

DIGITAL (ELECTRONIC) BUSINESS & MARKETING STRATEGY

Alexander Machicky Mayestino

2025 - 2025

$$\mathbf{EB = EC + BI + CRM + SCM + ERP}$$

E-Business by Strauss-Frost

$$\mathbf{EB = SCM + CRM + SeCM + KT + ERP + EP}$$

E-Business by Kalakota-Robinson

Book: "E-Business" by Kalakota & Robinson

EB: E-Business

EC: E-Commerce

BI: Business Intelligence

CRM: Customer Relationship Management

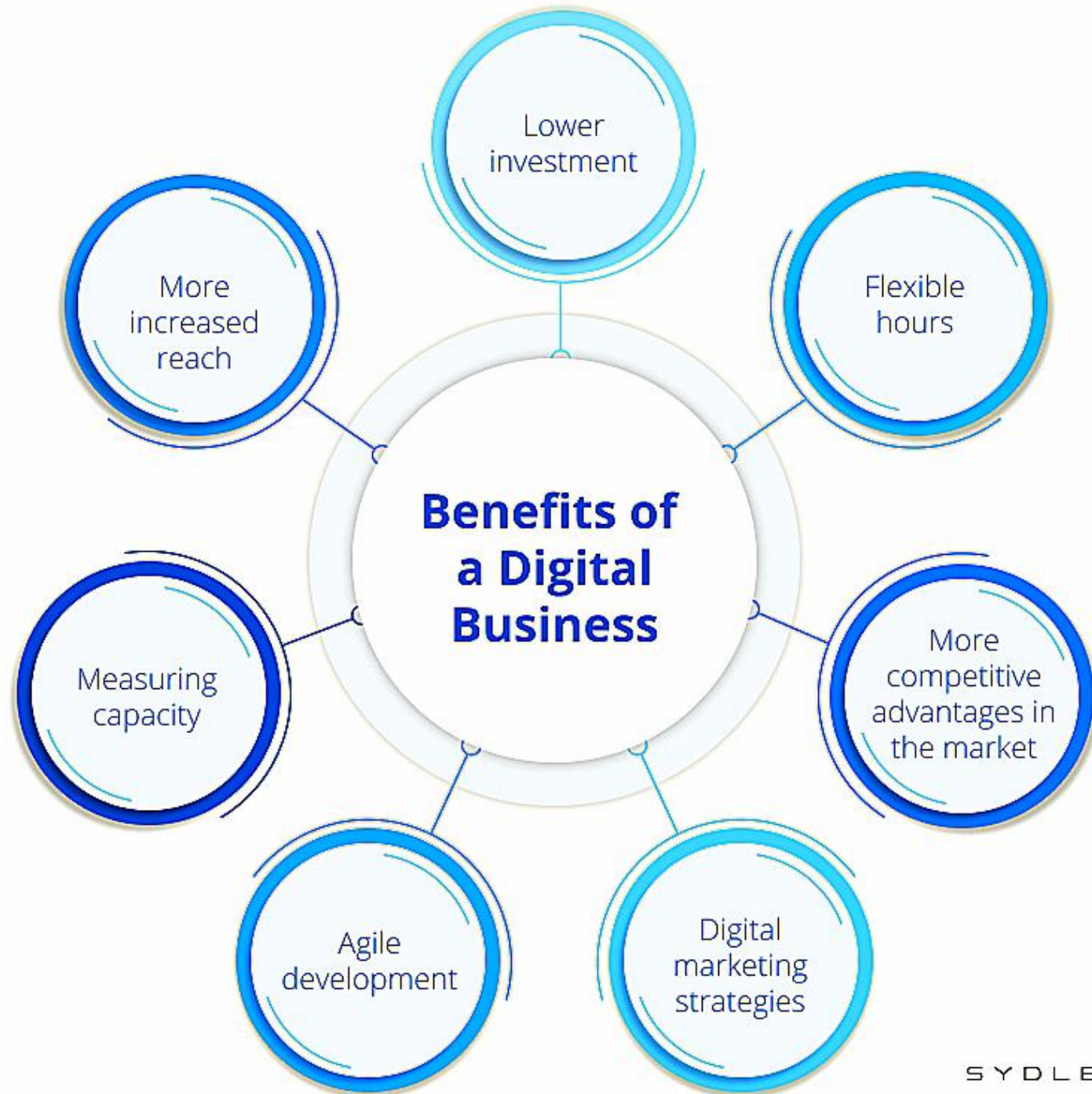
SCM: Supply Chain Management

SeCM: Selling Chain Management

KT: Knowledge Tone

ERP: Enterprise Resource Planning

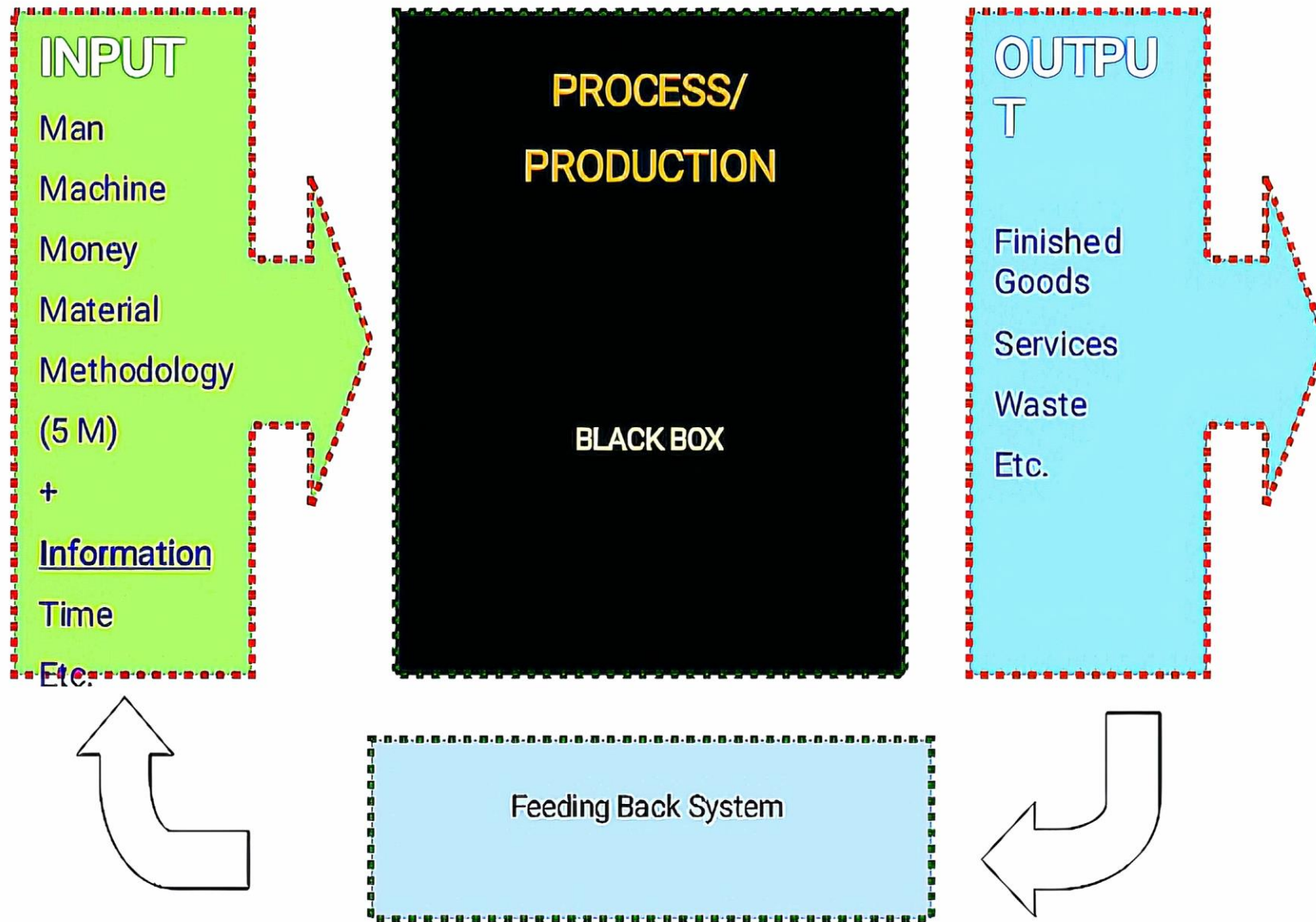
EP: E-Procurement



Penelitian "Sybase Customer Asset Management Solution" oleh www.sybase.com menunjukkan hal-hal yang menarik sebagai berikut:

- Memerlukan biaya enam (6) kali lipat untuk menjual sesuatu kepada konsumen baru daripada kepada konsumen lama.
- Konsumen tertentu yang tidak puas akan suatu produsen akan menyebarkan berita tentang ketidakpuasannya ini ke sekitar 8-10 orang lain.
- Suatu perusahaan dapat meningkatkan keuntungan niaganya sebanyak 85%, dengan biaya 5%, guna pengelolaan hubungan dengan konsumennya untuk mempertahankan kesetiaan konsumen tersebut.
- Kemungkinan (probabilitas) penjualan kepada konsumen baru sukses adalah 15%, kemungkinan hal yang sama terhadap konsumen lama adalah 50%.
- Sebanyak 70% konsumen yang tidak puas akan bersedia meneruskan hubungan niaga itu dengan membeli produk atau layanan yang sama atau lainnya, bila keluhan itu ditanggapi dengan cepat.
- Lebih dari 90% perusahaan di dunia, tidak memiliki sistem penjualan dan pelayanan terpadu yang dapat mendukung E-Commerce (perniagaan yang menggunakan layanan berbagai sistem elektronik)

SYSTEM ANALYSIS



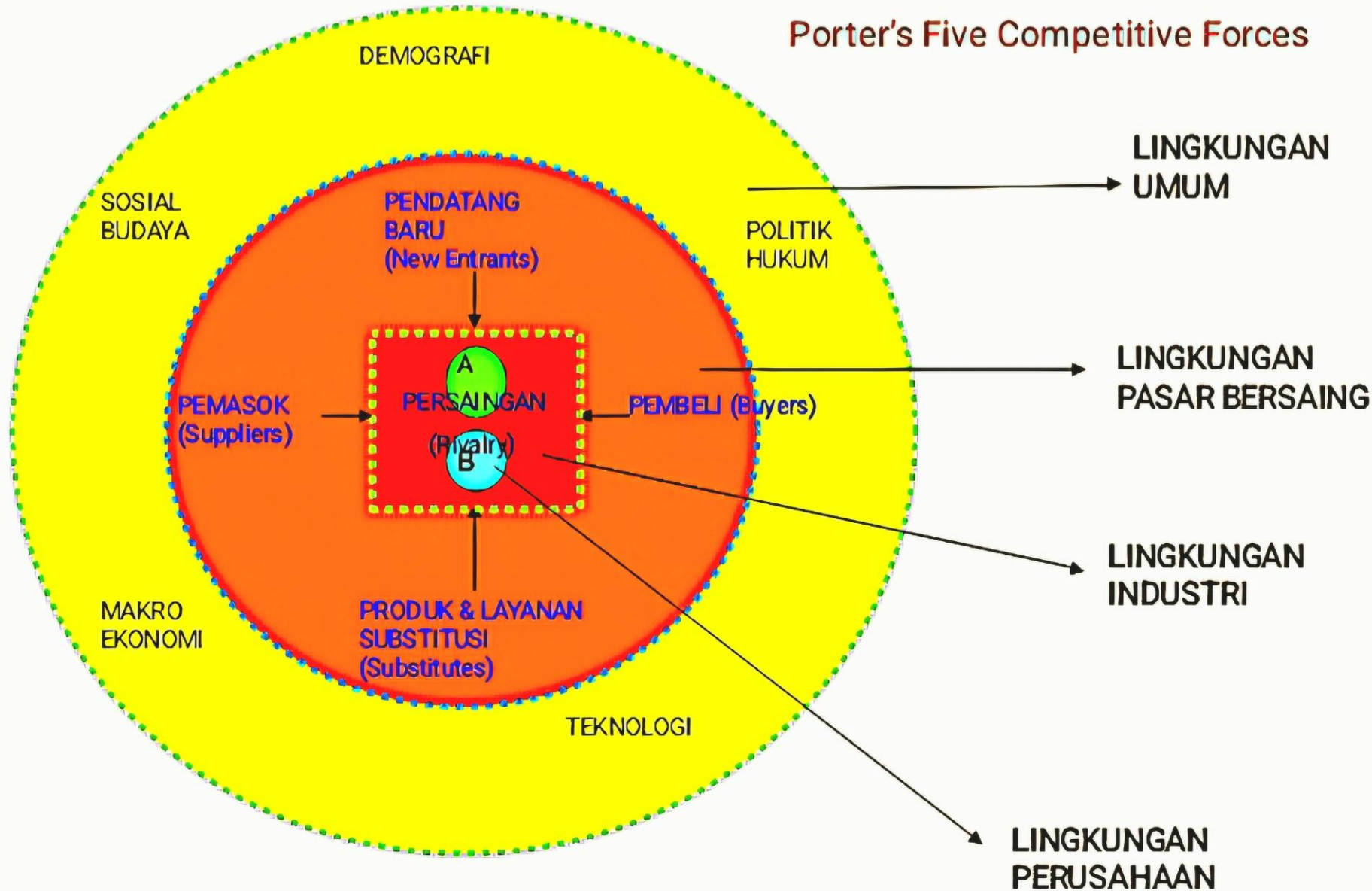
Closed Loop I – P – O System
Wayne C Turner – Joe H Mize - Kenneth E Case
"Introduction to Industrial and Systems Engineering"

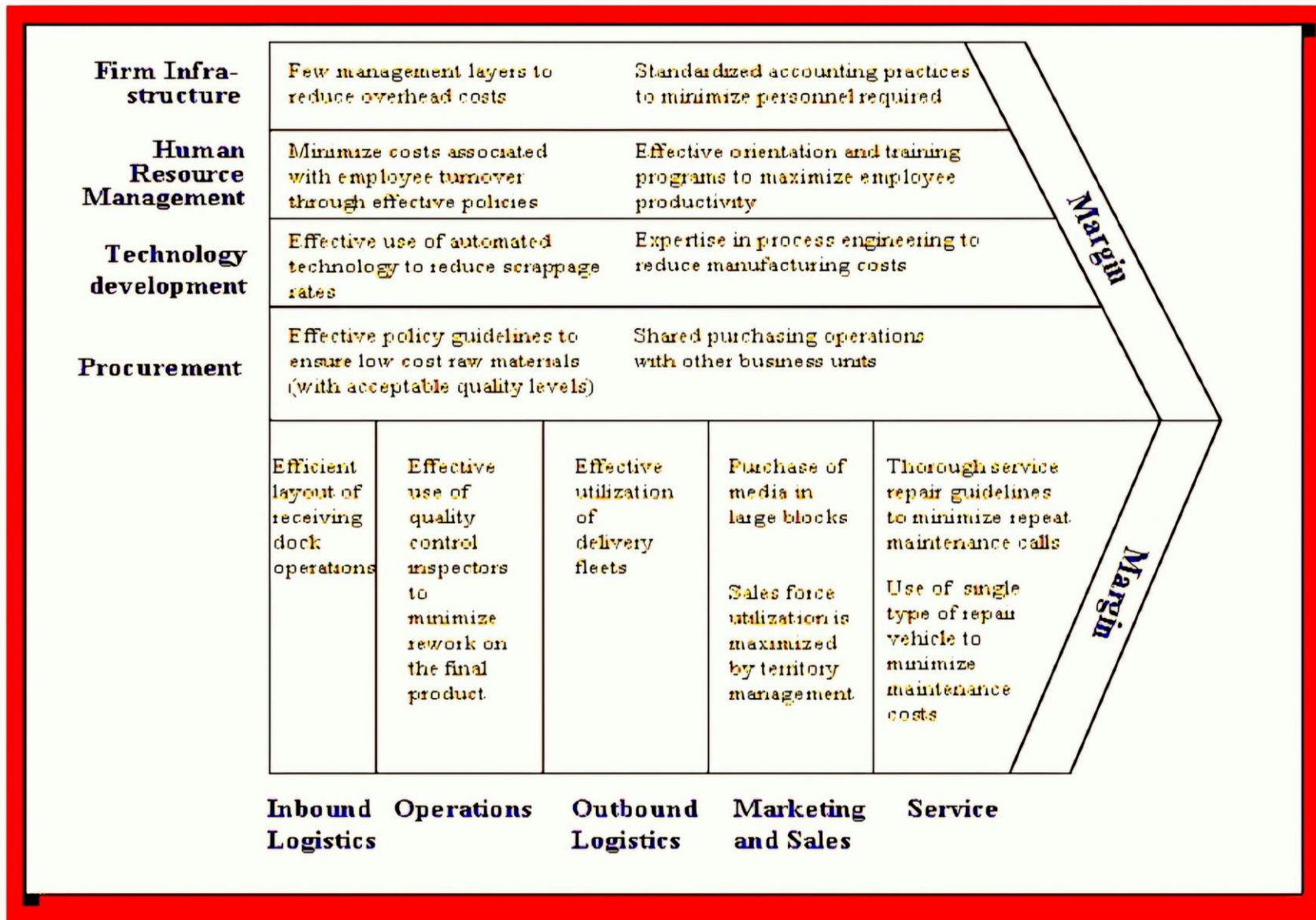


Dimensi	Transaction Processing System (TPS)	Management Information System (MIS)	Decision Support System (DSS)	Expert System (ES)	Executive Information System (EIS)
Aplikasi	Payroll, persediaan (inventory), penyimpanan rekaman (record keeping), informasi produksi & penjualan	Kontrol produksi, perawatan penjualan, pemantauan	Perencanaan Strategis Jangka Panjang, masalah terintegrasi rumit	Diagnosis, perencanaan strategis, perencanaan pengendalian internal, strategi	Pengambilan keputusan Manajemen tingkat tinggi, peneraan lingkungan (environmental scanning)
Titik Perhatian	Transaksi Data	Informasi	Keputusan, fleksibilitas, (user- friendliness)	Inferencing, transfer keahlian	Penelusuran, pengendalian, Drill-Down
Data Base	Unik untuk tiap aplikasi, update batch	Akses interaktif oleh pemrogram	DBMS, akses interaktif, pengetahuan faktual	Pengetahuan prosedural & faktual, basis pengetahuan (knowledge base)	Eksternal (on-line) dan korporasi, akses luas perusahaan (semua Data Base)
Kemampuan Pengambilan Keputusan	Tidak ada	Masalah terstruktur rutin menggunakan alat Sains Manajemen (Management Science) konvensional	Masalah terstruktur Model Sains Manajemen terintegrasi, campuran penilaian dan pemodelan	Sistem membuat keputusan rumit, tidak terstruktur, penggunaan berbagai aturan (heuristics)	Hanya bila digabungkan dengan Decision Support System
Manipulasi	Numerikal	Numerikal	Numerikal	Simbolik	Numerik (utamanya), beberapa simbolik
Tipe informasi	Laporan Rangkuman, operasional	Laporan kebutuhan dan terjadual, aliran terstruktur, pelaporan pengecualian (exception reporting)	Informasi untuk mendukung keputusan spesifik	Saran dan penjelasan	Akses status, pelaporan pengecualian, indikator kunci (Key Indicator)
Tingkat organisasi tertinggi dilayani	Sub-manajerial, manajemen tingkat rendah	Manajemen tingkat menengah	Analisis dan para manajer	Manajer dan spesialis	Eksekutif Senior
Momentum acuan (motivasi)	Kesesuaian	Efisiensi	Efektivitas	Efektivitas dan kesesuaian	Kepantasan, kesesuaian

Berbagai atribut tentang sebagian besar Computer Management Support System (Efraim Turban)

Porter's Five Competitive Forces





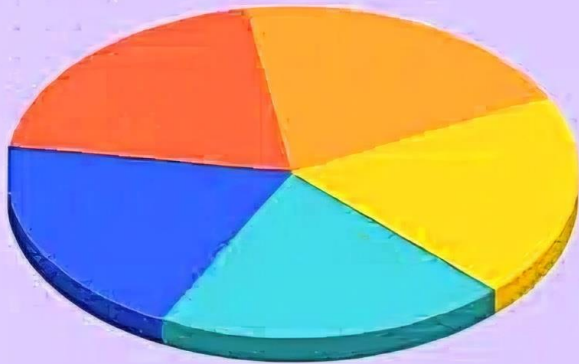
Aktivitas Value Chain Michael Porter

Sumber : M.E. Porter, Competitive Advantage, New York, Free Press 1985

IT COMPONENTS IN SCM

- ERP
- Analytical Tools: DSS
- Simchi-Levi et al (2004):
 - Strategic
 - Tactical
 - Operational Planning
 - Operational

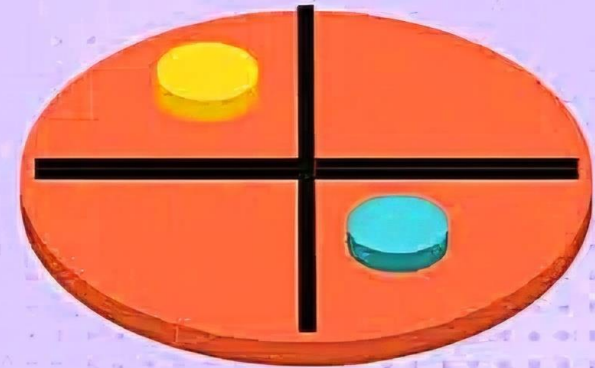
STP - Segmentation, Targeting, and Positioning



Segmentation



Targeting



Positioning

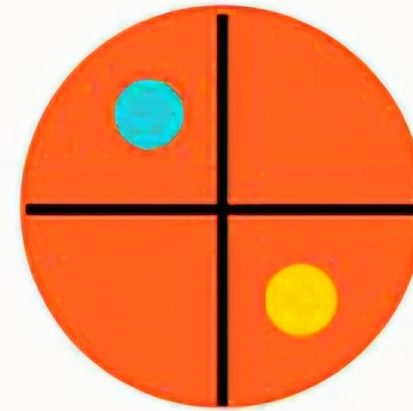
STP Marketing



Segmentation



Targeting



Positioning





quality price
innovation planning
viral consumer recommendation
presentation manager
market growth store place
marketing
Plan
advertising
sale team
promotion blogs
business branding
social media
finance customer
distribution design
management
internet









1784

INDUSTRY 1.0

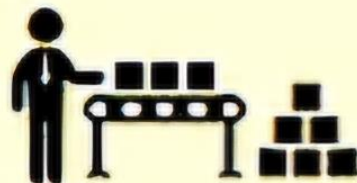
Mechanization, steam power, weaving loom



1870

INDUSTRY 2.0

Mass production, assembly line, electrical energy



1969

INDUSTRY 3.0

Automation, computers and electronics

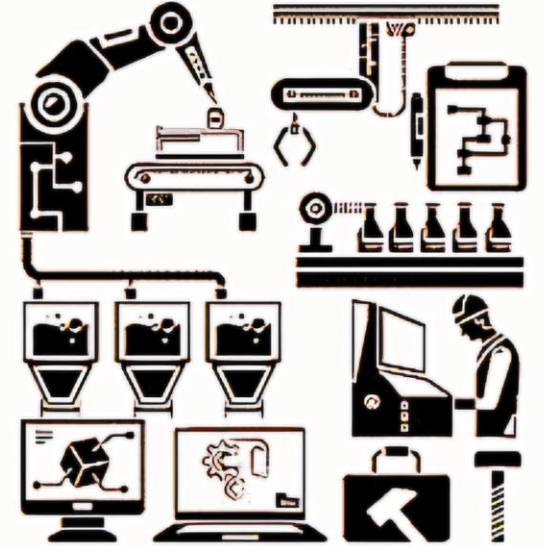
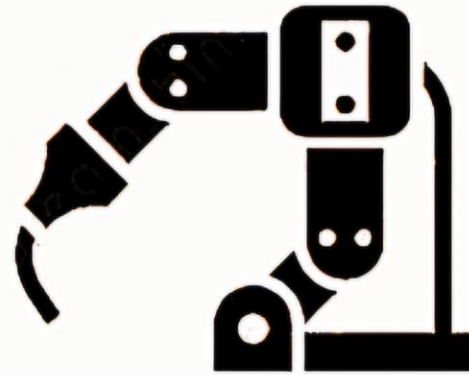
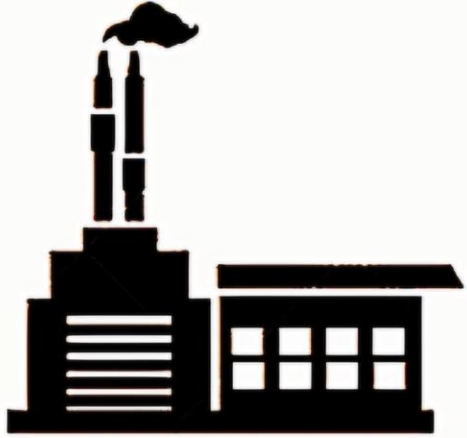


TODAY

INDUSTRY 4.0

Cyber Physical Systems, internet of things, networks





18th Century

19th Century

20th Century

Today

Industry 1.0

Mechanical production
equipment powered by
steam

Industry 2.0

Mass production assembly
lines requiring labour and
electrical energy

Industry 3.0

Automated production
using electronics and IT

Industry 4.0

Intelligent production
incorporated with IoT,
cloud technology & big data



Strategi Penerapan Digital Marketing Dalam Bisnis



The Elements of Digital Business circa 2017

digital
customer
journey



omnichannel
digital
touchpoints



Digital and Social
Marketing & Comms



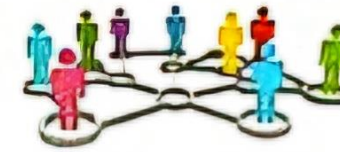
Search, SEO,
SEM



Corporate
Web Site



Mobile Apps,
VR/AR, Bots



Customer
Communities



Open APIs, IoT, &
Ecosystems

digital
business
foundation



E-commerce



Sharing
Economy Services



Employee Collaboration
Platforms



Customer Experience
Management



Developer Network,
API Operations, Billing

digital
business
support



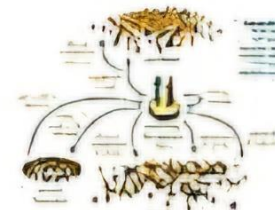
Digital Business
Leadership
(CIO, CDO, CEO, etc.)



Digital Business
Architecture, Security,
Governance



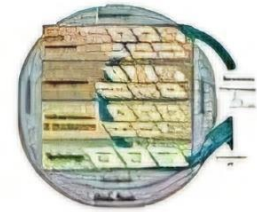
Branding and
Content



Community
Management



Change
Agents



Big Data, Analytics, &
AI/Machine Learning