

Manajemen teknologi informasi pada perusahaan e-commerce dalam membangun dan mempertahankan competitive advantage

Andy Febri Cahyo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20438546&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pertumbuhan e-commerce diprediksi akan berkembang terus seiring dengan makin memasyarakatnya jaringan global Internet. Bahkan beberapa pakar teknologi informasi memprediksi bahwa Internet akan menjadi bagian kehidupan sehari-hari masyarakat modem pada masa mendatang. Ini artinya mereka akan demikian kental berurusan dengan Internet dalam segala hal termasuk membeli atau menjual barang dan jasa. Begitu pula perusahaan-perusahaan akan mengupayakan pelebaran pangsa pasarnya melalui jaringan Internet sebagai strategi baru yang sangat global. Dengan kata lain, e-commerce akan menjelma menjadi infrastruktur bisnis alternatif yang mumpuni pada era informasi kini dan mendatang.

Menyadari akan hal tersebut diatas, Group Lippo sebelumnya berkonsentrasi di finansial kemudian beralih menjadi perusahaan berbasis Internet sebagai pilar kekuatan bisnisnya yang baru. Dengan bisnis finansial yang kuat, teknologi informasi yang canggih, dan jaringan department store yang luas, Lippo tentunya telah menguasai customer base untuk menjadikan LippoShop terjun ke e-commerce. Keputusan bisnis yang diambil oleh Group Lippo menjadikan LippoShop sebagai portal belanja vertikal terkemuka dan perusahaan e-commerce terbesar di Indonesia, bisa dijadikan tolak ukur keberhasilan Lippo memadukan bisnis offline dengan onlinenya.

Terdapat dari implementasi e-commerce ketika LippoShop mengadopsi teknologi atau aplikasi untuk memulai bisnis e-commerce. Tiga faktor yang secara umum berpengaruh terhadap implementasi tersebut, yaitu: lingkungan bisnis, karakteristik teknologi, dan tekanan kompetisi. Disini, LippoShop memerlukan tiga kompetensi, yaitu; pertama, kompetensi teknis yang membutuhkan knowledge. Kedua, kompetensi konseptual untuk menentukan asumsi dan peramalan masa depan dan melakukan pergeseran perspektif serta kemampuan mengelola resiko dengan baik. Terakhir, LippoShop memerlukan kompetensi interdependen yang memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi dan bekerjasama secara efektif untuk menghasilkan sinergi.

Dar sisi teknologi informasi, potensi strategis TI yang dimiliki LippoShop dapat dimanfaatkan untuk memenangkan persaingan di industri e-commerce yang ketat ini. Pemanfaatan potensi strategis tersebut membantu manajemen dalam memfokuskan fungsi, peranan, dan posisi teknologi informasi sebagai alat utama dalam persaingan dan keunggulan kompetitif.

Di masa datang, pemain dalam industri e-commerce yang memiliki strategi fokus terbaik yang akan memenangkan persaingan. Untuk itu, LippoShop membutuhkan suatu studi manajemen teknologi informasi yang memberikan fleksibilitas bagi perusahaan untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya (SCA).

Hal ini juga akan memberikan keluasaan bagi LippoShop untuk melakukan adaptasi terhadap kebutuhan pasar.