	Business-to-Consumer (B2C) <ul style="list-style-type: none"> Transactional: Amazon Relationship-building: BP Brand-building: Unilever Media owner – News Corp Comparison intermediary: Kelkoo, Pricerunner 	Government-to-Consumer (G2C) <ul style="list-style-type: none"> National government transactional: Tax – inland revenue National government information Local government services
	Business (organization)	Consumer-to-Business (C2B) <ul style="list-style-type: none"> Priceline Consumer-feedback, communities or campaigns 	Business-to-Business (B2B) <ul style="list-style-type: none"> Transactional: Euroffice Relationship-building: BP Media Owned: Emap business publications B2B marketplaces: EC21 	Government-to-Business (G2B) <ul style="list-style-type: none"> Government services and transactions: tax Legal regulations
	Government	Consumer-to-Government (C2G) <ul style="list-style-type: none"> Feedback to government through pressure group or individual sites 	Business-to-Government (B2G) <ul style="list-style-type: none"> Feedback to government businesses and non-governmental organizations 	Government-to-Government (G2G) <ul style="list-style-type: none"> Inter-government services Exchange of information

1. *Business to Consumer* (B2C): transaksi yang dilakukan dari organisasi ke perseorangan. Sebagai contoh adalah Dell Computer yang menjual perangkat komputernya secara langsung ke pelanggan melalui website.
2. *Business to Business* (B2B): transaksi yang dilakukan dari organisasi ke organisasi lainnya. Sebagai contoh Dell Computer juga menawarkan produknya ke perusahaan lainnya, serta transaksi antara perusahaan dengan *supplier*-nya.
3. *Business to Government* (B2G): transaksi yang dilakukan dari organisasi ke pemerintah. Sebagai contoh pemberian informasi umpan balik dari bisnis ke pemerintahan.

4. *Consumer to Business (C2B)*: transaksi yang dilakukan dari perseorangan ke perusahaan. Sebagai contoh pemberian umpan balik dari *consumer* ke bisnis, situs *freelance* yang mempertemukan penawaran dari perseorangan untuk perusahaan, dan sebagainya.
5. *Consumer to Consumer (C2C)*: transaksi yang dilakukan dari perorangan ke perorangan (*peer to peer*). Sebagai contoh yaitu transaksi jual beli yang terjadi pada *eMarketplace* seperti Bukalapak atau Tokopedia.
6. *Consumer to Government (C2G)*: transaksi yang terjadi dari perorangan ke pemerintah. Sebagai contoh pemberian umpan balik atau pelaporan dari perorangan ke pemerintah.
7. *Government to Business (G2B)*: transaksi yang terjadi dari pemerintah ke bisnis. Contohnya adalah pemberian perizinan ke perusahaan, pembayaran pajak perusahaan, dan sebagainya.
8. *Government to Consumer (G2C)*: transaksi yang terjadi dari pemerintah ke masyarakat. Sebagai contoh adalah penyelesaian administrasi seperti pembuatan KTP, Paspor, dll.
9. *Government to Government (G2G)*: transaksi yang terjadi antar pemerintah. Sebagai contoh yaitu transaksi perizinan bekerja WNA yang memerlukan administrasi lintas lembaga pemerintah untuk keperluan verifikasi.

IT sebagai Penggerak Inovasi

Perkembangan teknologi informasi telah banyak mendorong inovasi dalam bisnis dengan menyediakan berbagai cara baru dalam menjalankan pekerjaan. Berikut adalah beberapa contoh dampak perkembangan teknologi informasi (Alter, 2002).

- Kemampuan untuk membuat perangkat elektronik miniatur berukuran kecil dan dapat dibawa (*portable*) memungkinkan masyarakat membawa telepon, laptop, dan berbagai perangkat elektronik lainnya sehingga kita dapat bekerja di mana saja.
- Rendahnya biaya penggunaan telepon seluler telah meningkatkan penggunaan telepon seluler secara luas. Hal ini memungkinkan terbentuknya *m-commerce (mobile commerce)*, yakni penggunaan telepon seluler untuk pembayaran ataupun transfer uang, menggantikan pembayaran secara tunai.
- Penggunaan bar code di industri dan pemerintahan memungkinkan banyak inovasi dalam melacak inventori dan pengiriman.
- Meningkatnya kapasitas penyimpanan di komputer dan meningkatnya metode kompresi data memungkinkan penggunaan dan transfer file audio/video yang berukuran besar.

Para ahli meyakini perkembangan teknologi informasi akan terus berlanjut yang mengarah ke empat peningkatan utama berikut ini.

1. Ukuran perangkat elektronik semakin kecil, mudah dibawa, dan cepat.

Trend perkembangan perangkat elektronik semakin kecil namun dengan kapasitas dan kecepatan yang semakin bertambah dari tahun ke tahun. Namun demikian, penggunaan perangkat komputer dimana saja membuat aliran informasi sulit dikontrol. Data perusahaan dapat dibawa oleh seseorang dalam kantongnya, dan maraknya pencurian perangkat meningkatkan resiko terbukanya data penting perusahaan ke orang lain.

2. Konektivitas semakin baik dan konvergensi komputasi dan komunikasi.

Konektivitas yaitu kemampuan untuk mengirim data antar perangkat elektronik yang berbeda lokasi. Pengiriman data saat ini semakin mudah dilakukan dengan cepat di belahan dunia manapun. Hal ini memberi kemudahan bagi organisasi dalam memperoleh data yang berasal dari luar organisasi seperti data dari *customer* ataupun *supplier*. Namun demikian, konektivitas memberikan tantangan yang berbeda. Karena beberapa *hardware* dan *software* diperoleh organisasi dari berbagai vendor, maka konektivitas sangat bergantung pada kemampuan bagaimana komponen aplikasi yang heterogen dapat bekerja bersama secara baik dan tidak mahal. Hal ini disebut dengan interoperabilitas, yaitu dimana perangkat software dapat saling terhubung menjalankan fungsi yang sama atau saling melengkapi satu dengan lainnya. Kebutuhan konektivitas dan interoperabilitas membuat permintaan *customer* terhadap sistem terbuka, yaitu sistem yang menggunakan standar yang jelas, *non-proprietary* (tanpa hak milik) yang tersedia untuk siapa saja. *Customer* cenderung menggunakan sistem terbuka agar mudah berganti antar perangkat dengan mudah. Meskipun demikian, beberapa perusahaan tetap menolak penggunaan sistem terbuka karena menjadi ancaman langsung bagi perusahaan untuk menyediakan kemampuan unik dan *incompatible* dan mengunci *customer* agar sulit untuk berganti brand.

3. Semakin banyak penggunaan informasi digital dan multimedia

Informasi dapat ditampilkan dalam berbagai bentuk, seperti *predefined data*, teks, gambar, suara, dan video, dimana semua dapat di-digitasi. Digitasi merupakan pengkodean data menjadi sekumpulan angka sehingga data dapat disimpan, dimanipulasi, dan dikirimkan oleh sistem terkomputerisasi. Digitasi gambar dan suara memerlukan tempat penyimpanan dan kemampuan pengiriman yang lebih besar daripada teks. Namun demikian perkembangan teknologi dengan kapabilitas yang semakin meningkat membuat penggunaan multimedia menjadi mungkin. Multimedia adalah penggunaan berbagai jenis data, seperti teks, gambar, dan suara, dengan menggunakan aplikasi yang sama. Sebagai contoh, *software* presentasi saat ini dapat mengelola gambar, teks, dan audio, dan video. Dengan demikian, multimedia dapat digunakan lebih luas dalam aplikasi pendidikan, hiburan, dan bisnis.

4. Penggunaan teknik *software* dan perancangan antarmuka yang lebih baik

Sistem terkomputerisasi pada awalnya sulit untuk dikembangkan dan digunakan. Pengembangan perangkat lunak sebelumnya masih menggunakan bahasa pemrograman yang primitif yang belum memungkinkan antarmuka *user* dalam bentuk grafik melainkan dalam bentuk *terminal* yang hanya dapat menampilkan teks sederhana. Sistem manajemen basis data yang dapat memisahkan aspek teknis dalam mengelola data dari logika aplikasi juga belum tersedia. Saat ini, jutaan orang dapat menggunakan komputer secara interaktif dengan sedikit pemahaman mengenai teknologi komputer.

Hambatan Penerapan Teknologi Informasi di Dunia Nyata

Kemampuan sistem dan teknologi informasi sangat besar dan bermanfaat, namun penerapannya bukan hal yang mudah. Apabila diterapkan dengan tepat, teknologi ini dapat memberikan manfaat penting bagi individu, organisasi, dan customer. Namun apabila salah dalam menerapkannya, teknologi ini dapat membuang banyak waktu, usaha, dan uang. Hambatan dalam menerapkan teknologi informasi dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Ekspektasi yang tidak realistis dan *techno-hype*

Banyak informasi yang menunjukkan banyaknya manfaat teknologi membuat organisasi berlomba-lomba menerapkan teknologi informasi secara masif. Namun demikian, informasi tentang manfaat teknologi terutama yang berasal dari *vendor* yang berusaha menjual “solusi” dapat menyesatkan. Pada kenyataannya, teknologi saja bukan merupakan solusi, kecuali persoalan yang terjadi hanya perlu mengganti teknologi lama dengan teknologi baru tanpa perlu mengganti hal lainnya. Dalam menangani persoalan bisnis, umumnya organisasi perlu melakukan segala sesuatunya dengan cara yang berbeda yang memerlukan perubahan dalam beberapa bagian organisasi. Sebagai contoh, teknologi yang canggih tidak dapat memberikan manfaat apabila orang-orang dalam organisasi menolak atau tidak terlatih dalam menggunakannya. Hal ini dapat menyebabkan investasi menjadi terbuang percuma.

2. Kesulitan dalam membangun dan memodifikasi sistem berbasis IT

Hingga saat ini tidak ada metode yang tepat yang dapat menjamin keberhasilan implementasi teknologi di organisasi. Sebaliknya, berbagai situasi yang berbeda memerlukan proses yang berbeda juga. Kemungkinan keberhasilan sistem lebih tinggi ketika sistem kecil, berdiri sendiri, dan mudah dipahami. Namun demikian, meningkatnya kompleksitas sistem menjadi penyebab kegagalan penerapan IT di berbagai organisasi. Sebuah studi oleh Standish Group di tahun 1990 mengumpulkan data tentang 3.830 sistem

dari 365 responden dari berbagai organisasi berskala kecil maupun besar. Hasil studi menunjukkan bahwa hanya 16.2% sistem informasi berhasil diselesaikan tepat waktu dan sesuai anggaran, sedangkan 52.7% lainnya terlambat, melebihi anggaran, dan menghasilkan fungsi yang lebih sedikit dari yang direncanakan, serta 31.3% tidak selesai atau dihentikan. Keberhasilan penerapan sistem dipengaruhi oleh keterlibatan user, dukungan eksekutif, definisi requirement yang jelas, perencanaan yang sesuai, dan harapan yang realistis. Dari faktor tersebut, semuanya bukan merupakan persoalan teknis. Sedangkan faktor yang menyebabkan kegagalan sistem yaitu definisi *requirement* yang tidak lengkap, kurangnya keterlibatan user, dan ekspektasi yang tidak realistis (Alter, 2002).

3. Kesulitan dalam mengintegrasikan sistem berbasis IT

Salah satu kesulitan terbesar dalam membangun dan mengelola sistem berbasis IT adalah adanya kebutuhan agar sistem dapat terintegrasi dengan sistem lainnya di organisasi. Beberapa bagian dalam organisasi mungkin telah membeli software masing-masing untuk keperluan proses bisnis yang berbeda. Untuk mendapatkan laporan di tingkat *enterprise*, diperlukan penyesuaian dari masing-masing bagian untuk menghasilkan *output* dengan format dan standar yang seragam. Penggunaan kode produk, kode proses, dan data lainnya yang tidak konsisten semakin meningkatkan tingkat kesulitan dalam mengintegrasikan sistem.

4. Kelembaman organisasi dan persoalan perubahan.

Perubahan positif di beberapa bagian dalam organisasi dapat menimbulkan konsekuensi negatif di beberapa bagian lainnya. Sebagai contoh, efisiensi baru dapat berarti bahwa lebih sedikit pegawai dibutuhkan, atau kemampuan hard-skill yang tidak lagi diperlukan. Perbedaan pemahaman tentang manfaat dan dampak negatif yang ditimbulkan menyebabkan kelembaman organisasi, dimana organisasi enggan berubah dan lebih memilih untuk melakukan segala sesuatunya dengan cara yang lama. Hanya merubah sistem tidak cukup, melainkan organisasi perlu juga mengubah hal lainnya, seperti bagaimana cara mengorganisasikan pekerjaan dan bagaimana insentif diberikan bagi partisipan yang terlibat.

5. Kesulitan dalam mengantisipasi apa yang akan terjadi

Hal akhir yang membatasi inovasi IT adalah tidak ada satupun yang memahami bagaimana inovasi IT akan berkembang atau beradaptasi di masa yang akan datang. Sebagai contoh, kemudahan mengirim uang secara elektronik juga memungkinkan kriminal untuk memindahkan uang secara sembunyi-sembunyi. Para penemu sendiri pun tidak dapat memprediksi tentang dampak lainnya yang dapat ditimbulkan teknologi di masa mendatang.

Hal ini menimbulkan kejutan yang tidak pernah diperkirakan sebelumnya yang tidak diantisipasi.

Latihan

A. Klasifikasikan jenis eBisnis di bawah ini ke dalam kategori B2B, B2C, B2G, C2B, C2C, C2G, G2B, G2C, atau G2G.

	PLN mengelola tagihan listrik pelanggannya melalui sejumlah Perusahaan <i>Switching</i> yang akan meneruskannya ke berbagai <i>Payment Point</i> .
	Perusahaan penerbangan menjual tiketnya melalui sistem penengah seperti Tiket.com, Traveloka.com, Bukalapak.com, ataupun Tokopedia.com.
	Traveloka menjual tiket penerbangan kepada pelanggan.
	Masyarakat dapat mengajukan permohonan paspor secara online.
	Masyarakat melaporkan tindak pidana korupsi ke KPK melalui sistem pelaporan online
	Masyarakat melaporkan terjadinya kecelakaan ataupun kemacetan melalui aplikasi Waze
	Badan Pertanahan Nasional mengkonfirmasi status wajib pajak ke Direktorat Jendral Pajak sebelum memberikan pelayanan pertanahan kepada wajib pajak.
	Perbankan mengajukan permohonan pemeriksaan kredit nasabah kepada Bank Indonesia.
	Masyarakat dapat menjual barang pribadinya melalui <i>e-marketplace</i>
	Perusahaan mengajukan permohonan izin pendirian usaha.
	Polisi memberikan surat tilang elektronik kepada masyarakat yang melanggar.
	Masyarakat membayar pajak secara online.
	Blibli menggunakan jasa pembayaran pihak ketiga untuk menerima pembayaran dari pelanggan.

B. Jawablah pertanyaan berikut ini

1. Dengan cara bagaimana Perusahaan Dell-Computer merupakan sebuah eBisnis?
2. Apa perbedaan antara eBisnis dan eCommerce?
3. Bagaimana *portability* (kemudahan membawa perangkat ke mana saja) menyebabkan aliran informasi sulit dikendalikan?
4. Bagaimana sistem terbuka dapat memberikan peluang sekaligus ancaman?

Daftar Referensi

Alter, S. (2002). *Information Systems: Foundation of eBusiness*. Prentice Hall.

Chaffey, D. (2015). *Digital Buiness and E-Commerce Management - Strategy, Implementation and Practice. Practice*. Prentice Hall. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/B978-008044910-4.00148-6>

Jackson, P., Harris, L., & Eckersley, P. (2003). *e-Business Fundamentals*. Routledge.