

Implementation of E-Business Strategy to Increase Competitive Advantage (Case Study At PT. Airasia Indonesia)

Penerapan Strategi E-Business untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus pada PT. Airasia Indonesia)

Sophia Rahmadhani¹⁾; Anggita Rizki²⁾; Ahmad Ihsan Fiqih Siregar²⁾; Nurbaiti²⁾

^{1,2)} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: ¹⁾ Sophiarahmadhani68@gmail.com; ²⁾ Gitarizzkia@gmail.com; ²⁾ FiqihSiregar20@gmail.com ²⁾ nurbaiti@uinsu.ac.id

How to Cite :

Rahmadhani, S., Rizki, A., Siregar, A. I. F., Nurbaiti. (2021). Implementation of E-Business Strategy to Increase Competitive Advantage (Case Study At PT. Airasia Indonesia). Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

ARTICLE HISTORY

Received [1 Desember 2021]

Revised [10 Desember 2021]

Accepted [28 Desember 2021]

KEYWORDS

E-bussines, Application of E-Bussiness, Air asia

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

E-business adalah penggunaan Internet dan jaringan lain serta teknologi informasi untuk memfasilitasi proses perdagangan elektronik, kerjasama bisnis dan komunikasi, dan aktivitas bisnis di web. Dengan kata lain, E-business memiliki cakupan yang lebih luas dari pada e-commerce. AirAsia adalah salah satu perusahaan penerbangan yang menggunakan penerapan e-business dalam core business function. Melalui <http://www.airasia.com> pelanggan hanya perlu mengunjungi website dari AirAsia.com untuk memesan tiket pesawat, bahkan memesan hotel dan berbagai paket menarik yang ditawarkan oleh AirAsia.com. E-business yang diterapkan oleh AirAsia termasuk dalam aplikasi B2C (Business-to-Consumer), yang bertujuan untuk konsumen dapat langsung menghubungi perusahaan tanpa melalui perantara. Fokus masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana penerapan e-business pada PT AirAsia Indonesia, dan Apa langkah/perkembangan kedepan yang diajukan perusahaan AirAsia agar fungsi e-business dapat terus berkembang dan menjadikan perusahaan AirAsia semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui e-business yang diterapkan oleh PT AirAsia Indonesia dan Alternatif pengembangan e-business untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Metode yang digunakan untuk menulis artikel ini adalah penelitian kepustakaan. Untuk meningkatkan keunggulan kompetitif AirAsia menggunakan sistem CRM yang berguna untuk mengetahui kebutuhan dan perilaku perubahan oleh konsumen.

ABSTRACT

E-business is the use of the Internet and other networks and information technology to facilitate the process of electronic commerce, business cooperation and communication, and business activities on the web. In other words, E-business has a wider scope than e-commerce AirAsia is one of the airlines that uses e-business implementation in its core business functions. Through <http://www.airasia.com> customers only need to visit the website from AirAsia.com to book airline tickets, even to book hotels and various attractive packages offered by AirAsia.com. E-business implemented by AirAsia is included in the B2C (Business-to-Consumer) application, which aims for consumers to directly contact the company without going through intermediaries. The focus of the problem in this research is how to implement e-business at PT AirAsia Indonesia, and what

future steps/developments are proposed by the AirAsia company so that the e-business function can continue to grow and make the AirAsia company more competitive. This study aims to determine the e-business implemented by PT AirAsia Indonesia and alternative e-business development to increase competitive advantage. The method used to write this article is library research. To increase the competitive advantage AirAsia uses a CRM system that is useful for knowing the needs and behavior of changes by consumers.

PENDAHULUAN

Saat ini, dunia komersial tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu. Mobilitas manusia yang tinggi menuntut dunia komersial untuk dapat mengirimkan barang dan jasa secara cepat sesuai dengan permintaan konsumen. Transaksi internet ini lebih dikenal dengan istilah dusen. Pengguna internet yang terus meningkat di Indonesia membuat e-commerce semakin dibutuhkan oleh perusahaan untuk terus mengembangkan usahanya.

Penerapan e-business di AirAsia membawa berbagai manfaat tidak hanya bagi perusahaan tetapi juga bagi pelanggan. Sistem yang digunakan sebagai POS (POS) disebut Global Distribution System (GDS). GDS memiliki antarmuka dalam bentuk GUI (Graphical User Interface) yang berhadapan langsung dengan pelanggan. Ketika pelanggan berinteraksi dengan sistem melalui GUI, sistem dapat melakukan proses real-time back office, termasuk verifikasi, persetujuan, dan verifikasi, dan akhirnya memberikan pelanggan bukti dari suatu tiket.

Dengan adanya liberalisasi, otomatis akan terjadi persaingan yang sangat ketat antar maskapai, sehingga maskapai dituntut untuk selalu mengambil langkah-langkah penghematan biaya bagi maskapai. Perusahaan penerbangan memang akan selalu dituntut untuk melakukan inovasi demi kemajuan perusahaan. Oleh karena itu ditengah persaingan yang kompetitif manajemen maskapai penerbangan harus terus diperbaiki tak hanya untuk kemajuan perusahaan tapi juga untuk pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan (Maskapai wordpress 2008)

Keberhasilan AirAsia dalam menjaga kualitas maskapai dengan menggunakan e-business sebagai core business model untuk menjadi bukti bahwa teknologi dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis di pasar penerbangan di Asia khususnya Asia Tenggara karena Persaingan di pasar bebas sangat ketat.

LANDASAN TEORI

Profil perusahaan AirAsia

AirAsia merupakan maskapai penerbangan terdepan di Asia yang dibangun berdasarkan ini impian untuk memungkinkan Semua orang dapat menikmati layanan penerbangan. Air Asia pada awalnya dimiliki oleh DRB-HICOM milik pemerintah Malaysia. Namun maskapai ini memiliki beban yang berat dan akhirnya dibeli oleh mantan eksekutif time Warner Tony Fernandes dengan harga simbolik 1 ringgit pada 2 Desember 2001.

Tony Fernandes adalah orang yang terkenal di industri rekaman musik di Malaysia saat itu dia menjabat sebagai wakil presiden time Warner music Suth-East Asia tanggal 8 Desember 2001, melalui perusahaan yang dia danain vestornya didirikan, Tune Air, Tony Fernandes mengambil alih Air Asia dari DRB-Hicom sebesar 1 ringgit Malaysia (saat itu Rp. 2.509,-), bersama 2 pesawat Boeing 737-300, jaringan rute kecil dan mempunyai utang hampir Rp 100 milyar.

Keputusan ini mengundang banyak pihak pesimis dan mengatakan bahwa Tony Fernandes benar-benar gila. Salah satu Alasannya karena peluang bisnisnya yang tumbuh sangat besar berbekal semangat dan keyakinan yang dijalankan Tony Fernandes perlahan-lahan dapat mengubah perusahaan tersebut dan mulai menghasilkan keuntungan di tahun 2002 pemasukan Air Asia pada bulan Desember 2002 mencapai 285,5 miliar ar ar keuntungan Rp 48,5 milyar penumpang yang diangkut mencapai 1,1 juta orang dan neraca perusahaan stabil.

AirAsia terus melakukan ekspansi setelah menjadikan Bandara Internasional Kuala Lumpur sebagai pusat operasional pada 2003 di dibukalah pangkalan kedua di bandara senai Johor Bahru derat Singapura dan AirAsia melakukan penerbangan internasional ke Thailand sejak itu dibukalah Thai AirAsia hasil kerja sama bisnis dengan Shin Corporation. Thai AirAsia terbang dri bandara don Mueang Bangkok ke Kuala Lumpur pada penerbangan pertamanya dan disusul penerbangan ke Singapore dari Bangkok. Selama lima bulan sampai dengan 30 Juni 2004.

Di Indonesia juga terdapat perusahaan AirAsia yang didirikan pada tanggal 8 Desember 2004. yaitu Indonesia AirAsia yang sebelumnya bernama AWAIR. Dengan penerbangan dari Jakarta ke Yogyakarta Denpasar untuk tujuan lokal dan dari Surabaya ke Medan untuk rute domestik lainnya selain itu penerbangan dilakukan Keluar Indonesia melalui kota-kota besar seperti Medan, Padang, Pekanbaru, Palembang, Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Solo, Balikpapan, dan Makassar. AWAIR sendiri didirikan pada september 1999 dan karena terbebani utang akhirnya berhenti beroperasi pada Maret 2002 Tony Fernandes mengambil AWAIR hanya sebesar USD 2. mulai 1 Desember 2005 berganti nama menjadi Indonesia AirAsia dan memperoleh kesempatan untuk memanfaatkan pasar penerbangan di Indonesia dengan populasi penduduk lebih dari 200 juta orang.

E-Business menurut Para Ahli

1. E-Business meliputi semua hal yang harus dilakukan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) untuk melakukan kegiatan bisnis antar organisasi maupun dari organisasi ke konsumen. (Sid L. Huff, dkk. 2000. Cases in Electronic Commerce. McGraw-Hill)
2. Menurut Kalakota dan Robinson (Kalakota, 2001) menuliskan bahwa E-Business adalah sebuah paduan yang kompleks antara proses-proses bisnis, aplikasi-aplikasi perusahaan dan beberapa struktur organisasi yang dibutuhkan untuk menghasilkan suatu model bisnis yang memiliki performansi yang jauh lebih baik dari keadaan sebelumnya.
3. 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. (Steven Alter. Information System: Foundation of E-Business. Prentice Hall. 2002). Pajak menurut Undang – Undang Nomor 16 Tahun 2009, Pasal 1 ayat (1) Pajak adalah kontribusi wajib kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang–Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara bagisebesar–besarnya kemakmuran rakyat.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan untuk menulis artikel ini adalah penelitian kepustakaan. Penelitian kepustakaan adalah metode penelitian dengan mempelajari jurnal, buku, artikel, esai, dan referensi yang berkaitan dengan judul tulisan yang bersangkutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Customer Relation Management

CRM adalah strategi dan proses yang komprehensif untuk menarik, mempertahankan, dan bermitra dengan pelanggan untuk menciptakan nilai positif bagi perusahaan dan pelanggannya. AirAsia berkomitmen untuk mengembangkan cara baru untuk menambah pelanggan dan mempertahankan pelanggan tetap. Fokus pelanggan akan berkontribusi pada realisasi nilai-nilai positif AirAsia. Penerapan manajemen hubungan pelanggan akan menjadi salah satu area aplikasi strategis di mana perusahaan dapat fokus untuk mencapai nilai tinggi bagi pemegang saham dan

pelanggan. Air Asia menggunakan sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM) dan sistem pengukuran kinerja.

Air Asia memiliki sistem CRM yang efisien untuk menangani rute yang terbukti menguntungkan, yaitu dari Malaysia ke Singapura. Alhasil, Air Asia meningkatkan jumlah penerbangan dari Malaysia ke Singapura dengan tujuan membantu mempertahankan . Selain itu, CRM juga dapat menganalisis kebiasaan membeli pelanggan. Dari situ, Air Asia dapat meningkatkan jumlah penerbangan, jumlah kursi, dan menawarkan paket layanan, hotel, dan insentif lainnya di destinasi wisata. Selain itu, pelanggan menerima informasi seperti pemandu wisata dan destinasi yang disarankan melalui SMS dan email. Upaya ini dapat membantu perusahaan mendapatkan lebih banyak prospek dengan mencocokkan CRM. Hasilnya, Air Asia berhasil memastikan bahwa siklus CRM pertama memiliki dampak besar pada seluruh siklus hidup rantai bisnis RM. , Aplikasi CRM sangat membantu dalam memberikan bisnis dengan pengetahuan tentang kebutuhan dan perilaku konsumen yang berkembang, di mana pengetahuan ini sangat penting untuk dapat melayani mereka dengan lebih baik (Haag & Cummings, 2008).

Aplikasi CRM memungkinkan analisis kontak konsumen sehingga AirAsia dapat mengelola dan memperbarui catatan pelanggan secara elektronik. Integrasi CRM dengan WEB dilakukan pada halaman Pertanyaan yang Sering Diajukan (FAQ) yang memungkinkan Anda untuk memperbarui jawaban Anda secara online terkait dengan layanan mereka, seperti pemesanan, pembayaran online, dll. Aplikasi CRM mengurangi biaya operasional karena mereka menggunakan email atau web untuk menangani pertanyaan pelanggan, bukan pusat panggilan. Selanjutnya, fungsi keanggotaan di mana anggota Air Asia akan menerima informasi awal dari konsumen lain tentang promosi, berita, dll., dan informasi yang diberikan didukung dengan aman oleh departemen Air Asia (Lias et al., 2009).

Manfaat dari Customer Relationship Management (CRM)

1. Hemat biaya
2. Peningkatan kepuasan pelanggan
3. Peningkatan basis pelanggan
4. Meningkatkan strategi pemasaran dan informasi pesaing
5. memberikan manfaat jangka panjang dan berkelanjutan.

AirAsia juga menawarkan kemudahan yang luar biasa dalam hal layanan pelanggan termasuk layanan HEBAT atau frequent flyer untuk pelanggan setia AirAsia. Dan karena AirAsia memahami bahwa sangat merepotkan jika bagasi Anda tidak sampai di tempat tujuan, maka disediakan "layanan pelacakan bagasi online".) merupakan nilai tambah bagi pelanggannya.

Penerapan e-bisnis di Air Asia memberikan manfaat berikut baik bagi perusahaan maupun pelanggan dan mitranya:

- a. AirAsia.com kini memberikan kemudahan dan efisiensi bagi pelanggan dalam memesan tiket. Penjualan tiket meningkat karena sistem e-tiket lebih efisien untuk diterapkan, karena pengguna yang sudah dekat dengan Internet lebih memilih untuk memesan tiket secara online daripada biasanya.
- b. Nama perusahaan yang semakin dikenal masyarakat luas berkat pemasaran online (citra AirAsia, maskapai regional dan internasional yang sangat murah).
- c. AirAsia dapat mencapai profitabilitas
- d. Memiliki sistem informasi yang baik memudahkan Partner untuk mendukung operasional airAsia.

Supply Chain Management dan Enterprise Resource Planning

Daya Perusahaan Sistem ERP adalah sistem informasi untuk mengintegrasikan data dari berbagai fungsi organisasi seperti perencanaan, manufaktur, entri pesanan, manajemen inventaris, dll. (Oz. 2008). Pencatatan transaksi operasional harian, rantai pasokan Hemat manajemen dan biaya operasional Meningkatkan kinerja operasional menjadi lebih efisien (Bernama, 2005)

AirAsia bekerja sama dengan Merlot Aero dalam sistem manajemen operasinya. Merlot Aero adalah perusahaan perangkat lunak yang berbasis di Selandia Baru dengan pengalaman 50 tahun dalam desain, pengembangan, dan pengiriman perangkat lunak inovatif untuk sektor penerbangan. Sistem MerlotAero mengoptimalkan penggunaan pesawat dan kru. Ini semakin meningkatkan produktivitas pada waktu yang tepat dan meminimalkan biaya. Sistem ini mengelola informasi layanan dan penerbangan secara real time untuk semua media AirAsia, konsumen, bandara, dan layanan pendukung yang tersedia di seluruh jaringan global AirAsia.

Commerce dan Marketing

AirAsia menggunakan sistem e-ticketing dalam bisnis e-commerce-nya. Tiket elektronik merupakan implementasi B2C (Business to Consumer) yang memungkinkan pemilik bisnis dan konsumen berinteraksi secara langsung. Sistem ini memungkinkan calon penumpang untuk memesan tiket melalui media elektronik di Internet. AirAsia juga menggunakan pemasaran email ketika perusahaannya memasarkan melalui Internet. Dengan AirAsia.com, pelanggan cukup mengakses website di AirAsia.com untuk memesan tiket pesawat.

Production, Manufacture and Repair

Selama perbaikan Air Asia seperti MaintenanceByTheHour (MBHTM), Air Asia bermitra dengan ST Aerospace untuk mengelola perbaikan armada A320 Anda. ST Aerospace telah menjadi mitra Air Asia selama 10 tahun dan secara konsisten memberikan layanan perawatan, perbaikan, dan overhaul yang berkualitas tinggi dan hemat biaya.

Human Resource Management

Perusahaan Air Asia tidak memiliki e-business sebanyak maskapai lain. Air Asia menggunakan e-business untuk merekrut karyawan dengan memasang iklan lowongan kerja di situs webnya yang disebut AirAsia Careers, yang dapat ditemukan di halaman Karir. Calon karyawan harus mengklik sistem yang disebut LinkedIn untuk menanyakan tentang lowongan yang saat ini dibuka oleh AirAsia. Di sini, di situs web Anda akan menemukan deskripsi dan pembaruan lowongan karyawan AirAsia terbaru. Di website tersebut, calon karyawan dapat melihat keuntungan menjadi karyawan AirAsia.

Rekrutmen pilot AirAsia dilakukan bekerja sama dengan Bali International Flying Academy (BIFA). Beberapa siswa memiliki kontrak kerja dengan AirAsia yang memungkinkan mereka untuk bergabung dengan AirAsia segera setelah lulus. Siswa akan mendapatkan kurikulum pendidikan dan pelatihan dengan simulasi berstandar internasional selama 4648 minggu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Air Asia adalah maskapai milik pemerintah Malaysia DRBHICOM yang bangkrut dan kemudian dijual kepada Tony Fernandez dengan harga simbolis 1RM. Sisa utang 100 miliar bisa dilunasi dan ada kemajuan pesat dengan sistem LCC atau Low-cost Carrier. Perkembangan zaman yang semakin bergantung pada teknologi membuat banyak perusahaan aktif di dunia internet. Seiring bertambahnya usia, mereka disebut e-business, dan e-commerce.

Air Asia adalah salah satu dari banyak perusahaan yang juga mengandalkan perangkat elektronik dalam semua transaksi bisnisnya. Divisi Korporasi Air Asia Corporation menggunakan e-commerce dan e-commerce untuk mendukung fungsi bisnisnya. Dalam CRM atau Customer Relationship Management, terdapat fungsi web yang telah terintegrasi dengan sistem informasi CRM, aplikasi CRM sangat membantu dalam memberikan bisnis dengan pengetahuan tentang kebutuhan mereka dan perilaku Konsumen yang terus berubah, di mana pengetahuan ini mungkin lebih baik untuk mereka.

Saran

Kami berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca, dan apa yang diharapkan oleh penulis adalah Perusahaan AirAsia dapat bersaing dengan perusahaan penerbangan lainnya dengan strategi e-business yang dimilikinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andri Kristanto. 2007. Perancangan Sistem Informasi Dan Aplikasinya. PenerbitGaya Media.Klaten.
- Artikel NonPersonal.14 Agustus 2013.Internet, Wikipedia Bahasa Indonesia. <http://id.wikipedia.org/wiki/E-business>. Diakses 10 Maret 2014.
- Artikel Non Personal. 21 Oktober 2013. Sistem Informasi, Wikipedia Bahasa Indonesia. http://id.wikipedia.org/wiki/Sistem_informasi. diakses 18 Februari2014.
- Artikel Non Personal. 21 Oktober 2013. Sistem Informasi, Wikipedia Bahasa Indonesia. http://id.wikipedia.org/wiki/Sistem_informasi. diakses 1Februari2014.
- Alter, Steven. 2002. Information System: Business Process and The Value Chain.Prentice Hall
- Air Asia.2012. Anuual Report Air Asia 2012. [diunduh 2014 Februari 14].Tersedia pada: [diunduh 2014 Februari 14]. Tersedia pada:<http://maskapai.wordpress.com/2008/11/20/sistem-informasi-manajemen-transportasi-udara-2/>.
- [Anonim].(2008). "Sistem informasi manajemen pada transportasiudara".[Internet]. [diunduh 2014 Februari 14]. Tersedia pada:<http://maskapai.wordpress.com/2008/11/20/sistem-informasi-manajemen-transportasi-udara-2>
- [Anonim].(2008). "Cara mendapatkan tiket AirAsia".[Internet]. [diunduh 2014Maret 07]. Tersedia pada:<http://imbalo.wordpress.com/2008/09/20/air-asia-jpg>
- Haag, S., M. Cummings., D. J. McCubbrey. (2008). Management InformationSystem for The Information Age. New York, USA: Mc Graw Hill.
- Huff, Sid L. 2000.Cases in Electronic Commerce.McGraw-Hill.
- Jogiyanto H.M. (2005:1), Analisis dan Desain Informasi, Andi. Yogyakarta.
- Muktiningrum. 2012. "Keterkaitan sistem informasi dengan ebuiness". [Internet]. [diunduh 2014 Maret 07]. Tersedia pada : <http://blog.pasca.gunadarma.ac.id/2012/04026/keterkaitan-sistem-informasi-dengan-e-business-e-commerce>.
- Stoole, Christoper. 2000. Ebusiness - Just What is It?. [Online] Available : <http://ebusiness.about.com/industry>. [2014, March 10] Samantha Shurety.1999. E-business with Net. Commerce. Prentice Hall.