

I. PENDAHULUAN

Pemanfaatan internet untuk era globalisasi ini telah semakin meningkat penggunaannya oleh berbagai kalangan, baik individu maupun kelompok termasuk kalangan organisasi khususnya para pengusaha. Kegiatan dunia usaha dengan penggunaan teknologi berbasis internet merupakan cara tepat serta inovatif bagi para perusahaan untuk melakukan kegiatan perusahaan dalam memasuki pasar (khususnya di dunia maya).

E-bisnis dapat diartikan sebagai kegiatan bisnis yang dilakukan secara otomatis dan semiotomatis dengan menggunakan sistem informasi komputer. E-bisnis memungkinkan suatu perusahaan untuk berhubungan dengan sistem pemrosesan data internal dan eksternal mereka secara lebih efisien dan fleksibel. E-bisnis juga banyak dipakai untuk berhubungan dengan suplier dan mitra bisnis perusahaan, serta memenuhi permintaan dan melayani kepuasan pelanggan secara lebih baik.

Dalam penggunaan sehari-hari, e-bisnis tidak hanya menyangkut e-dagang (perdagangan elektronik atau e-commerce) saja. Dalam hal ini, e-dagang lebih merupakan sub bagian dari e-bisnis, sementara e-bisnis meliputi segala macam fungsi dan kegiatan bisnis menggunakan data elektronik, termasuk pemasaran internet (e-pemasaran). Sebagai bagian dari e-bisnis, e-dagang lebih berfokus pada kegiatan transaksi bisnis lewat www atau internet. Dengan menggunakan sistem manajemen pengetahuan, e-dagang mempunyai tujuan untuk menambah *revenue* dari perusahaan .

Sementara itu, e-bisnis berkaitan secara menyeluruh dengan proses bisnis termasuk *value chain*, pembelian secara elektronik (*electronic purchasing*), manajemen rantai suplai (*supply chain management*), pemrosesan order elektronik, penanganan dan pelayanan kepada pelanggan (*customer relationship management*), dan kerja sama dengan mitra bisnis. E-bisnis memberi kemungkinan untuk pertukaran data di antara satu perusahaan dengan perusahaan lain, baik lewat web, internet, intranet, extranet atau kombinasi di antaranya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Electronic Business System*

Sejarah adanya *e-business* muncul ketika setelah era internet. Akan tetapi istilah *e-business* pertama kali dipopulerkan oleh IBM sekitar sepuluh tahun yang lalu. *E-business* dapat menjadi aset yang strategis dan menjadi keunggulan suatu perusahaan jika mampu dimanfaatkan dengan baik. Sebuah perusahaan harus mampu melakukan transformasi proses bisnis yang mereka lakukan agar dapat memanfaatkan *e-business* dengan baik. Secara umum keuntungan yang tinggi akan diperoleh jika *e-business* yang dimiliki dapat terkait secara langsung dan membentuk komunitas dengan konsumen, rekan kerja, dan *suppliers*.

E-business adalah praktek pelaksanaan dan pengelolaan proses bisnis utama seperti perancangan produk, pengelolaan pasokan bahan baku, manufaktur, penjualan, pemenuhan pesanan, dan penyediaan servis melalui penggunaan teknologi komunikasi, komputer, dan data yang telah terkomputerisasi (Alter, 2002).

E-Business adalah mengacu pada lingkungan yang lebih luas dan mencakup pelayanan customer, kolaborasi dengan mitra bisnis dan transaksi elektronik internal dalam sebuah organisasi (Anastasia, 2004). Selain itu *E-commerce* digunakan sebagai transaksi bisnis antara perusahaan yang satu dengan yang lain, antara perusahaan dengan pelanggan, atau antara perusahaan dengan institusi yang bergerak dalam pelayanan publik. Jika diklasifikasikan, *sistem e-commerce* terbagi menjadi 3 tipe, yaitu:

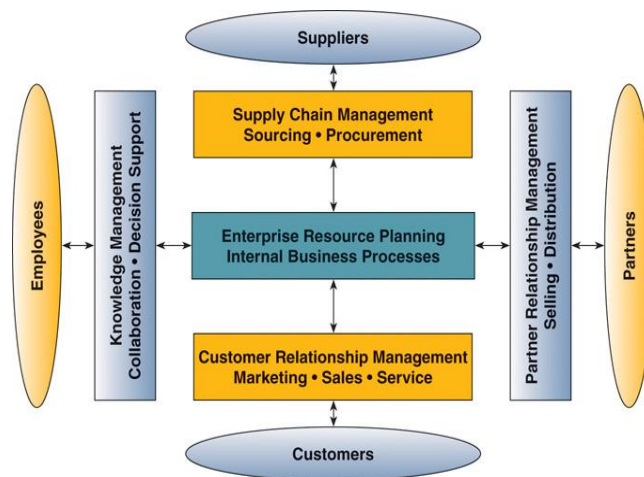
1. ***Electronic markets*** (EMs) yaitu sistem informasi antar organisasi yang menyajikan fasilitas-fasilitas bagi para penjual dan pembeli untuk bertukar informasi mengenai produk dan *service* yang ditawarkan.
2. ***Electronic Data Interchange*** (EDI) yaitu sarana untuk mengefisienkan pertukaran data transaksi-transaksi reguler yang berulang dalam jumlah besar antara organisasi-organisasi komersial. Secara formal EDI didefinisikan oleh *International Data Exchange Association* (IDEA) sebagai “transfer data terstruktur dengan format standard yang telah

disetujui yang dilakukan dari satu sistem komputer ke sistem komputer yang lain dengan menggunakan media elektronik”.

3. **Internet Commerce** yaitu penggunaan internet yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi untuk perdagangan melingkupi kegiatan penjualan produk dan jasa. Transaksi yang dapat dilakukan di internet antara lain pemesanan/pembelian barang dimana barang akan dikirim melalui pos atau sarana lain setelah uang ditransfer ke rekening penjual. Penggunaan internet sebagai media pemasaran dan saluran penjualan mempunyai keuntungan antara lain: internet merupakan media promosi perusahaan dan produk yang paling tepat dengan harga yang relatif lebih murah dan pembelian melalui internet akan diikuti dengan layanan pengantaran barang sampai di tempat pemesanan.

2.2. Enterprise Application Architecture

Arsitektur aplikasi perusahaan ini menyajikan gambaran umum tentang berbagai aplikasi lintas fungsi perusahaan yang utama, serta hubungan antar fungsi tersebut. Gambar arsitektur aplikasi perusahaan dapat dilihat sebagai berikut:



Source: Adapted from Mohan Sawhney and Jeff Zabin, *Seven Steps to Nirvana: Strategic Insights into e-Business Transformation* (New York: McGraw-Hill, 2001), p. 175.

2.3. Business Process Reengineering

Konsep dari BPR pertama kali ditulis dalam publikasi secara simultan oleh Hammer (1990) dan Davenport & Short (1990) dan Hammer & Champy (1993), mereka menyatakan BPR adalah suatu pendekatan yang sama sekali baru berkenaan dengan ide dan model yang digunakan dalam memperbaiki bisnis. Davenport & Short (1990) lebih melihat BPR sebagai perluasan dari “industrial engineering”.

2.4. Customer Relationship Management

Menurut James A O'Brien CRM adalah mengelola berbagai hubungan pelanggan dengan organisasi dan semua pelanggan pada setiap titik sentuh. Menurut Plasmedia CRM adalah Sebuah strategi bisnis yang berhubungan dengan teknik dan metode untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dengan tiga komponen. Dalam *www.gunadarma.ac.id*, CRM adalah sebuah istilah industri TI untuk metodologi, strategi, perangkat lunak (software) dan aplikasi berbasis web lainnya yang mampu membantu sebuah perusahaan (enterprise, kalau besar ukurannya) untuk mengelola hubungannya dengan para pelanggan.

CRM adalah usaha sebuah perusahaan untuk berkonsentrasi menjaga pelanggan (supaya tidak lari ke pesaing) dengan mengumpulkan segala bentuk interaksi pelanggan baik itu lewat telepon, email, masukan di situs atau hasil pembicaraan dengan staf sales dan marketing,

CRM menggunakan teknologi untuk membuat sistem lintas fungsional perusahaan yang mengintegrasikan dan mengotomatisasi banyak proses dalam penjualan, pemasaran dan layanan pelanggan yang berinteraksi dengan pelanggan dan membuat kerangka web-enabled software dan database yang mengintegrasikan proses-proses dengan sisa proses perusahaan.

2.5. Enterprise Resource Planning

ERP merupakan suatu sistem informasi yang diperuntukkan bagi perusahaan manufaktur maupun jasa yang berperan mengintegrasikan dan mengotomasikan proses bisnis yang berhubungan dengan aspek operasi, produksi maupun distribusi di perusahaan bersangkutan. Dengan diterapkannya *ERP* diharapkan dapat mempermudah dan meringankan pekerjaan yang harus dilakukan oleh para

karyawan. Selain itu, pertukaran informasi akan menjadi lebih lancar, dan tujuan paling utama adalah untuk menaikkan keuntungan. Dengan adanya penyediaan jasa *e-business* di *internet* dapat mempermudah transaksi dengan pelanggan serta dapat dijadikan sebagai sarana promosi dan memperkenalkan barang dengan harga yang sama kepada seluruh pelanggan. *E-business* juga terintegrasi dengan *ERP* untuk proses bisnis operasi, produksi maupun distribusi.

Konsep *ERP* adalah sebuah sistem yang mengintegrasikan proses setiap *line* dalam manajemen perusahaan secara transparansi dan memiliki akuntabilitas yang cukup tinggi. Untuk memasuki pasar internasional, *ERP* merupakan salah satu yang menjadi pra-syarat dasar bagi setiap perusahaan. Indonesia merupakan negara yang sedang berkembang, dimana basis perekonomiannya bertumpu di bidang bisnis, maka efisiensi menjadi salah satu faktor yang cukup penting dalam setiap perusahaan.

Peranan informasi sangat diperlukan, beberapa karakteristik fundamental informasi adalah akurasi (ketepatan), relevansi (kebenaran), dan avalabilitas (ketersediaan). Namun, beberapa penelitian mencatat beberapa permasalahan dengan sistem informasi manajemen konvensional, yaitu hanya menyediakan *source* data yang sudah ditentukan sehingga kerap kali terjadi *miss-information* antar departemen dan keterbatasan analisa data. Implementasi *ERP* ini sendiri memiliki beberapa resiko yang berkaitan dengan ukuran proyeknya, aplikasi teknologinya, struktur, stabilitas, strategi maupun penggunaannya. Adapun beberapa biaya yang mungkin termasuk adalah biaya *replacement* yang lama ke sistem yang baru, biaya *training* dan peningkatan fasilitas, biaya konsultan maupun biaya tak terlihat seperti biaya depresi akibat pergantian sistem. Namun secara keseluruhan *ERP* memberikan manfaat yang pasti bila dalam penerapannya di dukung oleh komitmen yang tinggi dari perusahaan dan meningkatkan sumberdaya manusia yang memiliki kemampuan untuk mengoperasikannya.

2.6. Supply Chain Management

Supply Chain Management adalah sebuah proses dimana produk diciptakan dan disampaikan kepada konsumen. Dari sudut struktural, sebuah *Supply Chain Management* merujuk kepada jaringan yang rumit dari hubungan

dimana organisasi mempertahankan dengan partner bisnis untuk memperoleh bahan baku, produksi dan menyampaikannya kepada konsumen (Kalakota, 2001).

E-Supply Chain Management adalah suatu konsep manajemen dimana perusahaan berusaha memanfaatkan teknologi internet untuk mengintegrasikan seluruh mitra kerja perusahaan, terutama yang berhubungan dengan sistem pemasok bahan baku atau sumber daya yang dibutuhkan dalam proses produksi (Indrajit dan Djokopranoto, 2003).

2.7. Human Resource Management

HRM adalah fungsi di dalam sebuah organisasi yang berfokus pada perekrutan, pengelolaan, dan arah menyediakan untuk orang-orang yang bekerja di organisasi. Sumber Daya Manusia manajemen juga dapat dilakukan oleh lini manajemen. HRM adalah fungsi organisasi yang berurusan dengan isu-isu yang berkaitan dengan orang-orang seperti kompensasi, perekrutan, manajemen kinerja, pengembangan organisasi, keselamatan, kesehatan, manfaat, motivasi karyawan, komunikasi, administrasi, dan pelatihan.

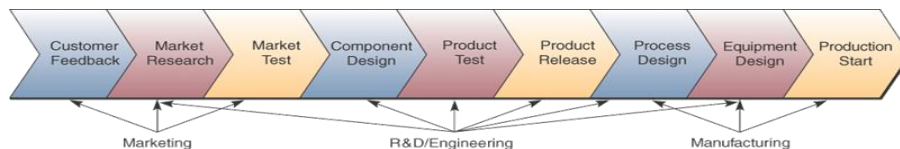
HRM juga merupakan pendekatan yang strategis dan komprehensif untuk orang-orang yang mengelola dan budaya kerja dan lingkungan. Efektif HRM memungkinkan karyawan untuk berkontribusi secara efektif dan produktif ke arah perusahaan secara keseluruhan dan pencapaian tujuan organisasi dan tujuan. HRM bergerak menjauh dari personil tradisional, administrasi, dan peran transaksi, yang semakin outsourcing. HRM sekarang diharapkan dapat menambah nilai dengan pemanfaatan karyawan dan strategis yang berdampak karyawan program bisnis dengan cara yang terukur. Peran baru MSDM melibatkan arah strategis dan metrik HRM dan pengukuran untuk menunjukkan nilai.

III. PEMBAHASAN

3.1 Proses Bisnis Lintas Fungsi pada Perusahaan Pengrajin Bambu

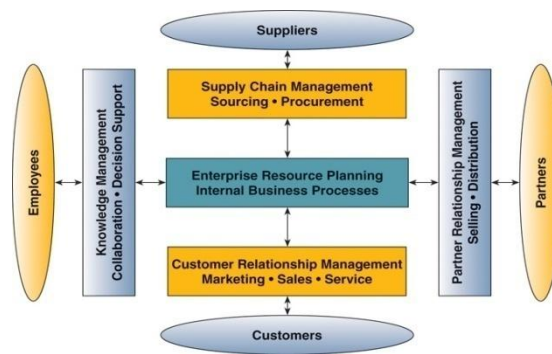
Proses bisnis pada Perusahaan Pengrajin Bambu (PPB) telah menerapkan teknologi informasi yang mengembangkan sistem lintas fungsi perusahaan, yakni dengan cara pemasangan software tertentu yang sesuai dengan berbagai divisi yang ada yakni mulai dari bidang produksi, *Research and Development* (R&D) dan *Marketing*. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada masing-masing divisi saling terkait/ berhubungan satu sama lain sehingga dalam pelaksanaannya juga saling membutuhkan.

Proses pengembangan produk baru dalam PPB mulai dari kegiatan produksi meliputi mulainya produksi bambu sebagai bahan baku, design perlengkapan dan design proses. Pada kegiatan R&D, yang dilakukan adalah merancang perlengkapan, proses, mewujudkan produk, menguji produk tersebut, merancang komponen, riset pasar. Sedangkan pada proses pemasaran, yang dilakukan adalah dengan mencoba memasuki pasar, riset pasar dan timbal balik konsumen. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. Proses Pengembangan Produk Baru

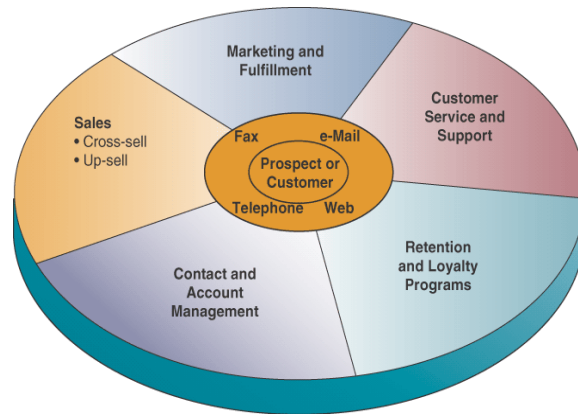
Untuk mendukung jalannya usaha bisnis ini (dengan penggunaan e-commerce) maka manajemen melakukan sebuah arsitektur aplikasi perusahaan, dimana perusahaan memberikan kerangka kerja konseptual yang menghubungkan antar proses dan *interface* dari aplikasi e-business. Mulai bagaimana hubungan pemasok dengan manajemen rantai pasok (SCM), ERP, CRM sampai ketangan pelanggan. Arsitektur aplikasi perusahaan dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 2. Arsitektur Aplikasi Perusahaan

3.2 *Customer Relationship Management (CRM) Perusahaan Pengrajin Bambu*

Dalam upaya mempertahankan loyalitas konsumen atau pelanggan, Perusahaan Pengrajin Bambu (PPB) mengimplementasikan sistem CRM (*Customer Relationship Management*). CRM adalah sebuah istilah industri TI untuk metodologi, strategi, perangkat lunak (software) dan atau aplikasi berbasis web yang mampu membantu sebuah perusahaan untuk mengelola hubungannya dengan para pelanggan. CRM merupakan salah satu usaha Perusahaan Pengrajin Bambu (PPB) untuk berkonsentrasi menjaga pelanggan dengan mengumpulkan segala bentuk interaksi pelanggan baik itu lewat telepon, *e-mail*, masukan di situs atau hasil pembicaraan dengan staf *sales* dan *marketing*. CRM adalah sebuah strategi bisnis menyeluruh dalam suatu perusahaan yang memungkinkan perusahaan tersebut secara efektif bisa mengelola hubungan dengan para pelanggan.



Gambar 3. CRM Applications Clusters

Aplikasi *Customer Relation Management* (CRM) pada pengusaha pengrajin bambu:

1. *Contract and Account Management*

Membantu secara profesional dalam bidang penjualan, pemasaran dan pelayanan serta melacak data tentang masa lalu dan merencanakan kontak dengan pelanggan serta menangkap prospeknya .

2. *Sales*

Menyediakan tenaga penjualan dengan perangkat lunak dan data yang mereka butuhkan untuk mendukung dan mengelola kegiatan penjualan. *Cross-selling* adalah mencoba untuk menjual kepada pelanggan dari satu produk dengan produk terkait. *Up-selling* adalah mencoba untuk menjual kepada pelanggan untuk produk yang lebih baik

3. *Marketing and Fulfillment*

Membantu pemasaran profesional menyelesaikan pemasaran langsung dengan tugas-tugas seperti kualifikasi penjualan untuk target pemasaran, penjadwalan dan pelacakan langsung surat pemasaran.

4. *Customer Service and Support*

Menyediakan tenaga penjualan dengan perangkat lunak dan akses database untuk database pelanggan yang berhubungan langsung dengan sales dan marketing profesional; membantu membuat, menetapkan dan mengelola permintaan untuk layanan pelanggan; *call center*, panggilan pelanggan ke agen melalui perangkat lunak berdasarkan keterampilan dan jenis panggilan;

membantu menyediakan layanan data yang relevan dan saran-saran untuk menyelesaikan masalah bagi pelanggan dan membantu permasalahan pelanggan.

5. *Retention and Loyalty Programs*

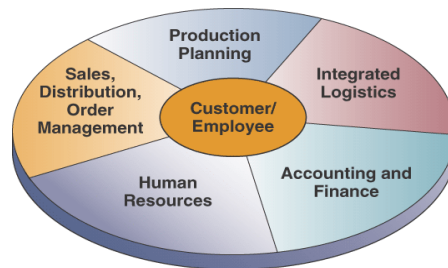
Membantu perusahaan mengidentifikasi dan memberi penghargaan serta memasarkan kepada pelanggan yang paling setia dan menguntungkan

3.3 *Enterprise Resource Planning (ERP)* pada Perusahaan Pengrajin Bambu

Sistem informasi *ERP (Enterprise Resource Planning)* merupakan suatu sistem informasi yang diperuntukkan bagi perusahaan manufaktur maupun jasa yang berperan mengintegrasikan dan mengotomasikan proses bisnis yang berhubungan dengan aspek operasi, produksi maupun distribusi di perusahaan bersangkutan. Dengan diterapkannya *ERP* diharapkan dapat mempermudah dan meringankan pekerjaan yang harus dilakukan oleh pekerja di masing–masing PPB. Selain itu, pertukaran informasi antar anggota PPB akan menjadi lebih lancar, dan tujuan paling utama adalah untuk menaikkan keuntungan PPB. Dengan adanya penyediaan jasa *e-business* di *internet* dapat mempermudah transaksi dengan pelanggan serta dapat dijadikan sebagai sarana promosi dan memperkenalkan barang dengan harga yang sama ke pada seluruh pelanggan. *E-business* juga terintegrasi dengan *ERP* untuk proses bisnis operasi, produksi maupun distribusi.

Dengan bantuan *ERP* perusahaan pengrajin bambu di Indonesia dapat terintegrasi pada setiap proses dalam perusahaan tersebut ke dalam suatu sistem komputerisasi. Manfaat lain dari *ERP* ini adalah integrasi bisnis secara keseluruhan, fleksibilitas dalam organisasi untuk bertransformasi dan meningkatkan *turn-overnya*, menciptakan analisa dan peningkatan kapabilitas yang lebih baik, serta penggunaan teknologi terbaru. Dengan adanya penerapan *ERP* pada perusahaan pengrajin bambu akan memperoleh keuntungan berupa perencanaan produksi, pemrosesan pesanan, manajemen persediaan, pengiriman, maupun keuangan sehingga mendukung pencapaian keberhasilan perusahaan. Kegiatan bisnis akan terintegrasi dengan *software ERP* dan *database* umum yang

dipelihara oleh *DBMS*. Menciptakan perusahaan yang efisien, responsif serta lincah dalam persaingan bisnis yang semakin ketat.



Gambar 4. Implementasi proses dan fungsi *ERP*

3.3.1. Perencanaan produksi

Pada proses produksi PPB telah didukung dengan perencanaan kebutuhan baku (bambu dan rotan) , perencanaan produksi serta kapasitas. Dalam perencanaan produksi pada PPB dilakukan dengan cara menyiapkan keseluruhan media, bahan dan peralatan yang digunakan mulai dari proses pembuatan bagian – bagian mebel, perakitan, pelupuhan dan *finishing*.

3.3.2. Logistik terintegrasi

Kegiatan operasional perusahaan tidak dapat berjalan dengan baik jika tidak adanya logistik yang terintegrasi yakni mulai dari alat-alat yang berhubungan dengan produksi ,perakitan serta pengangkutan (truk).

3.3.3. Akuntansi dan keuangan

Semua dana untuk kegiatan operasional PPB haruslah dibukukan dalam sebuah laporan keuangan tiap bulannya maupun tahunan. Pencatatan tersebut perlu dilakukan untuk mengetahui tingkat efisiensi perusahaan dalam penggunaan dana. Serta merupakan proses evaluasi manajemen untuk kedepannya. Pencatatan itu disimpan dalam bentuk *database* yang sistematis dan jelas, akan tetapi dalam hal ini database hanya bisa diakses oleh pihak-pihak tertentu untuk menghindari user dalam penyalahgunaan data.

3.3.4. Sumber Daya Manusia

Kegiatan operasional PPB tidak bisa berjalan dengan baik tanpa ketersediaan pekerja dan kualitas dari pekerja tersebut. Dalam hal ini PPB memiliki tenaga kerja yang memiliki ketrampilan dalam mengolah bambu (pengrajin bambu yang terlatih dan profesional).

3.3.5. Distribusi, Penjualan, Manajemen Pemesanan

Proses distribusi, penjualan dan pemesanan PPB didukung oleh sistem ERP yang terintegrasi dengan baik. Mulai dari perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam kelompok perusahaan pengrajin bambu, agen penjualan kerajinan bambu, media massa untuk periklanan, bank, penyedia jasa *web hosting*, serta jasa pengiriman barang..

3.4 *Business Process Reengineering* (BPR) Perusahaan Pengrajin Bambu

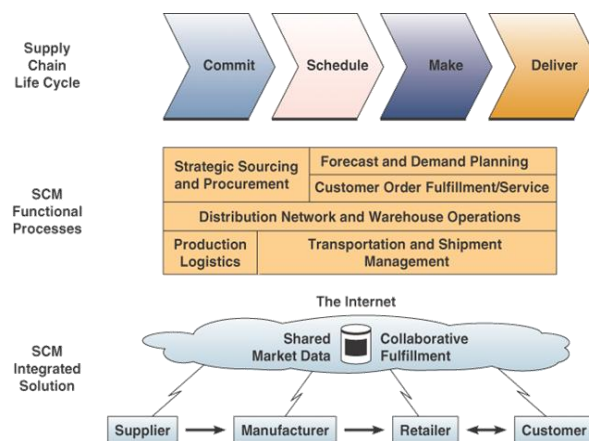
Kolaborasi perusahaan pengrajin bambu telah melaksanakan BPR (*Business Process Reengineering*) karena pada awalnya perusahaan masih menerapkan kolaborasi dengan sistem konvensional yang pada saat sekarang tidak dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. perusahaan dituntut untuk memulai segalanya dari nol, dalam arti proses analisis dimulai dengan meninjau kembali visi dan misi perusahaan yang bersangkutan. Tujuan dilakukannya BPR adalah untuk meningkatkan kinerja perusahaan secara dramatis dan signifikan, bukan hanya peningkatan secara wajar. Output dari proyek BPR adalah usulan atau perancangan proses-proses kerja yang baru dan lebih baik dari sebelumnya. Prinsip "*Better-Cheaper-faster*" menjadi pedoman utama dalam aktivitas penciptaan proses-proses yang baru. Oleh karena itu segala perubahan yang dilakukan secara internal dan fundamental.

3.5 *Supply Chain Management* (SCM) Perusahaan Pengrajin Bambu

Manajemen rantai pasok pada PPB dengan penggunaan teknologi informasi ini dilakukan dengan cara menjaga hubungan baik dengan pihak-pihak yang berkepentingan mulai dari antara karyawan dengan manajemen, pemasok, pelanggan serta mitra bisnis. Selain itu dipergunakan untuk mengatur dan menyediakan kerja sama untuk seluruh aplikasi/*request* terhadap setiap kebutuhan-kebutuhan dasar pendukung berjalannya system. *Suppliers* atau pemasok bahan-bahan baku yang dibutuhkan perusahaan untuk menciptakan produk-produknya adalah para pengrajin bambu yang terletak pada lokasi produksi (Jawa Tengah, Jawa Timur, Nusa Tenggara Timur, Sulawesi Selatan, Sumatera Utara dan Kalimantan Selatan). Selain itu, perusahaan juga memasok

bahan baku bambu yang berasal dari kelompok tani penghasil bambu di sekitar lokasi produksi.

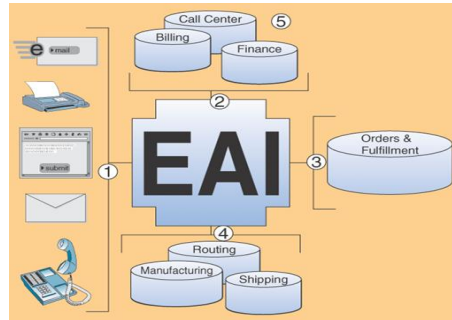
Berdasarkan *SCM Functional Process* pada perusahaan ini, tahap *Advance Scheduling* yaitu membuat penjadwalan yang telah disepakati bersama antara pihak konsumen dengan PPB. Tahap selanjutnya adalah *Transportation Planning* yaitu membuat suatu perencanaan dalam penyediaan transportasi agar produk dapat diterima dengan baik oleh konsumen tanpa adanya kerusakan apapun. Tahap selanjutnya adalah *Distribution Planning*, tahap ini dilakukan dengan memberikan rancangan distribusi yang baik berupa jadwal, harga. Semua tahapan ini dijalankan dengan konsep *internetworking Supply Chain Management*.



Gambar 5. Supply Chain Management

3.6 Enterprise Application Integration pada Perusahaan Pengrajin Bambu

Integrasi aplikasi perusahaan pada PPB telah tersistem dengan baik. Hal ini dilihat dari adanya database pelanggan dan pemasok/supplier yang tersimpan dengan baik pada sistem informasi (komputer) manajemen. Proses EAI PPB adalah dengan menyediakan alamat email khusus untuk para pelanggan yang memesan kerajinan bambu via web, faksimile dan telepon. Informasi pelanggan dari media tersebut didistribusikan ke berbagai aplikasi dan data base sehingga ketika pesanan produk divalidasi, maka karyawan akan mengecek kebagian persediaan, menjadwalkan produksi pesanan tersebut dan melakukan pemenuhan. Setelah itu dalam proses pemenuhan itu maka pesanan akan diperiksa (apakah sesuai atau tidak) dan dikirimkan ketempat yang dituju.



Gambar 6. *Enterprise Application Integration*

3.7 Transaction Processing Systems pada Perusahaan Pengrajin Bambu

Sistem pemrosesan transaksi produk PPB dilakukan dengan berbagai cara. Pertama, untuk pelanggan yang bermitra dengan perusahaan maka transaksi (proses pembelian) dilakukan secara langsung (tunai) atau bisa juga dilakukan dengan sistem kredit. Kedua, untuk transaksi dengan agen besar penjual kerajinan bambu dilakukan dengan penggunaan sistem kartu kredit, atau debit tunai. Ketiga, transaksi yang dilakukan dengan penggunaan website dilakukan secara online yakni dengan penggunaan *credit card* yang telah disepakati antara kedua belah pihak.

3.8 Enterprise Collaboration Systems pada Perusahaan Pengrajin Bambu

Enterprise Collaboration System pada PPB dilakukan dengan tiga alat bantu utama. *Tool* atau alat bantu yang pertama adalah *Electronic Communication Tools* dengan menggunakan e-mail, voice mail, web publishing, dan fax. *Tool* yang kedua adalah *Electronic Conferencing Tools* dengan menggunakan data conferencing, voice conferencing, video conferencing, discussion forums, dan electronic meetings. *Tool* ketiga adalah *Collaborative Work Management Tools* yaitu dengan calendaring, task and project management, workflow systems, knowledge management, serta document sharing.

IV. KESIMPULAN

Penerapan *e-business* pada Perusahaan Pengrajin Bambu telah terintegrasi dengan baik. Hal ini dilihat dengan adanya sistem arsitektur aplikasi perusahaan yang memberikan kerangka kerja konseptual yang menghubungkan antar proses dan *interface* dari aplikasi e-business. Mulai bagaimana hubungan pemasok dengan manajemen rantai pasok (SCM), ERP, CRM sampai ketangan pelanggan. Tiga hal penting dalam e-business Perusahaan Pengrajin Bambu yakni:

1. Manajemen rantai pasok pada Perusahaan Pengrajin Bambu yakni dengan cara menjaga hubungan baik dengan pihak-pihak yang berkepentingan mulai dari antara karyawan dengan manajemen, pemasok, pelanggan serta mitra bisnis. Selain itu dipergunakan untuk mengatur dan menyediakan kerja sama untuk seluruh aplikasi/*request* terhadap setiap kebutuhan-kebutuhan dasar pendukung berjalannya system.
2. *Enterprise resource planning* Perusahaan Pengrajin Bambu dikonsepsikan dalam sebuah kerangka kerja transaksi perusahaan secara menyeluruh yang berhubungan dengan pemrosesan pesanan penjualan, manajemen dan pengendalian persediaan, perencanaan produksi dan distribusi, serta keuangan.
3. *Customer relation management* Perusahaan Pengrajin Bambu dilakukan untuk membina dan menjaga hubungan antara pelanggan dengan pihak manajemen perusahaan.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Alter, Steven. 2002. *Information System: Foundation of E-Business*. Prentice Hall. New Jersey.
- Anastasia, Diana. (2004). Mengenal e-Business. Andi, Yogyakarta.
- Dhewanto, Wawan; & Falahah. 2007. ERP (Enterprise Resource Planning) Menyelaraskan Teknologi Informasi dengan Strategi Bisnis (Dilengkapi dengan 18 Ulasan Fitur Berbagai Software ERP Terkemuka). Bandung: Informatika Bandung.
- O'Brien, JA dan Marakas, GM. 2008. *Management Information Systems*. McGraw Hill Companies : New York, United States.
- Seminar, K. B. 2004. Pembangunan Sistem Informasi dan Penyusunan DSS. Pelatihan Doses Tentang Teknologi Informasi untuk Pengelolaan Sumberdaya Alam. Fakultas MIPA, IPB, Bogor.