

Peran Sistem Informasi Manajemen Dalam Keberhasilan E-Business

by Mega Yuwanda

Submission date: 21-Jun-2024 02:30PM (UTC+0700)

Submission ID: 2406177898

File name: 186_JUSBIT-arimbi_vol1_no3_aug2024_h82-94.pdf (510.56K)

Word count: 4131

Character count: 28818

Peran Sistem Informasi Manajemen Dalam Keberhasilan E-Business

Mega Yuwanda

Universitas Malikussaleh

E-mail: mega220420027@mhs.unimal.ac.id

Rayyan Firdaus

Universitas Malikussaleh

E-mail: rayyan@unimal.ac.id

Address: Jl. Cot Tengku Nie, Reulet, Muara Batu, Aceh Utara

Corresponding author: mega220420027@mhs.unimal.ac.id

Abstract: Right now, the utilization of data and correspondence innovation fundamentally affects different business areas, including producing. One arising idea is e-business, otherwise called electronic business. This idea underlines data exchanging and paperless exchanges through different innovations like Electronic Trade of Data (EDI), email, electronic notice sheets, electronic assets move, and other organization based propels. An e-business data framework is a gadget, innovation, or system that uses equipment, programming, organizations, and human insight to interface, do exchanges, and complete different hierarchical exercises without being restricted by time or area. The utilization of e-business data frameworks is a significant instrument that associations use to further develop business activities at the nearby and worldwide level. Indonesia is one of the trailblazers in web-based business and internet business. Nonetheless, the potential presented by e-business haven't completely taken advantage of by business affiliations.

Keywords: Management Information Systems, E-Business, Electronic Information Trade (EDI)

Abstrak. Saat ini kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, khususnya di bidang bisnis, menyaksikan evolusi yang berkelanjutan. Sebuah konsep yang saat ini mendapatkan force adalah e-bisnis, atau bisnis elektronik, yang mengutamakan pertukaran informasi dan transaksi tanpa kertas melalui teknologi seperti Electronic Information Trade (EDI), email, papan buletin elektronik, dan move dana elektronik, dan lain. Sistem informasi e-bisnis mengacu pada perangkat, metode, atau pendekatan bisnis yang memanfaatkan perangkat keras, perangkat lunak, jaringan, dan keahlian manusia untuk terlibat, bertransaksi, dan melakukan beragam Aktivitas organisasi tidak lagi tidak dibatasi oleh batasan waktu dan ruang. Penerapan sistem informasi bisnis elektronik telah muncul sebagai komponen penting bagi organisasi yang ingin mencapai kesuksesan baik dalam skala nasional maupun worldwide. Indonesia diakui sebagai pemimpin potensial dalam pesatnya perkembangan e-business atau web based business. Namun, meskipun demikian, organisasi bisnis belum sepenuhnya memanfaatkan peluang yang diberikan oleh e-bisnis.

Kata Kunci: Sistem Informasi Manajemen, E-Bisnis, Electronic Information Trade (EDI)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, khususnya dalam dunia bisnis. Salah satu konsep yang baru diperkenalkan, e-bisnis, atau bisnis elektronik, adalah yang withering menonjol. Merangkul e-bisnis menghadirkan Peluang dan rintangan baru bagi organisasi dan profesional yang menavigasi medan bisnis.

Di Indonesia, seperti halnya wilayah lain di seluruh dunia, telah terjadi perubahan signifikan dalam praktik bisnis. Transformasi ini terutama mencakup pemenuhan kebutuhan informasi yang semakin meningkat dan pembentukan Infrastruktur jaringan yang luas

Received: Mei 31, 2024; Accepted: Juni 21, 2024; Published: Agustus 31, 2024

* Mega Yuwanda, mega220420027@mhs.unimal.ac.id

memfasilitasi akses yang cepat dan fleksibel. Kemajuan teknologi komputer berbasis web terlihat jelas. dengan perangkat genggam seperti tablet PC semakin menonjol. Saat ini, bidang perdagangan khususnya di Indonesia. sudah melampaui batasan ruang dan waktu. Dengan meningkatnya mobilitas manusia, terdapat peningkatan kebutuhan bagi sektor perdagangan untuk segera menyediakan barang dan jasa sebagai respons terhadap permintaan konsumen. Untuk memenuhi permintaan ini, muncullah transaksi yang memanfaatkan Web berfungsi sebagai penghubung antara produsen dan konsumen. Transaksi yang dilakukan secara online biasa disebut dengan bisnis web atau e-bisnis.

Diana (2001) menegaskan bahwa elemen penentu bisnis worldwide present day adalah e-business, yang juga dikenal sebagai bisnis elektronik Model bisnis ini mengutamakan pertukaran informasi dan transaksi. tanpa menggunakan kertas, difasilitasi oleh teknologi seperti Electronic Information Exchange (EDI), email, papan buletin elektronik, move dana elektronik, dan alat berbasis jaringan lainnya. Meluasnya adopsi e-bisnis didorong oleh tiga faktor utama: 1. Meningkatnya persaingan dalam perekonomian worldwide, menjamurnya perjanjian perdagangan provincial, dan semakin besarnya pengaruh konsumen. 2. Faktor sosial dan lingkungan, seperti pergeseran demografi angkatan kerja, deregulasi pemerintah, meningkatnya kesadaran dan keinginan untuk melakukan praktik etis, dan pengakuan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, dan penyesuaian terhadap strategi internasional. 3. Kemajuan teknologi, Ini mencakup siklus hidup produk dan teknologi yang singkat. inovasi terus-menerus, informasi yang berlebihan, dan penurunan biaya teknologi dibandingkan kinerja.

Menurut Oetomo (2001), e-business merupakan model bisnis yang bergantung pada saluran elektronik seperti radio dan televisi. Meskipun sistem e-bisnis memperoleh pengakuan yang lebih luas ketika web menjadi media elektronik yang lazim, banyak orang umumnya mengasosiasikan e-bisnis dengan operasi berbasis web. Evolusi e-bisnis terus berlanjut dengan munculnya perangkat seluler seperti ponsel dan tablet. Perangkat ini memungkinkan akses web nirkabel, mendorong munculnya protokol baru seperti Remote Application Convention (WAP), yang memfasilitasi penggunaan web tanpa kabel. Alhasil, pengguna dapat mengakses web menggunakan ponsel atau tabletnya kapan saja dan dimana saja.

METODE PENELITIAN

Mengumpulkan dan menilai studi yang ada tentang Sistem Informasi Manajemen (MIS) dan e-bisnis. Tinjau sumber literatur terkait seperti jurnal akademik, buku, dan

makalah konferensi. Menyatukan wawasan yang signifikan mengenai kontribusi MIS terhadap e-bisnis. Soroti kekosongan penelitian dan prospek untuk penyelidikan lebih lanjut, jelajahi metodologi atau strategi bisnis yang memanfaatkan perangkat keras, perangkat lunak, jaringan, dan keahlian manusia untuk terlibat, bertransaksi, dan melaksanakan beragam aktivitas organisasi tanpa batasan waktu atau ruang. Sadarilah bahwa penerapan sistem informasi bisnis elektronik sangat penting bagi organisasi yang berupaya mencapai kesuksesan bisnis baik secara domestik maupun worldwide.

PEMBAHASAN

Definisi dan Ruang Lingkup Sebelum mempelajari penerapan sistem informasi e-bisnis, penting untuk menjelaskan konsep sistem tersebut. Berbagai ahli menawarkan definisi Sistem Informasi (SI).

Laudon dan Laudon (2012) mendefinisikan Sistem Informasi sebagai jaringan komponen yang saling berhubungan yang mengumpulkan (atau mengambil), memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi untuk membantu pengambilan keputusan dan manajemen dalam suatu organisasi. Selain memfasilitasi pengambilan keputusan, koordinasi, dan manajemen, Sistem Informasi juga memungkinkan manajer dan karyawan menganalisis masalah, memahami topik yang rumit, dan mengembangkan produk inovatif.

- O'Brien dan Marakas (2011) menggambarkan Sistem Informasi (SI) sebagai penggabungan terstruktur dari individu, perangkat keras, perangkat lunak, jaringan komunikasi, sumber daya informasi, serta kebijakan dan prosedur yang bertujuan untuk menyimpan, mengambil, memanipulasi, dan menyebarkan informasi dalam suatu organisasi. Sistem informasi saat ini berfungsi sebagai alat penting bagi individu untuk berinteraksi satu sama lain melalui beragam perangkat fisik (perangkat keras), arahan dan protokol pemrosesan informasi (perangkat lunak), jalur komunikasi (jaringan), dan information yang disimpan (sumber daya informasi).
- Menurut Gordon B. Davis (2005), dalam organisasi, istilah sistem informasi, sistem informasi manajemen, atau manajemen informasi adalah sinonim dan diterapkan pada: sistem yang menyediakan layanan informasi dan komunikasi untuk suatu organisasi; fungsi organisasi yang bertanggung jawab untuk perencanaan, pengembangan, dan pengelolaan sistem informasi.

Berdasarkan definisi yang diberikan, Sistem Informasi dapat digambarkan sebagai berikut:

- Terdiri dari komponen yang saling berhubungan membentuk satu kesatuan yang bertujuan untuk mengintegrasikan, mengolah, menyimpan, dan menyebarkan informasi.
- Melibatkan sinergi individu, perangkat keras, perangkat lunak, jaringan komunikasi, supply informasi, kebijakan, dan prosedur untuk menyimpan, memanipulasi, dan menyebarkan informasi dalam suatu organisasi.
- Merupakan kumpulan komponen yang kohesif yang berinteraksi secara sistematis untuk memfasilitasi aliran informasi, membantu pengambilan keputusan dan pengendalian dalam suatu organisasi.

Sistem Informasi membantu manajer dan staf organisasi dalam analisis masalah, representasi visual dari ringkasan analitis melalui grafik, dan memfasilitasi pengembangan produk dan layanan baru. Komponen utama sistem informasi organisasi meliputi perangkat keras, perangkat lunak, sumber daya manusia (brainware), dan jaringan. Komponen ini dimanfaatkan untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, efektivitas, dan berkontribusi terhadap pencapaian tujuan, misi dan visi.

Melalui pemanfaatan sistem informasi organisasi, teknologi web telah muncul sebagai titik fokus untuk eksplorasi baik oleh para ahli maupun praktisi. Perkembangan ini telah menciptakan banyak peluang bisnis. Sejak integrasi web sebagai alat bisnis pada tahun 1990an, operasional perusahaan tidak menunjukkan tanda melambat. Etalase virtual beroperasi sepanjang waktu untuk memfasilitasi berbagai informasi dan transaksi.

Pemanfaatan sistem informasi dan teknologi web oleh badan usaha menyebabkan munculnya e-business. Menurut Sawhney Mohan (sebagaimana dikutip dalam Indrajit. 2002), e-bisnis didefinisikan sebagai: "Menggunakan koneksi elektronik dan teknologi terkait untuk mendorong, meningkatkan, mengubah, atau membentuk sistem atau compositions bisnis untuk mendukung pelanggan saat ini dan masa depan dengan lebih baik." Definisi ini pada dasarnya menekankan peran teknologi elektronik dan canggih dalam meningkatkan operasi dan kerangka bisnis (seperti perdagangan produk dan jasa) ke tingkat lebih melampaui metode konvensional, khususnya menyoroti manfaat yang dirasakan oleh para pemangku kepentingan yang terlibat.

Menurut Oetomo (2001), e-business berarti aktivitas komersial yang dilakukan melalui web. Selain itu, banyak istilah lain yang muncul dalam konteks ini seperti "pemasaran elektronik", "perdagangan elektronik", "bisnis on the web", "promosi elektronik", "perbankan elektronik",

"pasar elektronik", "produk elektronik". " dan berbagai lainnya. Istilah ini menandakan bahwa presentasi yang terkait dengan usaha bisnis ini juga memanfaatkan teknologi web.

Istilah bisnis elektronik dan bisnis berbasis web sering kali digunakan secara bergantian, meskipun keduanya Memiliki konotasi yang berbeda. Awalan "e" berfungsi sebagai singkatan dari "elektronik", yang menunjukkan aktivitas atau transaksi yang dilakukan tanpa pertukaran atau kontak fisik, yang difasilitasi secara elektronik. atau melalui sarana komputerisasi karena kemajuan pesat dalam teknologi komunikasi. Secara spesifik, bisnis online mengacu pada transaksi yang dilakukan melalui web, yang melibatkan pembelian dan penjualan barang dan jasa antar pihak. Transaksi ini biasanya memerlukan pengalihan Kepemilikan dan hak atas produk atau layanan. Secara teknis, perdagangan online hanya mewakili satu aspek dari E-bisnis. E-bisnis mencakup seluruh transaksi bisnis yang dilakukan melalui web, mencakup penjualan langsung ke konsumen (bisnis berbasis web), transaksi dengan pemasok dan produsen, serta kolaborasi dengan mitra bisnis. Selain itu, pertukaran informasi melalui information base terpusat merupakan bagian fundamental dari perdagangan on the web. Ruang lingkup e-bisnis melampaui transaksi keuangan untuk mencakup kegiatan seperti pemasaran, desain produk, dan manajemen rantai pasokan.

Oleh karena itu, sistem informasi e-bisnis mencakup mekanisme, metodologi, atau strategi operasional yang memanfaatkan perangkat keras, perangkat lunak, jaringan, dan kemampuan manusia untuk berinteraksi, melakukan transaksi, dan melaksanakan Berbagai aktivitas bisnis antar entitas, tidak dibatasi oleh batasan waktu atau geografis. Penerapan sistem informasi e-bisnis telah muncul sebagai faktor penting bagi organisasi yang ingin mencapai kesuksesan bisnis baik secara nasional maupun worldwide.

E-Business Data Framework

Jogiyanto (2005) menekankan pentingnya sistem informasi elektronik dalam memfasilitasi fungsi operasional organisasi bisnis (e-business). Fungsi ini mencakup berbagai bidang seperti akuntansi, produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Istilah "sistem informasi bisnis" berkaitan dengan sistem informasi tertentu yang digunakan dalam area operasional ini, termasuk akuntansi, produksi, pemasaran. Setiap kategori sistem informasi bisnis disesuaikan untuk menjalankan fungsinya masing, seperti yang dijelaskan oleh Akil (2013).

Sistem Informasi Akuntansi (AIS) dibuat untuk mencatat dan mendokumentasikan Transaksi bisnis diproses, aliran dana dalam suatu organisasi dipantau, dan laporan keuangan dihasilkan oleh AIS. Ini melayani tiga tujuan utama:

- 1) mendukung operasional sehari-hari, difasilitasi oleh Sistem Pemrosesan Transaksi (TPS) dalam AIS, yang mengubah information transaksional menjadi informasi yang dapat ditindaklanjuti untuk tugas sehari-hari seperti pencairan gaji kepada karyawan, pengawasan penjualan harian oleh manajer, dan menyediakan pembelian faktur kepada pelanggan;
- 2) membantu pemangku kepentingan interior dalam pengambilan keputusan, dengan manajemen memanfaatkan informasi SIA sebagai landasan Dalam expositions pengambilan keputusan, khususnya pada tingkat manajemen yang lebih tinggi, informasi akuntansi sangat diperlukan untuk perencanaan, khususnya information penjualan untuk proyeksi arus kas;
- 3) Memenuhi tanggung jawab akuntabilitas kepada pemangku kepentingan seperti pemegang saham, kreditur, dan serikat pekerja. Informasi akuntansi mempunyai arti penting dalam menghasilkan laporan keuangan, laporan laba rugi, dan informasi penting lainnya yang diminta oleh pemangku kepentingan.

Sistem Informasi Produksi (SIMPRO) merupakan sistem basic yang mendukung perencanaan, pemantauan, dan pelaksanaan expositions manufaktur. Sistem produksi ini terdiri dari dua jenis berbeda: sistem produksi fisik dan sistem informasi. Sistem Produksi fisik mencakup infrastruktur nyata yang bertanggung jawab untuk mengendalikan peralatan produksi. yang biasa disebut Sistem Pengendalian Produksi (laptops), biasanya beroperasi pada tingkat operasional atau lebih rendah. Laptops menggabungkan komponen seperti PC Helped Plan (computer aided design), PC Helped Assembling (CAM), Robotika, dan PC Coordinated Assembling (CIM). Sebaliknya, sistem informasi produksi memberikan information terkait kepada manajer dalam fungsi produksi. Masukan SIMPRO meliputi information produksi eksternal, information riset inner produksi, dan informasi dari sistem akuntansi. Ini beroperasi berdasarkan model produksi, menghasilkan keluaran berupa informasi mengenai expositions produksi, status persediaan, kualitas produksi, dan biaya. Premise information memusatkan informasi terkait e-bisnis.

Sistem Informasi Pemasaran (SPI) adalah sistem yang dirancang untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyebarkan informasi terkait pemasaran. berbeda dirancang untuk menyederhanakan pemantauan, diperlukan melakukan, periklanan, berbagi dasar umum, dan mengkhususkan diri dalam mendukung fungsi pemasaran. menyesuaikan dengan konteks pemasaran yang spesifik. Komponen tersebut terdiri dari masukan informasi pemasaran, pemodelan informasi pemasaran, keluaran informasi pemasaran, data set pemasaran, dan pelaporan pemasaran.

Masukan SIMPEM meliputi information pemasaran eksternal, information pemasaran inside, dan informasi yang bersumber dari sistem akuntansi. Beroperasi pada model pemasaran, ini menghasilkan keluaran Ini mencakup detail tempat, spesifikasi produk, taktik promosi, analisis harga, dan koordinasi pemasaran. Informasi premis hanya didedikasikan untuk information terkait pemasaran. Sedangkan Sistem Informasi Keuangan (SIMKEU) merupakan sistem informasi yang dirancang untuk membantu manajer keuangan dalam mengawasi keuangan perusahaan dan mengelola sumber daya keuangan. SIMKEU menggabungkan masukan berupa information keuangan eksternal, information keuangan inside, dan informasi yang diperoleh dari sistem akuntansi. Modelnya berkisar pada manajemen keuangan, menghasilkan keluaran seperti perkiraan keuangan, penilaian modular kerja, analisis investasi, wawasan pendanaan, rincian penganggaran modular, informasi anggaran, dan pertimbangan pajak. Premise information menyimpan information keuangan.

Sistem Informasi Sumber Daya Manusia (SIMSDM) merupakan sistem informasi yang ditujukan untuk mendukung kegiatan pengelolaan sumber daya manusia (SDM) antara lain rekrutmen, seleksi, onboarding, evaluasi kinerja, pelatihan, dan pengembangan pegawai. Masukan SIMSDM meliputi information SDM eksternal, information SDM inside, dan informasi dari sistem akuntansi. Modelnya berfokus pada manajemen SDM, menghasilkan keluaran seperti informasi perencanaan tenaga kerja, detail pemrosesan karyawan, wawasan rekrutmen, administrasi tunjangan, dan information lingkungan kerja. Premise information menyimpan information terkait SDM di dalam perusahaan. Sistem bisnis ini memberikan contoh sistem informasi fungsional dan aplikasinya masing di region berbeda. Mereka berfungsi sebagai alat untuk tiga tingkat manajemen, memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan manajer profesional dalam memanfaatkan sistem informasi e-bisnis untuk mengelola organisasi bisnis secara efektif. Penerapan sistem informasi e-bisnis menawarkan berbagai manfaat bagi bisnis:

Efficiency

Keuntungan utama bagi badan usaha Salah satu peningkatan penting yang dialami oleh para profesional yang memasuki e-bisnis adalah peningkatan tingkat efisiensi. Penelitian menunjukkan bahwa sekitar 40% dari keseluruhan pengeluaran operasional perusahaan didedikasikan untuk tugas yang melibatkan pembuatan dan distribusi informasi di berbagai departemen. Melalui integrasi teknologi informasi ke dalam operasi bisnis rutin, perusahaan dapat melihat pengurangan all out biaya operasional mereka. Misalnya, sistem email dapat menurunkan biaya yang terkait dengan komunikasi dan pengiriman dokumen, sementara situs

web dapat menurunkan biaya yang terkait dengan upaya pemasaran dan hubungan masyarakat.

Effectiveness

Keuntungan ini menjadi jelas ketika ada perubahan besar tentang bagaimana organisasi bisnis profesional menjalankan aktivitas operasional rutinnnya. Contohnya, melalui penerapan teknologi web, perusahaan dapat menjaga komunikasi tanpa gangguan dengan pelanggannya sepanjang waktu, tujuh hari seminggu.

Ekspansi

Keuntungan lain yang dapat diakses oleh badan usaha profesional adalah kapasitas e-teknologi untuk memperluas cakupan dan eksposur geografis perusahaan. Membangun kehadiran online menyiratkan bahwa perusahaan telah menghubungkan dirinya dengan banyak pelanggan potensial di berbagai wilayah secara worldwide, tidak dibatasi oleh keterbatasan waktu dan lokasi.

Struktur

Manfaat tambahan dari penerapan e-bisnis adalah terciptanya beragam produk dan layanan baru yang berasal dari penggabungan sektor industri yang sebelumnya terpisah. Misalnya, Buku sekarang dapat dilelang secara on the web, dan bank virtual juga beroperasi sebagai stage penasihat keuangan. dan paket liburan komprehensif yang menggabungkan berbagai layanan seperti transportasi, akomodasi, dan atraksi wisata. Selain itu, Bayangkan sebuah toko buku yang juga berfungsi sebagai perpustakaan. di antara berbagai penggabungan inventif lainnya.

Opportunity

Manfaat utamanya terletak pada luasnya peluang yang ditawarkan kepada wirausahawan untuk berinovasi dan menciptakan produk atau layanan baru, yang didorong oleh penemuan teknologi elektronik baru secara terus-menerus. Pertimbangkan evolusi terus-menerus dari berbagai model bisnis yang diperkenalkan oleh stage web yang berkembang pesat. Misalnya, di sektor keuangan, Lembaga keuangan online seperti perbankan elektronik, perdagangan saham on the web, dan layanan keamanan computerized telah bermunculan. Demikian pula, di sektor manufaktur, bermunculan perusahaan yang menyediakan layanan e-obtainment, e-planned operations, e-conveyance, dan e-stock.

Oleh karena itu, setiap badan usaha memerlukan Sistem informasi e-bisnis yang dapat diandalkan sangat penting untuk mencapai tujuan dan berkembang di tengah meningkatnya persaingan di period advanced. Manajer harus menerapkan sistem informasi bisnis yang

sesuai untuk menyelesaikan tugas secara efisien. mereka secara kompeten dan mengelola organisasi dengan baik.

Peluang dan Kendala Perdagangan elektronik di Indonesia

Dengan munculnya web pada akhir tahun 1990-an, banyak toko online bermunculan yang menyediakan produk melalui situs web yang disesuaikan untuk transaksi web. sehingga memunculkan istilah internet business. Di Amerika Serikat, nilai transaksi ritel online terus melonjak. Menurut statistik dari Biro Sensus AS, transaksi ritel online berjumlah \$33 miliar USD pada kuartal pertama tahun 2008, yang merupakan sekitar 3,3 persen dari all out nilai perdagangan ritel selama periode tersebut. Jumlah ini menunjukkan peningkatan yang besar dibandingkan akhir tahun 2000 ketika transaksi ritel online hanya mencakup Hanya 1 persen dari all out nilai perdagangan ritel yang diatribusikan pada transaksi on the web. Sebaliknya, di Indonesia, nilai transaksi bisnis online masih relatif kecil. baik secara absolut maupun persentase dari complete transaksi ritel.

Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya persentase pengguna web yang di Indonesia, menurut information apji, berjumlah sekitar 8 persen dari jumlah penduduk. Apalagi, bahkan di kalangan pengguna web lama di Indonesia. transaksi online mungkin bukan hal yang lumrah karena kebiasaan yang sudah mendarah daging atau kekhawatiran akan keamanan. Meskipun demikian, sektor bisnis online di Indonesia memiliki potensi pertumbuhan yang pesat. Berbagai faktor berkontribusi terhadap potensi ini, seperti meningkatnya keterjangkauan dan kecepatan akses web, di dukung oleh dari beberapa sektor perbankan yang menyediakan layanan web banking dan SMS banking untuk mempercepat transaksi, dan menurunnya biaya web facilitating. dan meningkatnya aksesibilitas dan keterjangkauan gedung. situs online business difasilitasi oleh berbagai pilihan perangkat lunak sumber terbuka seperti OSCommerce dan Magento. Lebih lanjut, perkembangan internet business di Indonesia harus dibarengi dengan regulasi yang bertujuan untuk melindungi konsumen dari potensi kerugian akibat penipuan, penipuan kartu kredit, dan risiko lainnya. Penerapan peraturan tersebut akan memastikan konsumen dapat berbelanja online dengan aman dan percaya diri.

Sebuah studi yang dilakukan oleh konsultan teknologi Redwing-Asia bertajuk "Online business di Indonesia - Enormous detonation menunggu untuk terjadi" menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang pesat di sektor e-business atau web based business. Menurut Redwing, Indonesia mempunyai kapasitas untuk menghasilkan absolute pendapatan yang diperkirakan berkisar antara \$3 miliar USD (dalam skenario terendah) hingga \$10 miliar USD (dalam skenario tertinggi) pada tahun 2015. Menyadari

potensi ini, Indonesia telah menarik perhatian besar dari negara besar. pemain web based business dan berbagai kelompok investasi secara worldwide, khususnya dari Tiongkok, pemain kunci dalam sektor ritel elektronik (e-following) yang berkembang pesat selama lima tahun terakhir.

Dinamika pasar Indonesia sangat mirip dengan Tiongkok, sehingga menempatkan Indonesia sebagai pasar yang signifikan bagi bisnis web. Akibatnya, perluasan bisnis online di Tiongkok berdampak besar pada lingkungan bisnis online di Indonesia dan menarik minat banyak financial backer asing. Pertumbuhan ekonomi telah menyebabkan peningkatan populasi kelas menengah di Indonesia, yang berkorelasi dengan peningkatan daya beli dan pertumbuhan bisnis berbasis web. Proyeksi menunjukkan bahwa Populasi kelas menengah diperkirakan meningkat dari 74 juta pada tahun 2012 menjadi 140 juta pada tahun 2020, dengan perkiraan pertumbuhan tahunan sebesar 8 atau 9 juta orang. Pertumbuhan luar biasa ini tidak hanya terjadi di kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Medan, namun juga meluas ke berbagai wilayah di provinsi Jawa, Sumatera, dan wilayah lainnya. Saat ini, sekitar 25 wilayah di Indonesia sedang mengalami pemekaran tersebut. mempunyai populasi kelas menengah sebanyak 500.000 orang, dan angka ini diperkirakan akan meningkat dua kali lipat pada tahun 2020. Untuk memanfaatkan potensi ini, Redwing-Asia menyarankan agar pemerintah dan sektor swasta mengalokasikan lebih banyak investasi dalam jangka pendek, jangka menengah, dan panjang untuk mendorong pertumbuhan pasar perdagangan berbasis web.

Laporan menunjukkan bahwa beberapa investasi besar, masing melebihi \$20 juta USD, siap untuk segera masuk ke Indonesia dari para pemain e-bisnis internasional. Meskipun terdapat peluang besar yang dihadirkan oleh e-business, banyak organisasi belum sepenuhnya memanfaatkan potensinya. Penelitian mengungkapkan bahwa sebagian besar perusahaan (67%) belum sepenuhnya menyadari nilai e-business, dan fokus utamanya adalah pada peningkatan Efisiensi dan efektivitas bisnis sangatlah penting. Namun, hanya sekitar 11% perusahaan yang secara efektif memanfaatkan manfaat e-bisnis. sementara sekitar 22% memprioritaskan perluasan jangkauan bisnis mereka.

Menurut Swim (2005), sebagaimana dikutip dalam e-business, kesuksesan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti:

- 1) Harapan perusahaan bergantung pada ketersediaan sumber daya keuangan.
- 2) Memastikan jadwal dan batas waktu pelaksanaan yang tepat.
- 3) Memiliki pengetahuan tentang compositions bisnis, serta kompetensi dan pengalaman dalam mengembangkan sistem e-bisnis.

4) Memfasilitasi komunikasi yang efektif baik dalam unit fungsional maupun lintas departemen.

5) Mendapatkan komitmen yang kuat dari seluruh pemangku kepentingan.

Sebaliknya, faktor yang menyebabkan kegagalan e-bisnis meliputi:

1) Komitmen yang tidak memadai dari manajemen.

2) Tidak adanya compositions manajemen perubahan setelah penerapan e-bisnis.

3) Keterlibatan dengan seller teknologi informasi yang belum berpengalaman sebagai mitra bisnis.

4) Infrastruktur komunikasi di bawah standar.

5) Menghadapi tantangan keamanan selama bertransaksi.

6) Dukungan finansial yang tidak memadai.

7) Ketergantungan pada tujuan jangka pendek sebagai landasan investasi e-bisnis.

Berdasarkan berbagai penelitian mengenai tren e-business saat ini, Indonesia setidaknya mempunyai 10 peluang e-business yang potensial.

1. E-business Type: The reception of electronic and computerized instruments for correspondence and business connections is propelling more quickly than customary trading exchanges.

2. Local area: Creating request among more youthful ages is simpler than changing the way of life of more seasoned socioeconomics.

3. Content: The essential recipients of web use are not be guaranteed to end clients.

4. Innovation Gadget: PC-driven innovation will progress towards computerized innovation incorporated with microchips like PDAs.

5. Access Channels: Data innovation advances, for example, the web and sites give suitable access channels to organizations thinking about execution.

6. Guideline: Given its relationship with monetary benefit looking for tries, e-business guideline by states will in general line up with principles set by created countries.

7. Association: Social, instructive, social, and conduct factors inside associations essentially impact the effective reception of data innovation.

8. Change Procedure: Organizations in non-industrial countries ordinarily lean toward developmental methodologies over progressive ones while carrying out e-business.

9. Business Interaction: Fruitful organizations enough consolidation conventional actual worth chain ideas with virtual worth chains.

10. Frameworks Approach: E-business advancement depends on simultaneous development and improvement of different parts inside the e-business framework climate.

E-bisnis telah melampaui penerapan aslinya hanya di bidang ekonomi, khususnya pemasaran, untuk mencakup space yang lebih luas. Perkembangan seperti pembayaran elektronik dan kemitraan merupakan contoh perluasan ini. Oleh karena itu, Masa depan dan hambatan e-bisnis di Indonesia sebagian besar bergantung pada kemampuan organisasi bisnis lokal untuk menangkap peluang dan mengatasi tantangan dalam menerapkan e-bisnis dalam interaksi dan transaksi nasional, lokal, dan worldwide.

KESIMPULAN

Meningkatnya Kemajuan teknologi dalam bidang komunikasi dan informasi terkini telah mengubah berbagai aspek kehidupan secara signifikan, khususnya dalam dunia usaha. Salah satu konsep kunci yang muncul adalah bisnis elektronik.

Penerapan e-bisnis memperkenalkan peluang dan menghadirkan tantangan baru bagi dunia usaha. Sistem informasi bisnis elektronik mencakup mekanisme, teknik, dan pendekatan operasional yang memanfaatkan perangkat keras, perangkat lunak, jaringan, dan keahlian manusia untuk memfasilitasi berbagai aktivitas bisnis antar organisasi, tidak dibatasi oleh waktu atau batas geografis. Mengintegrasikan sistem informasi bisnis elektronik sangat penting bagi pengusaha bisnis yang ingin mencapai kesuksesan baik secara nasional maupun worldwide. Sistem informasi elektronik ini berperan penting dalam mendukung berbagai fungsi organisasi, termasuk akuntansi, produksi, pemasaran, dan keuangan. Berbagai jenis sistem informasi bisnis meliputi sistem informasi manajemen, sistem informasi elektronik, sistem informasi perpajakan, sistem informasi keuangan, dan sistem informasi sumber daya manusia.

Manfaat e-bisnis mencakup peningkatan efisiensi dan pengurangan biaya operasional; peningkatan efektivitas dan peningkatan kualitas layanan; perluasan jangkauan pasar; fasilitasi perubahan struktur usaha; dan promosi inovasi untuk menciptakan produk atau layanan baru. Indonesia diakui sebagai pemimpin potensial dalam pesatnya perkembangan e-business atau bisnis berbasis web. Menurut Redwing, Indonesia memiliki potensi untuk mencapai perkiraan complete pendapatan mulai dari \$3 miliar USD (rancangan terendah) hingga \$10 miliar USD (rancangan tertinggi) pada tahun 2015. Namun, peluang yang diberikan Potensi e-bisnis sebagian besar masih belum dimanfaatkan oleh pengusaha bisnis. Mayoritas perusahaan (67%) tidak sepenuhnya memanfaatkan yang ditawarkan oleh E-bisnis dan hanya berkonsentrasi pada peningkatan efisien dan efektif bisnis. Hanya ber-sekitar 11% perusahaan yang secara efektif memanfaatkan manfaat yang dikasih oleh web based busines.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim, M.F.H. (2011). Eksekusi Online business di Indonesia. Tesis Magister Manajemen Agribisnis, Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis, Institut Pertanian Bogor.
- Akil, M.A. (2013). Sistem Informasi Manajemen: Manajemen Strategis untuk Organisasi Profesi di Masa Depan. Diterbitkan oleh Alauddin School.
- Davis, G.B. (2005). Sistem manajemen informasi. Blackwell Dispersing Ltd, AS.
- Diana, A. (2001). Menyelidiki Online business. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Indrajit, R.E. (2002). Pengertian E-Business: Konsep dan Implementasinya.
- Jogiyanto. (2005). Sistem Teknologi Informasi. Diterbitkan oleh Penerbit Andi, Yogyakarta.

Peran Sistem Informasi Manajemen Dalam Keberhasilan E-Business

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Politeknik Negeri Bandung Student Paper	1%
2	Muhammad Anshar Syamsuddin. "ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EFEKTIVITAS SAPP di DIREKTORAT JENDERAL BEA DAN CUKAI", JURNAL MANAJEMEN KEUANGAN PUBLIK, 2017 Publication	1%
3	jurnal.itbsemarang.ac.id Internet Source	1%
4	Submitted to Syiah Kuala University Student Paper	<1%
5	Submitted to Asosiasi Dosen, Pendidik dan Peneliti Indonesia Student Paper	<1%
6	ardimzs.wordpress.com Internet Source	<1%
7	id.scribd.com Internet Source	<1%

8	www.btn.co.id Internet Source	<1 %
9	Submitted to Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Student Paper	<1 %
10	Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part II Student Paper	<1 %
11	elsrifki.blogspot.com Internet Source	<1 %
12	Submitted to Universitas Atma Jaya Yogyakarta Student Paper	<1 %
13	Nurul Fajri Saminan, Andi Suhandi, Syafrizal. "Analysis of scientific explanation ability indicators in ESS lectures: Scope overview", AIP Publishing, 2022 Publication	<1 %
14	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
15	pis.co.id Internet Source	<1 %
16	repository.umy.ac.id Internet Source	<1 %
17	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia	<1 %

18 docplayer.info <1 %
Internet Source

19 grahailmu.id <1 %
Internet Source

20 jurnaljiebi.org <1 %
Internet Source

21 www.qoala.app <1 %
Internet Source

22 www.researchgate.net <1 %
Internet Source

23 www.trybisnis.com <1 %
Internet Source

24 jurnal.unprimdn.ac.id <1 %
Internet Source

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

Peran Sistem Informasi Manajemen Dalam Keberhasilan E-Business

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13
