

KONTRIBUSI ILMU ADMINISTRASI DALAM MENDUKUNG KEBERHASILAN FUNGSI BISNIS PADA ERA DIGITAL

Nurhadi¹

ABSTRACT

In order to succeed in doing business in the era of the digital economy, be a need to change the paradigm of thinking and behaving. Only those who are ready to make a change and adapt to new things that will be able to survive and compete. Information technology provides many opportunities for businesses to operate efficiently. However, the implementation of electronic eusiness (e-business) system does not automatically have a positive impact for the company's performance improvement. There are many obstacles and problems that must be faced for the implementation of e -Business can achieve the desired goal.

Theoretically, Administrative Science has been providing analytical tools to address the crucial issues facing businesses in the digital age. Empirically many companies has applied the theory and principles of administration in addressing crucial issues of business activities in the digital age Administrative functions, principles and concepts of Administrative Science has provided guidance for business managers to conduct business activities in the digital age.

Keywords: digital economy, administrative science, e-business

¹ Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Email: nurhadi_aburoyyan@yahoo.com

ABSTRAK

Dalam rangka menuju bisnis yang sukses pada era ekonomi *digital*, mengubah paradigma berpikir juga perilaku menjadi suatu kebutuhan. Hanya sesiapa yang bersiap untuk melakukan perubahan dan menyesuaikan diri dengan temuan baru yang akan mampu bertahan dan berkompetisi. Teknologi informasi menyediakan banyak kesempatan pada bisnis untuk beroperasi dengan efisien. Bagaimanapun, implementasi dari system *electronic eusiness (e-business)* tidak secara serta merta memiliki dampak positif bagi peningkatan kinerja perusahaan. Terdapat beberapa kendala dan masalah yang harus dihadapi dalam penerapan *e-business* untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Secara teoritis, Ilmu Administrasi telah menyediakan alat analisis bagi isu krusial yang dihadapi perusahaan swasta pada era *digital*. Secara empiris, banyak perusahaan telah menerapkan fungsi administrasi secara teori dan praktik dalam menyelesaikan isu-isu krusial dalam aktivitas bisnis di era *digital*, prinsip dan konsep Ilmu Administrasi telah menyediakan pedoman bagi para manajer untuk menyelenggarakan aktivitas bisnis di era *digital*.

Kata kunci: ekonomi *digital*, Ilmu Administrasi, *e-business*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Keberadaan ekonomi digital ditandai dengan semakin maraknya bisnis atau transaksi perdagangan yang memanfaatkan internet sebagai medium komunikasi, kolaborasi, dan kooperasi antar perusahaan atau pun antar individu. Untuk dapat bertahan dan memenangkan persaingan, para pemain perlu memahami karakteristik dari konsep yang menjadi landasan bisnis, karena sangat berbeda dengan ekonomi klasik yang selama ini dikenal. Tidak jarang bahwa perusahaan harus melakukan transformasi bisnis (merubah model bisnis) agar dapat secara optimal bermain di dalam arena ekonomi digital. Bagi perusahaan baru (start-up company), untuk terjun ke bisnis ini biasanya lebih mudah dibandingkan dengan perusahaan yang telah lama berdiri. Statistik menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan lama yang ingin memanfaatkan keberadaan ekonomi digital harus mengadakan perubahan mendasar pada proses bisnisnya secara radikal (business process reengineering).

Pengembangan fungsi-fungsi yang dimiliki oleh perusahaan berjalan seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Sebagai contoh, teknologi jaringan telah mampu merubah paradigma lingkungan bisnis dari fisik menjadi *electronic business*. Telah banyak perusahaan yang menggunakan teknologi informasi untuk mengembangkan *cross functional enterprise systems* yang mengintegrasikan fungsi-fungsi bisnis secara tradisional yang dimilikinya guna melakukan *reengineer* dan meningkatkan proses bisnis yang utama dalam perusahaan. *Cross functional enterprise system* yang dilakukan oleh perusahaan berkaitan dengan *enterprice resources planning, customer relationship management, enterprise application integration, supply chain management* dan *enterprice collaboration systems*.

Di Indonesia,, menurut G. Hidayat Tjokrodjojo (ketua Apkomindo), kemungkinan hanya 20% investasi teknologi informasi yang tepat mengenai sasaran dan bisa terpakai optimal (Sugiarsono 2003) oleh perusahaan. Banyak hal yang

menyebabkan kurang maksimalnya implementasi teknologi informasi yang berkaitan dengan *e-business*, antara lain:

1. Infrastruktur yang kurang memadai
2. Pemilihan konsultan
3. Pemilihan sistem dan *software*
4. Biaya pengembangan
5. Proses implementasi
6. Peran manajemen senior perusahaan

Penerapan *e-business* tidak secara otomatis dapat membantu meningkatkan kinerja perusahaan. Ada beberapa factor yang dapat menjadi penyebab kegagalan aktivitas bisnis pada era digital, yaitu:

1. Tidak ada komitmen yang utuh dari manajemen puncak.
2. Penerapan *e-business* tidak diikuti proses *change management*.
3. Tidak profesionalnya *vendor* teknologi informasi yang menjadi mitra bisnis
4. Buruknya infrastruktur komunikasi
5. Tidak selarasnya strategi TI dengan strategi perusahaan.

6. Adanya masalah keamanan dalam bertransaksi
7. Kurangnya dukungan *financial*
8. Belum adanya peraturan yang mendukung dan melindungi pihak-pihak yang bertransaksi (*cyberlaw*)
9. Menggunakan target jangka pendek sebagai pijakan investasi *e-business*

Rumusan Masalah

Untuk menghindari kegagalan perusahaan dalam mencapai tujuan bisnis, maka perlu dilakukan penyelesaian terhadap masalah-masalah krusial yang dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan aktifitas bisnis di erar digital. Dalam hal ini yang yang menjadi masalah adalah “bagaimana kontribusi Ilmu Administrasi dalam mengatasi masalah krusial aktifitas bisnis di era digital?”

PEMBAHASAN

Era Digital dan Ekonomi Digital

Secara keseluruhan, struktur ekonomi berubah. Sektor industri baru bermunculan sebagai akibat dari penggabungan berbagai disiplin dalam komputasi (komputer, piranti

lunak, jasa), komunikasi (telefoni, kabel, satelit, jaringan nirkabel), dan *content* (hiburan, penerbitan, penyedia informasi). Dengan demikian perilaku yang tercermin pada era ekonomi baru ini pun akan turut berubah total. Tanpa melalui jenjang-jenjang yang sangat berarti, dunia telah memasuki era dimana pergerakan ekonomi tidak lagi berdasarkan pada pertukaran secara fisik, tetapi berbasis pada ilmu pengetahuan. Ciri ekonomi di era *networked intelligence* ini disebut sebagai ekonomi digital (*digital economy*).

Ekonomi Digital dan Pasar Global

Informasi, di era ekonomi digital, menjadi bahan baku yang diolah dan disintesa menjadi sebuah produk yang berbasiskan pengetahuan dan didistribusikan melalui jaringan elektronik global. Tujuan utama dari bisnis itu sendiri, yaitu menciptakan kesejahteraan, akan dapat tercapai baik secara fisik maupun di *marketspace* yang baru tercipta ini.

Definisi dari *marketspace* baru ini adalah dunia serba elektronik dimana penjual dan pembeli bertemu dan mengadakan kegiatan

perdagangan tanpa adanya interaksi secara fisik sebagaimana yang dilakukan di aktifitas perdagangan tradisional sebelumnya.

Di era ekonomi digital, tantangan tidak hanya datang dari pesaing kita saja – melainkan dari segala penjuru. Kita sadari bahwa saat arus informasi beralih kepada digital dan *networked*, tidak ada lagi dinding-dinding yang akan membatasi ruang gerak kita dan sebagai dampak yang lebih luas lagi adalah tidak ada satupun bisnis yang aman.

Di masa ekonomi digital, konsumen merupakan ‘driving force’ dari semua kegiatan ekonomi yang berlangsung di dunia. Oleh karena itu komponen-komponen signifikan yang berkembang dalam ‘model industri digital’ harus sangat memperhatikan sudut pandang konsumen. Dalam kegiatan pemasaran, kustomisasi kebutuhan pelanggan menjadi pilihan utama dalam strategi bisnis.

Kecenderungan untuk melakukan kustomisasi massal ini merupakan cerminan dari pergeseran arah dalam melakukan strategi bisnis. Dalam kompetisi usaha orang juga mulai berpikir untuk mensiasati keadaan

pasar yang tak pasti dengan saling memanfaatkan kelebihan dan menutup kelemahan-kelemahan yang dimiliki, demi kebaikan bersama.

Karakteristik Ekonomi Digital

Ekonomi digital didefinisikan oleh Amir Hartman sebagai “*the virtual arena in which business actually is conducted, value is created and exchanged, transactions occur, and one-to-one relationship mature by using any internet initiative as medium of exchange*”. Keberadaannya ditandai dengan semakin maraknya berkembang bisnis atau transaksi perdagangan yang memanfaatkan internet sebagai medium komunikasi, kolaborasi, dan kooperasi antar perusahaan atau pun antar individu. Tengoklah bagaimana maraknya perusahaan-perusahaan baru maupun lama yang terjun ke dalam format bisnis elektronik *e-business* dan *e-commerce*.

Don Tapscott menemukan dua belas karakteristik penting dari ekonomi digital yang harus diketahui dan dipahami oleh para praktisi manajemen, yaitu:

1. Knowledge

Jika di dalam ekonomi klasik tanah, gedung, buruh, dan uang merupakan faktor-faktor produksi penting, maka di dalam ekonomi digital, knowledge atau pengetahuan merupakan jenis sumber daya terpenting yang harus dimiliki organisasi. Konsep *knowledge management* akan menjadi kunci keberhasilan sebuah perusahaan di era ini.

2. Digitalization

Digitalization merupakan suatu proses transformasi informasi dari berbagai bentuk menjadi format digit direpresentasikan ke dalam format kumpulan bit sehingga dapat dengan mudah disimpan dan dipertukarkan melalui media elektronik. Jika produk dan jasa yang ditawarkan dapat direpresentasikan dalam bentuk digital, maka perusahaan dapat dengan mudah dan murah menawarkan produk dan jasanya ke seluruh dunia.

3. Virtualization

Dalam menjalin hubungan relasi bisnis proses yang terjadi adalah pertukaran data dan informasi secara virtual, tanpa kehadiran fisik antara pihak-pihak atau

individu yang melakukan transaksi.

4. *Molecularization*

Bentuk molekul merupakan suatu sistem dimana organisasi dapat dengan mudah beradaptasi dengan setiap perubahan dinamis yang terjadi di lingkungan sekitar perusahaan. Perubahan merupakan proses wajar yang harus dilakukan oleh perusahaan.

5. *Inter-networking*

Tidak ada perusahaan yang dapat bekerja sendiri tanpa menjalin kerja sama dengan pihak-pihak lain. Konsep bisnis yang ingin menguasai sumber daya sendiri dari hulu ke hilir tidak akan bertahan lama di dalam ekonomi digital.

6. *Disintermediation*

Kecenderungan berkurangnya mediator (broker) sebagai perantara terjadinya transaksi antara pemasok dan pelanggan. Pasar bebas memungkinkan terjadinya transaksi antar individu tanpa harus melibatkan pihak-pihak lain.

7. *Convergence*

Kunci sukses perusahaan dalam bisnis internet terletak pada tingkat kemampuan dan kualitas perusahaan dalam mengkonvergensi tiga sektor industri, yaitu: *computing, communications, dan content*.

8. *Innovation*

Inovasi secara cepat dan terus-menerus dibutuhkan agar sebuah perusahaan dapat bertahan. Manajemen perusahaan harus mampu menemukan cara agar para pemain kunci di dalam organisasi dapat selalu berinovasi.

9. *Prosumption*

Hampir semua konsumen teknologi informasi dapat dengan mudah menjadi produsen yang siap menawarkan produk dan jasanya kepada masyarakat dan komunitas bisnis.

10. *Immediacy*

Pelanggan dihadapkan pada beragam perusahaan yang menawarkan produk atau jasa yang sama. *Switching cost* di internet sangat mudah dan murah, maka pelanggan akan

terus menerus mencari perusahaan yang paling memberikan benefit tertinggi baginya.

11. *Globalization*

Esensi dari globalisasi adalah runtuhnya batas-batas ruang dan waktu (time and space). Pengetahuan atau knowledge sebagai sumber daya utama, tidak mengenal batasan geografis sehingga keberadaan entitas negara menjadi kurang relevan di dalam menjalankan konteks bisnis di duniamaya.

12. *Discordance*

Ciri khas terakhir dalam ekonomi digital adalah terjadinya fenomena perubahan struktur sosial dan budaya sebagai dampak konsekuensi logis terjadinya perubahan sejumlah paradigma terkait dengan kehidupan sehari-hari.

e-Business sebagai Perwujudan Bisnis di Era Digital

E-business dapat menjadi aset yang strategis dan menjadi keunggulan suatu organisasi jika organisasi tersebut mampu

memanfaatkan e-business dengan baik. Sebuah organisasi harus mampu melakukan transformasi proses bisnis yang mereka lakukan agar dapat memanfaatkan e-business dengan baik. Secara umum, sebuah keuntungan yang tinggi akan diperoleh jika e-business yang dimiliki dapat terkait secara langsung dan membentuk komunitas dengan konsumen, rekan kerja, dan suppliers.

Electronic business atau yang sering disebut dengan *e-business* adalah penggunaan internet, *network* dan teknologi informasi yang lainnya untuk menunjang kegiatan *e-commerce*, *enterprise communication and collaboration*, proses bisnis melalui web, yang dilakukan dalam satu perusahaan atau dengan partner bisnis lainnya, misalnya pemasok dan konsumen (O'Brien dan Marakas 2010).

Sedangkan Indrajit RE (2002) mendefinisikan *e-business* sebagai penggunaan jaringan elektronik dan teknologi terkait untuk memungkinkan, meningkatkan dan mempertajam proses bisnis dan sistem bisnis suatu perusahaan

sehingga menciptakan nilai yang lebih bagi konsumen potensialnya.

Permasalahan Implementasi e-Business

Implementasi e-business system memiliki beberapa permasalahan sebagai berikut ini (Webster *et al.* 2006):

1. Information security

Perusahaan harus mampu memberikan kepastian keamanan informasi konsumen, termasuk transaksi yang dijalankan dalam *e-business systems*. Kebocoran informasi yang berkaitan dengan konsumen saat ini dapat dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab untuk mengambil keuntungan, misalnya penyalahgunaan kartu kredit.

2. Reliable Service Delivery

E-business yang baik adalah yang mempercepat proses pengiriman dan pelayanan kepada konsumen, dimana hal ini akan menambah value bagi konsumen.

3. Integration into Customer IT

Hal lain yang perlu diperhatikan oleh perusahaan di dalam menjalankan *e-business system*-nya adalah harus mampu

menyesuaikan dengan IT environment yang dimiliki oleh konsumen terutama infrastruktur IT. Semakin perusahaan mampu mendekatkan diri dengan infrastruktur yang populer digunakan oleh konsumen, semakin tinggi pula kemudahan dan kepuasan konsumen masuk ke dalam *e-business system* perusahaan.

4. Low Cost

Disamping kemudahan penggunaan dan popularitas dari *software*, biaya yang rendah di dalam *e-business* juga menjadi pertimbangan yang biasanya dipakai oleh konsumen. Perusahaan dituntut untuk menciptakan transaksi *e-business* lewat ektranet ataupun internet dengan biaya yang murah untuk konsumen.

5. Easy to Implement

Kemudahan untuk implementasi dan fitur sistem *e-business* akan mampu mendongkrak penambahan nilai sistem bagi konsumen. Disamping itu, hal ini dapat menghindari kesalahan yang dibuat oleh konsumen. Contoh sederhana dari hal ini adalah

menyediakan fitur dalam dual language, bahasa Inggris dan bahasa Indonesia, untuk konsumen yang kesulitan mengerti fitur yang disajikan dalam bahasa Inggris.

6. *Compliance Requirements*

Kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku di suatu negara juga menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan transaksi elektronik dengan perusahaan. Ini mensyaratkan bagi perusahaan untuk menciptakan *e-business* yang sesuai dengan regulasi yang berlaku. Misalnya berkaitan dengan pajak.

7. *Pay per Use*

Ada kalanya konsumen harus mengeluarkan biaya yang besar yang dipergunakan untuk satu kali transaksi saja. Perusahaan harus mempertimbangkan biaya yang wajar yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mengakses *e-business*.

8. *Good Help Desk Structure and Support*

Survey yang dilakukan oleh PWC ini juga menyebutkan bahwa perusahaan dalam mengimplementasikan *e-business* yang berhubungan dengan

konsumen, harus memiliki *help desk* yang baik. Jika terdapat permasalahan yang berkaitan dengan sistem, maka dapat diselesaikan secara cepat dan tanggap.

9. *Flexible Service*

Personalized merupakan salah satu strategi perusahaan untuk bersaing, semakin perusahaan dapat menyediakan *e-business* yang sesuai dengan kondisi konsumen, maka semakin tinggi kepuasan konsumen melakukan transaksi dengan perusahaan. Misalnya perusahaan Astra menggunakan sistem kepakaran melayani konsumen melalui *web business model* yang dibangunnya.

Kontribusi Ilmu Administrasi dalam Mengatasi Permasalahan Implementasi *e-Business*

Salah satu penyebab kegagalan perusahaan dalam memanfaatkan system *e-business* adalah ketidaksiapan perusahaan untuk menerapkan *e-business system*. Ilmu Administrasi dapat memberikan kontribusi yang besar dalam mempersiapkan implementasi *e-business*, dengan menyumbangkan

berbagai teori dan pendekatan Ilmu Administrasi sebagai alat analisis.

Secara teoritis dan secara empiris Ilmu Administrasi telah memberikan kontribusi nyata bagi aktifitas bisnis untuk mengatasi berbagai masalah krusial yang dihadapi bisnis di era digital.

1. Permasalahan Keamanan Informasi

Dalam karya Henry Fayol telah membagi kegiatan industri ke dalam 6 kelompok kegiatan. Salah satunya adalah kegiatan keamanan. Hal ini adalah salah satu wujud kontribusi Ilmu Administrasi dalam mengatasi problem keamanan aktifitas bisnis di era digital. Pemikiran ini memberikan landasan bagi para eksekutif perusahaan untuk merancang sistem keamanan yang handal dalam implementasi *e-business*, terutama mekanisme yang dapat menjadi keamanan informasi untuk melindungi kepentingan para pelanggan maupun kepentingan perusahaan. Tentu saja metode dalam menjamin keamanan informasi ini akan sangat dinamis dan terus

berkembang seiring dengan perkembangan kemajuan teknologi.

2. Permasalahan Layanan Antar

Layanan pengiriman yang tepat waktu sesuai dengan pesanan merupakan kebutuhan bagi setiap konsumen. Keterlambatan dalam pengiriman pesanan dapat berakibat berpindahnya konsumen ke pesaing yang lain. Dalam hal ini Taylor dalam karyanya "*scientific management*" telah memberikan pedoman dalam penerapan metode ilmiah untuk melaksanakan setiap aktifitas bisnis dengan memberikan pelatihan terlebih dahulu, maka layanan antar tentu akan dapat dilaksanakan secara lebih efisien dan efektif.

3. Permasalahan Integrasi Teknologi Informasi

Konsumen perlu untuk memperoleh layanan teknologi informasi yang sesuai dengan yang dimiliki oleh mereka. Demikian pula para mitra bisnis. Manajer perlu menyesuaikan dengan kondisi eksternal dimana lingkungan teknologi

dipergunakan. Hal ini sesuai dengan pendekatan berperilaku dalam Teori Administrasi yang menuntut agar manajemen mampu untuk menyesuaikan dengan situasi dan kondisi lingkungan (teori kontingensi).

4. Permasalahan Biaya Rendah

Konsumen cenderung menyukai sistem *e-business* yang menggunakan teknologi dengan biaya yang rendah. Salah satu di antara 6 pengelompokan kegiatan industri menurut Henry Fayol adalah kegiatan finansial. Kegiatan finansial dimaksudkan untuk mengelola sumber daya modal dalam organisasi agar dapat dimanfaatkan secara efisien dan dan seoptimal mungkin. Dengan pengelolaan sumber-sumber keuangan secara efisien, maka biaya operasional akan dapat ditekan. Hal ini tentu merupakan salah satu bentuk kontribusi dari Ilmu Administrasi dalam menangani masalah biaya rendah dalam kegiatan *e-business*.

5. Permasalahan Biaya Transaksi

Besar kecilnya biaya transaksi kadang tidak dapat diterima

secara rasional oleh pelanggan. Walaupun untuk pengiriman barang yang hanya bernilai kecil, namun hal ini tidak secara otomatis dapat diperhitungkan dengan biaya pengiriman (ongkos kirim yang rendah). Hal ini dapat diatasi dengan mempertimbangkan pengorganisasian dan pengkoordinasian seluruh aktifitas pergudangan, penjualan dan pengiriman barang, sehingga beberapa kegiatan pengiriman barang yang dapat dilakukan secara simultan dapat dilakukan secara lebih efisien. Fungsi manajerial ini merupakan salah satu pembagian kegiatan industri yang telah dikekmukakan oleh Henry Fayol.

6. Permasalahan Ketaatan Hukum

Sebagian konsumen tidak peduli dengan tingkat ketaatan perusahaan terhadap peraturan hukum yang berlaku. Akan tetapi sebagian konsumen yang lain bisa sangat peduli terhadap ketaatan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan. Ketaatan perusahaan untuk mengikuti peraturan pemerintah

terutama dalam perhitungan pembayaran pajak perusahaan bisa menjadi pertimbangan para konsumen untuk tetap mempertahankan dirinya sebagai pelanggan yang setia. Berkaitan dengan hal ini Dalam salah satu dari 14 butir kaidah/ prinsip Administrasi, Fayol sudah menunjukkan bahwa ketaatan terhadap peraturan merupakan prasyarat bagi setiap perusahaan agar berhasil dalam melaksanakan aktifitas organisasi.

7. Permasalahan Dukungan *Help Desk*

Keluhan pelanggan harus mendapatkan tanggapan secara cepat dan memuaskan. Dalam sistem *e-business*, seringkali konsumen merasa kesulitan untuk memperoleh layanan yang memuaskan. Tidak jarang terjadi keluhan yang diakibatkan oleh kesalahan pelanggan. Dalam hal seperti ini kadang karyawan kurang sabar dalam memberikan layanan, karena merasa pelanggan yang telah melakukan kesalahan. Kalau tidak dikelola dengan baik, maka hal ini akan dapat sangat merugikan

perusahaan. Prinsip manajemen dalam pendekatan hubungan manusiawi memberikan pedoman kepada pimpinan untuk menggunakan pendekatan motivasi yang menghasilkan komitmen pekerja sangat dibutuhkan. dapat menghasilkan komitmen yang tinggi bagi para karyawan untuk melaksanakan tugas dengan sebaik-baiknya. Hal ini merupakan wujud kontribusi Ilmu administrasi dalam mengatasi masalah E-Business di era digital.

8. Permasalahan Fleksibilitas layanan

Dalam era digital, konsumen punya banyak pilihan untuk memperoleh layanan sesuai kebutuhannya. Kegagalan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan layanan akan berakibat hilangnya kesempatan untuk melakukan transaksi bisnis. Karena itu fleksibilitas layanan dalam batas kelajiman akan sangat diperlukan. Menurut pendekatan berperilaku dalam teori Administrasi, manajemen tidak memandang sebagai

suatu proses teknik yang sangat ketat dalam hal peranan dan prosedurnya. Artinya teori Administrasi memberikan ruang gerak bagi para pengambil keputusan untuk dapat melaksanakan fungsi masing-masing dalam aktifitas bisnis secara fleksibel, berdasarkan tuntutan pasar, asal masih berada dalam garis kebijakan perusahaan.

KESIMPULAN

Pada akhirnya, untuk berhasil melakukan bisnis di era ekonomi digital diperlukan suatu usaha untuk merubah paradigma berfikir dan berperilaku (*mind switching*). Ada pepatah di duna bisnis yang mengatakan, bahwa “old organization plus information technology is equal to old and expensive organization”. Hanya mereka yang siap untuk melakukan perubahan dan beradaptasi dengan berbagai hal baru yang akan mampu bertahan dan bersaing. Kalimat “old habit is hard to die” secara tidak langsung mengatakan bahwa era ekonomi digital adalah arena bertarung bagi eksekutif muda,

yang enerjik, kreatif, dan menyukai tantangan.

Teknologi informasi memberikan banyak peluang bagi bisnis untuk beroperasi dengan efisien, dan meningkatkan kinerja keseluruhan perusahaan. Namun demikian, implementasi sistem e-business tidak secara otomatis akan memberikan dampak positif peningkatan kinerja bagi perusahaan. Ada banyak kendala dan masalah yang harus dihadapi agar pelaksanaan e-business dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Secara teoritis Ilmu Administrasi telah menyediakan alat analisis untuk mengatasi berbagai masalah krusial yang dihadapi bisnis di era digital. Secara empiris banyak perusahaan yang menerapkan teori dan prinsip Administrasi dalam mengatasi permasalahan krusial aktifitas bisnis di era digital. Fungsi Administrasi, prinsip Administrasi dan berbagai konsep dalam Ilmu Administrasi telah memberikan pedoman bagi pengelola bisnis untuk menyelenggarakan aktifitas bisnis di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Don Tapscott, Alex Lowy and David Ticoll (2011), *Blueprint To The Digital Economy*, McGraw-Hill Companies; 1St edition
- Dunsire, A (1973), *Administration: The Word and the Science*, Oxford: Martin Robertson.
- Hatch, Mary Jo. (1997), *Organization Theory and Theorizing: Modern, Symbolic-Interpretive and Postmodern Perspecive*, Oxford: Oxford Univ. Press.
- Hodgkinson, C (1978) *Toward a Philosophy of Administration*, Oxford: Basil Blackwell.
- Indrajit RE. (2002) *Konsep dan Aplikasi e-Business*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kusdi Raharjo (2008) *Reposisi Pendidikan Administrasi Bisnis*, makalah Seminar disampaikan pada Pertemuan Nasional Administrasi Bisnis/ Niaga tanggal 1-3 Desember 2008, Hotel Grand Pranger, bandung, Jawa Barat..
- Siagian, Sondang P. (2001). *Kerangka Dasar Ilmu Administrasi*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Sugiarsono J. 5 Feb 2003. Potret Kebingungan Investasi TI. *SWA*: 24-31.
- Webster M, Beach R, Fouweather I. (2006) *e-Business Strategy Development: An FMCG Sector Case Study*. *J. International* 11: 353-362.
- <http://www.blogster.com/artikelekoin-drajit/konsep-ekonomi-digital>
- <http://ekonomi.kompasiana.com/bisnis/2010/11/13/ekonomi-digital-atau-ekonomi-informasi/>
- <http://elisa.lumbantoruan.net/?p=36>