



**PERENCANAAN E-BISNIS
TOKO AKSESORIS DAN MODIFIKASI SEPEDA MOTOR
BUCOSONLINE.COM**

KARYA AKHIR

**DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT
UNTUK MENYELESAIKAN PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**OLEH
DENDY K PRAMUDITO
55109110036**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2011**



**PERENCANAAN E-BISNIS
TOKO AKSESORIS DAN MODIFIKASI SEPEDA MOTOR
BUCOSONLINE.COM**

KARYA AKHIR

**OLEH
DENDY K PRAMUDITO
55109110036**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2011**

PENGESAHAN

Judul : **Perencanaan E-Bisnis Toko Aksesoris dan Modifikasi Sepeda Motor
BucosOnline.com**

Bentuk Karya akhir : Perencanaan Bisnis

Nama : Dendy K Pramudito, ST

NIM : 55109110036

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

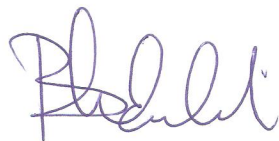
Tanggal : 2011

Mengesahkan :

Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Pembimbing I



Dr. Baruna Hadibrata, SE, MM

**Ketua Program Studi
Magister Manajemen**

Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS.

Pembimbing II



Djati Adi Wicaksono, M.Inf.Sys., AWP

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa semua pernyataan didalam Karya Ahir ini :

Judul : **Perencanaan E-Bisnis Toko Aksesoris dan Modifikasi Sepeda Motor Bucos Online.com**

Bentuk Karya Akhir : Perencanaan Bisnis

Nama : Dendy K Pramudito, ST

NIM : 55109110036

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 12 Maret 2011

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pascasarjana pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 12 Maret 2011

Dendy K Pramudito, ST

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT karena atas berkat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Perencanaan E-Bisnis Toko Aksesoris dan Modifikasi Sepeda Motor BucosOnline.com” ini. Dimana penyusunan tesis ini merupakan salah satu syarat kelulusan dalam program studi Magister Manajemen konsentrasi pemasaran Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Berbagai pihak telah banyak membantu sehingga dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Didik J Rachbini selaku Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana, Jakarta
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta
3. Bapak Dr. Baruna Hadibrata, SE, MM selaku dosen pembimbing 1 yang telah banyak memberikan kontribusi pada masalah seputar analisa keuangan dan analisa kelayakan usaha dari tesis saya
4. Bapak Djati Adi Wicaksono, M.Inf.Sys, selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan kontribusi dan ilmu mengenai e-marketing dan strateginya dimana semua itu sangat berpengaruh dalam pekerjaan saya,
5. Bapak Drg.H.Kuswanto,PhD,MSc dan Ibu Hj.Sri Daning Widyatni selaku kedua orangtua yang telah banyak memberikan dukungan moril sehingga tesis ini dapat terselesaikan tepat waktu,

6. Nur Alfiah, ST selaku istriku tercinta dan Kevin Adhyaksa selaku anakku yang tercinta yang tiada henti memberikan kebahagiaan dan semangat kepada penulis dari awal perkuliahan hingga tesis ini dapat terselesaikan.
7. Bapak K.H.Ir. Nugroho Moempoeni MBA selaku guru spritual yang telah memberikan dukungan sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan,
8. Kepada ibu Uni Halim selaku Direktur Operasional PT.Nike Indonesia selaku atasan saya langsung dan khususnya kepada rekan-rekan di Divisi IT System yang telah memberikan dukungan moril kepada penulis.
9. Seluruh teman-teman kuliah Magister Manajemen angkatan 14 yang selalu setia dengan Romantis-nya “Rombongan Makan Gratis” , sungguh mempunyai teman seperti kalian membuat hati jadi bahagia dan sejenak terlupakan segala penat dan beban rutinitas pekerjaan
10. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun telah membantu terlaksananya tesis ini, terima kasih atas dukungan dan doanya selama ini.

Penulis menyadari adanya keterbatasan dan kelemahan dalam penyusunan tesis ini oleh karenanya diharapkan adanya masukan positif dari semua pihak sehingga pada akhirnya tesis ini dapat menjadi suatu ilmu yang berguna baik bagi diri penulis, dan dunia ilmu pengetahuan pada umumnya.

Jakarta, Maret 2011

Penulis

DAFTAR ISI

Abstract	i
Abstrak	ii
Lembar Pengesahan	iii
Lembar Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Maksud dan Tujuan	5
1.5. Manfaat Penulisan	5

BAB II DESKRIPSI E-BISNIS BUCOSONLINE.COM

2.1. Fakta dan Kondisi Umum Kegiatan E-Bisnis	8
2.1.1. Deskripsi Situs Web BucosOnline.com	12
2.2. Visi dan Misi BucosOnline	14
2.3. Lingkup Bidang Usaha	14
2.4. Sumberdaya BucosOnline	15
2.5. Struktur Organisasi	15
2.6. Tantangan E-Bisnis	16
2.7. Proses E-Bisnis	18

BAB III KONSEP E-BISNIS

3.1. Digitalisasi Bisnis	19
3.2. Spektrum Nilai E-Bisnis	22
3.2.1. Spektrum Efisien	22

3.2.2.	Spektrum Efektif	22
3.2.3.	Spektrum Terjangkau	23
3.2.4.	Spektrum Struktur	24
3.2.5.	Spektrum Kesempatan	25
3.3.	Model E-Bisnis	25
3.3.1.	Model E-Bisnis dalam Tingkatan Komitmen	27
3.4.	Tahapan E-Bisnis	31
3.5.	E-Marketing Web 2.0	31
3.5.1.	Pemasaran Era Baru	35
3.6.	Evolusi E-Bisnis	36
3.6.1.	Evolusi Inform	37
3.6.2.	Evolusi Automate	38
3.6.3.	Evolusi Integrasi	39
3.6.4.	Evolusi Reinvent	40

BAB IV METODE PENYUSUNAN PERENCANAAN E-BISNIS

4.1.	Pengumpulan Informasi	42
4.2.	Metode Analisis Data	43
4.3.	Proses Penyusunan Perencanaan E-Bisnis	44
4.4.	Metode Analisis Kelayakan Perencanaan E-Bisnis	45

BAB V ANALISIS DATA

5.1.	Analisa Trend E-Bisnis	47
5.2.	Analisa Faktor Strategis	51
5.2.1.	Analisa Peluang dan Ancaman	51
5.2.2.	Analisa Kekuatan dan Kelemahan	54
5.2.3.	Analisa Hasil SWOT	57
5.3.	Analisa Target Pasar	58
5.4.	Analisa Operasional	66
5.4.1.	Analisa Kata kunci (<i>keyword</i>)	67
5.4.2.	Analisa Search Engine Marketing	69
5.4.3.	Analisa Social Media	72

5.5. Analisa Kelayakan Usaha	74
------------------------------	----

BAB VI PERENCANAAN E-BISNIS

6.1. Gagasan Usaha	76
6.2. Strategi Operasional	77
6.2.1. Pengembangan Situs Web	78
6.3. Strategi Pemasaran	82
6.3.1. E-Product	83
6.3.2. E-Price	84
6.3.3. E-Place	85
6.3.4. E-Promotion	92
6.4. Modal Kerja dan Proyeksi Keuangan	98
6.4.1. Anggaran Pendirian Situs Web BucosOnline.com	98
6.4.2. Proyeksi Keuangan BucosOnline.com	100
6.5. Analisa Kelayakan E-Bisnis	101
6.5.1. Perhitungan Payback Period	102
6.5.2. Perhitungan Net Present Value	102
6.5.3. Perhitungan IRR dan PI	103
6.5.4. Ikhtisar Situs Web	104

BAB VII REKOMENDASI BAGI MANAJEMEN

7.1. Kesimpulan	108
7.2. Saran	109
7.2.1. Saran Aspek Situs Web	109
7.2.2. Saran Aspek Keuangan	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik 100 Situs Web Teratas di Indonesia	3
Gambar 2.1. Pengguna Internet di seluruh dunia per 30 Juni 2010	9
Gambar 2.2. Data pengguna internet di Asia per April 2010	10
Gambar 2.3. Struktur Organisasi BucosOnline.com	13
Gambar 3.1. Pola E-Bisnis	17
Gambar 3.2. Tingkatan Komitmen E-Bisnis	24
Gambar 3.3. Enam Tipe Saluran komunikasi digital	30
Gambar 3.4. Bentuk Hubungan 5C Global Sphere	33
Gambar 5.1. Pengguna Internet Dunia per Juni 2010	43
Gambar 5.2. Grafik pengguna internet di Indonesia	44
Gambar 5.3. Grafik pertumbuhan transaksi online	46
Gambar 5.4. Diagram Cartesius Analisa SWOT	53
Gambar 5.5. Diagram jenis kelamin pengunjung http://oto.detik.com	60
Gambar 5.6. Diagram kelompok umur pengunjung http://oto.detik.com	60
Gambar 5.7. Diagram pendidikan pengunjung http://oto.detik.com	60
Gambar 5.8. Diagram pekerjaan pengunjung http://oto.detik.com	61
Gambar 5.9. Grafik Trends pencarian katakunci “aksesoris motor”	64
Gambar 5.10. Distribusi Click and Attention “heat-map”	65
Gambar 5.11. Grafik pengguna yang membuka hasil mesin pencarian	66
Gambar 5.12. Grafik pengguna yang memutuskan menggunakan mesin pencari lain setelah tidak menemukan hasil di mesin pencari pertama	66
Gambar 5.13. Grafik pengguna mesin pencari yang modifikasi kata kunci	67

Gambar 5.14. Grafik perusahaan Asia pengguna sosial media	68
Gambar 5.15. Grafik jenis media sosial sering digunakan oleh perusahaan di Asia	68
Gambar 5.16. Grafik trend facebook di Indonesia	69
Gambar 5.17. Grafik trend twitter di Indonesia	69
Gambar 5.18. Grafik pengguna internet penghobi motor	70
Gambar 6.1. Home Page BucosOnline.com	74
Gambar 6.2. Menu Login	75
Gambar 6.3. Menu Produk	75
Gambar 6.4. Menu Info	76
Gambar 6.5. Share to Social Media	76
Gambar 6.6. Menu Chat	77
Gambar 6.7. Menu Sliding Product	78
Gambar 6.8. Online Purchasing Order Form	79
Gambar 6.9. Search Engine for BucosOnline	80
Gambar 6.10. Title Tag di Browser	82
Gambar 6.11. Header Tag	82
Gambar 6.12. Fan Page BucosOnline	89
Gambar.6.13. Visitors Overview	98
Gambar 6.14. Traffic Source BucosOnline.com	99
Gambar 6.15. Map Overlay	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Penduduk Jabodetabek Tahun 2010	1
Tabel 1.2. Jumlah Produksi Total Sepeda Motor di Indonesia 2005	2
Tabel 3.1. Trend Utama yang mendorong terjadinya E-Bisnis	16
Tabel 3.2. Perbandingan Pemasaran 1.0 dengan 2.0	29
Tabel 5.1. Pengguna Internet di Indonesia	44
Tabel 5.2. Matriks Profil Kompetitif	49
Tabel 5.3. Evaluasi Faktor Eksternal	50
Tabel 5.4. Evaluasi Faktor Internal	52
Tabel 5.5. Data Kendaraan Bermotor	55
Tabel 5.6. Data Kendaraan Bermotor DKI Jakarta 2001-2008	56
Tabel 5.7. Tingkat pendidikan pria dan wanita di DKI Jakarta 2008	57
Tabel 5.8. Jenis Kegiatan Warga DKI Jakarta 2008	58
Tabel 5.9. Pengunjung Halaman Utama www.detik.com	59
Tabel 5.10. Hasil Pengolahan Kata Kunci	63
Tabel 6.1. Modal Awal Kerja	92
Tabel 6.2. Anggaran Komisi Penjualan Tahun 1 hingga 5	93
Tabel 6.3. Anggaran Biaya Penjualan Tahun ke 1 hingga 5	93
Tabel 6.4. Proyeksi Arus Kas metode langsung	94
Tabel 6.5. Proyeksi Laba Rugi Tahun ke 1 hingga 5	94
Tabel 6.6. Perhitungan Payback	95
Tabel 6.7. Perhitungan NPV 3 tahun	96
Tabel 6.8. Perhitungan IRR 3 tahun	96
Tabel 6.9. Perhitungan IRR 5 tahun	96



UNIVERSITAS
MERCU BUANA