

Analisis Sistem Informasi terhadap Pembelian Barang Online pada Suatu Platform

Afiza Shandy Aulia¹, Dwi Novaria Misisdawati²

¹Afiza Shandy Aulia, UIN K.H Abdurrahman Wahid, Pekalongan

²Dwi Novaria Misisdawati, UIN K.H Abdurrahman Wahid, Pekalongan

¹afiza.shandy.aulia@mhs.uingusdur.ac.id ²dwi.novaria.misisdawati@uingusdur.ac.id

INTISARI

Pemesanan serta pengiriman kepada konsumen yang berlangsung pada berbagai platform saat ini banyak ditemui dan tidak membutuhkan proses yang lama. seperti yang diketahui banyak konsumen yang lebih memilih untuk melakukan pembelian serta transaksi dengan cara yang lebih mudah dari pada harus melakukan transaksi atau pembelian secara langsung kepada offline store yang tersedia, dan banyak diketahui bahwa saat ini juga offline store berlomba lomba untuk menjual berbagai macam produk menggunakan banyak platform. Perkembangan sistem berbasis web saat ini lebih banyak mengundang pemakai secara luas dan menyeluruh dan pastinya memudahkan perusahaan dalam memasarkan produknya. salah satu cara untuk mengamankan data dan informasi adalah dengan tetap menjaga dan mengamankan data juga menjadi salah satu hal penting bagi suatu perusahaan agar tidak terjadi pencurian data atau pencurian suatu informasi perusahaan.

Kata kunci: Analisis, sistem informasi, platform

ABSTRACT

Ordering and delivery to customers through various platforms are now common and do not require a lengthy process. We understand that many customers prefer to make purchases and transactions in an easier way rather than directly from available offline stores. It is great to see how offline stores are adapting to the current market by using multiple platforms to sell their products. With the development of web-based systems, companies now have the opportunity to market their products more easily and comprehensively, which is fantastic! Keeping your data and information safe is crucial, especially for companies looking to prevent theft or unauthorized access.

Keywords: Analytics, information systems, platforms

1. PENDAHULUAN

Internet semakin menyerbu kehidupan sehari-hari setiap orang dan hal tersebut menciptakan tantangan besar bagi dunia usaha. Kemunculan media sosial sehingga berdampak untuk strategi pemasaran dunia usaha, sangat memungkinkan dimasa yang akan mendatang akan semakin berkembang. penggunaan teknologi membantu perusahaan untuk mempromosikan sebuah brand dan produk mereka, akibat hal tersebut menjadi rahasia umum dalam setiap perusahaan Berdasarkan pandangan ini, pengguna

bahkan bisa menjadi pembuat konten promotor merek dan produk (Mohamad, Building, and Ismail 2010).

Pengalaman pasti melibatkan berbagai proses, salah satunya analisis. Analisis adalah proses yang membantu dalam memecahkan masalah atau situasi dengan memeriksa data, informasi, atau kejadian. Hal ini dilakukan dengan berbagai tujuan, termasuk pemahaman, penilaian, dan membuat kesimpulan yang dapat digunakan sebagai dasar penentuan keputusan. Proses analisis biasanya dilakukan di bidang tertentu. Ini bisa mulai dari bisnis hingga ilmu pengetahuan dan banyak hasilnya. Secara umum, analisis merupakan proses :

1. mengumpulkan data dari sumber-sumber yang relevan dengan masalah yang didapatkan
2. memproses dan menganalisis data yang dikumpulkan dengan menggunakan suatu metode tertentu
3. mengevaluasi hasil untuk memahami akibat yang terjadi secara langsung dan dapat memberikan kesimpulan
4. menyimpulkan hasil untuk mendapatkan wawasan atau rekomendasi atas suatu permasalahan yang ingin dipecahkan

Salah satu contoh analisis sendiri bahwa alat atau teknik yang memberikan suatu hasil dibentuk karena suatu proses analisis statistik, analisis regresi, dan analisis keuangan.

Sistem informasi merupakan salah satu hal terpenting dalam suatu perusahaan, dengan adanya sistem informasi maka suatu organisasi atau perusahaan dapat menjamin kualitas informasi yang disajikan dan dapat mengambil keputusan berdasarkan informasi yang cepat, tepat dan akurat sangat diperlukan (Pamungkas et al. 2020). Sistem informasi manajemen sebagai suatu sistem berbasis komputer yang membuat informasi tersedia bagi para pengguna yang memiliki kebutuhan (Adhinata et al. 2020). Dengan adanya sistem informasi manajemen dapat menjadi pemecah masalah satu jalan keluar dari sebuah permasalahan yang terjadi dalam suatu organisasi atau perusahaan, dan menjadi manajemen yang baik bagi perusahaan. memahami teknologi serta

mengetahui dampaknya juga dapat menjadi hal yang sangat penting dalam manajemen yang akan dijalankan pada suatu perusahaan.

Sistem informasi merupakan sebagai satuan komponen yang saling berhubungan yang mengumpulkan atau mendapatkan kembali, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan dan kendali dalam suatu organisasi. Selain itu sistem informasi juga membantu para manajer untuk meneliti permasalahan, memvisualisasikan pokok-pokok yang kompleks dan menciptakan produk-produk baru. Dapat dikatakan sistem informasi adalah serangkaian prosedur formal di mana data dikumpulkan. Sistem informasi adalah paduan dari berbagai resources baik hardware, software, netware, brainware, dan data. Dalam sistem informasi juga ada input, model, proses, output, penyimpanan dan kontrol, sehingga sistem informasi dapat digunakan untuk merencanakan, mengolah, mengendalikan serta meracik data dalam suatu organisasi berdasarkan critical sukses untuk menentukan keberhasilan perusahaan (Kami 1975).

Pemesanan serta pengiriman kepada konsumen yang berlangsung pada berbagai platform saat ini banyak ditemui dan tidak membutuhkan proses yang lama. seperti yang diketahui banyak konsumen yang lebih memilih untuk melakukan pembelian serta transaksi dengan cara yang lebih mudah dari pada harus melakukan transaksi atau pembelian secara langsung kepada offline store yang tersedia, dan banyak diketahui bahwa saat ini juga offline store berlomba-lomba untuk menjual berbagai macam produk menggunakan banyak platform. perkembangan sistem berbasis web saat ini lebih banyak mengundang pemakai secara luas dan menyeluruh dan pastinya memudahkan perusahaan dalam memasarkan produknya. salah satu cara untuk mengamankan data informasi serta kerahasiaan penjualan adalah dengan tetap menjaga dan mengamankan data juga menjadi salah satu hal penting bagi suatu perusahaan agar tidak terjadi pencurian data atau pencurian informasi penjualan suatu perusahaan.

Pembelian online adalah tindakan pembelian suatu barang atau layanan yang melibatkan internet sebagai medianya, atau bisa disebut dengan pembelian melalui situs web atau aplikasi e-commerce. E-commerce merupakan salah satu dari perkembangan teknologi dan internet (Nugroho and Tangerang 2016). Dalam proses pembelian yang dilakukan, pelanggan bebas untuk melihat katalog produk, memilih barang yang mereka

inginkan, menempatkannya di keranjang belanja pemesanan dan melanjutkan ke proses bayar. Umumnya, beberapa langkah dalam pembelian online melalui beberapa tahap :

1. Penelusuran produk; pelanggan mengakses situs web atau aplikasi e-commerce dan mencari produk yang mereka cari dengan menggunakan mesin pencari atau navigasi situs web. Mereka bisa melihat informasi produk, foto, deskripsi, harga, ulasan, dan detail lainnya sehingga mereka bisa melakukan pembelian yang tepat.
2. Pemilihan produk; setelah menemukan produk yang diinginkan, pelanggan memilih ukuran, warna, atau varian yang telah ditentukan. Pelanggan juga dapat membandingkan produk tersebut dengan barang sejenis untuk membuat uji coba membelinya.
3. Keranjang belanja pemesanan; setelah melakukan pemilihan, pelanggan meletakkan barang yang diinginkan di keranjang belanjanya.

Platform sendiri adalah suatu sistem yang menghubungkan dua atau lebih dari beberapa pihak untuk berinteraksi, berbagi, atau melakukan suatu kegiatan tertentu. Ini bisa berupa lingkungan teknologi atau infrastruktur yang menyediakan tempat bagi pengguna untuk berinteraksi atau menjalankan aplikasi. Platform juga dapat mengarah pada situs web atau aplikasi yang menyediakan layanan atau produk tertentu kepada pengguna. Platform ini dapat berupa pasar online, media sosial, atau layanan berbasis cloud. dapat disimpulkan platform adalah tempat atau wadah di mana pengguna dapat berinteraksi, berbagi, atau menggunakan layanan atau produk tertentu. Platform ini memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan orang lain, mengakses informasi atau layanan, dan melakukan kegiatan lainnya.

Memiliki website toko online sendiri juga dapat mendatangkan banyak manfaat bagi organisasi ataupun perusahaan yang memilikinya, sehingga dapat membuat bisnis semakin profesional dan terpercaya hingga menjadi sarana informasi yang lengkap sehingga dapat menjangkau pasar secara luas dan keseluruhan serta meningkatkan penjualan produk agar menghasilkan pengelolaan bisnis yang lebih memudahkan dan efisien.

Setelah sebuah perusahaan memiliki platform, website penjualan online tersendiri maka perusahaan harus membuat sebuah strategi marketing, guna

memudahkan pengelolaan platform serta website penjualan online yang telah dibuat. beberapa strategi *digital marketing* yang bisa dilakukan oleh sebuah perusahaan adalah :

1. Search Engine Marketing (SEM)

Strategi digital yang satu ini melibatkan mesin pencari seperti google, bing, yahoo, atau facebook. ketika nama produk dimasukkan dalam pencarian maka akan muncul foto produk serta nama perusahaan yang memasarkan produk tersebut.

2. Search Engine Optimization

Cara ini dilakukan dengan mengoptimasi konten digital marketing sebuah perusahaan agar muncul di halaman pertama Google tanpa harus membayar ke penyedia iklan.

3. Pay-per-Click (PPC)

Berbeda dengan SEO, PPC dilakukan dengan perusahaan dapat membayar sejumlah biaya kepada penyedia iklan agar materi digital marketing perusahaan ini selalu berada di hasil teratas saat calon pelanggan mencari keyword tertentu sesuai produk yang ditawarkan sebuah perusahaan.

4. Influencer/Affiliate marketing

seperti yang diketahui bahwa digital marketing yang melibatkan pihak lain yaitu influencer/affiliate untuk memasarkan serta mempromosikan sebuah produk. Influencer marketing sendiri dapat dilakukan dengan membayar jasa influencer di internet, lalu influencer tersebut akan memasarkan produk yang sudah disepakati kepada pengikutnya di jejaring sosialnya.

5. Content marketing

strategi pemasaran yang melibatkan berbagai jenis konten, baik dengan membuat, mengelola, maupun memposting sebuah konten. untuk menerapkan strategi digital marketing ini adalah membuat website sendiri, dengan memilih domain yang tepat dan layanan web hosting terbaik yang dapat perusahaan buat.

6. Gmail marketing

strategi digital marketing yang dilakukan dengan mengirimkan email kepada pelanggan (subscriber). Poin utama cara ini bukanlah sekadar mengirimkan

email, tapi bagaimana membuatnya semenarik mungkin agar pelanggan mau membacanya, bahkan mengeklik promosi dalam email.

2. METODOLOGI

Hal yang pertama yang bisa dilakukan adalah pengamatan melalui kajian literatur dari buku dan jurnal yang saling berkaitan. Dimana metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dan pengamatan dari beberapa perusahaan melalui literature buku dan jurnal yang dituju itu sendiri untuk meneliti makna dari penelitian yang dilakukan penulis. perlu analisis dan ketajaman agar menjadi kekuatan dalam penemuan kata dan kalimat yang ditulis. seperti yang diketahui saat ini perusahaan saling bersaing sehingga perusahaan harus melakukan strategi usaha agar bisa bertahan dalam persaingan usaha.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Seperti yang diketahui bahwa saat ini pembeli lebih sering melakukan pembelian secara online. Walaupun tidak sedikit juga menggunakan sistem pembayaran secara langsung atau yang biasa disebut *cash on delivery* (COD) dan metode pembayaran lainnya. bukan hanya barang-barang kebutuhan penting hingga barang tidak penting, begitu juga dengan makanan hingga bahan makanan siap olah. seperti yang diketahui bahwa banyak sekali SDM saat ini ingin melakukan hal secara cepat dan singkat secara waktu, untuk bisa mengandalkan segala hal dengan mudah.

Saat ini produk *make up* sudah banyak, dan masing-masing dari produk yang di pasarkan memiliki keunggulan tersendiri, mulai dari *inggridied*, formulasi, hingga kemasan produk menjadi hal yang dapat menarik minat seseorang. membuat website dan platform tersendiri menjadi jalan yang tepat bagi perusahaan yang memiliki produk dan ingin di pasarkan hingga dikenal banyak orang. Hal yang bisa menjadi salah satu jalan setelah membuat website dan platform tersendiri perusahaan harus bisa membuat sistem informasi yang dimiliki semenarik mungkin agar bisa membuat orang yang berkunjung pada flatfrom memiliki keterkaitan dengan produk yang ditawarkan.

Perusahaan saat ini saling bersaing untuk mempertahankan dan mengembangkan setiap sistem dan produk yang dimiliki, agar tidak kalah saing dengan perusahaan lain. seperti yang diketahui juga bahwa tidak sedikit perusahaan memiliki produk atau barang

yang sama dipasarkan, tetapi memiliki ciri khas tersendiri di setiap perusahaan sehingga konsumen dapat memilih kepada produk siapa mereka memilih. maka setiap perusahaan harus bisa mencari tahu trend apa saja yang sedang di sukai dan digemari, bisa memilih produk seperti apa nantinya yang bisa menarik konsumen untuk membeli barang yang ditawarkan perusahaan. perusahaan dapat memulai dari mana konsumen biasanya mencari informasi tentang sebuah produk selain offline store yang dimiliki, sekarang banyak orang lebih tertarik dengan belanja online karena proses yang dilakukan cepat hanya dengan melihat gambar produk, ingredient, hingga ulasan serta penilaian pada produk konsumen langsung dapat memesan melalui internet yang dimiliki.

Setiap perusahaan memiliki sistem yang berbeda-beda, beberapa perusahaan memfokuskan pemasaran secara online menggunakan website dan platform yang dibuat sendiri. dengan menciptakan sebuah platform bisnis sebagai bentuk dari transaksi online. E-Commerce istilah lain dari gambaran perdagangan berbasis elektronik tidak terbatas dari pembelian, pembayaran, dan penjualan yang digolongkan menjadi banyak kategori, tetapi dua yang paling populer di dunia bisnis yaitu bisnis ke pelanggan (B2C) dan bisnis ke bisnis (B2B) (Arina Nur Syahputri and Dimas Aryo Anggoro 2020). perkembangan sistem berbasis website dan platform saat ini lebih banyak mengundang pemakai secara luas dan menyeluruh. pastinya memudahkan perusahaan dalam memasarkan produknya. salah satu cara untuk mengamankan data informasi serta kerahasiaan penjualan dengan tetap menjaga dan mengamankan data juga menjadi salah satu hal penting bagi suatu perusahaan agar tidak terjadi pencurian data atau pencurian informasi penjualan suatu perusahaan. Dengan adanya website sebagai media promosi dan informasi dapat membantu dalam pemasaran produk – produk agar lebih efisien dari segi biaya, tenaga dan waktu, sehingga efektif dalam mencapai tujuan untuk mengembangkan usaha pada perusahaan (Wahyudi 2015) Website atau web merupakan layanan yang didapat oleh pemakai komputer yang terhubung ke internet (Wibisono and Susanto 2015).

4. KESIMPULAN

Setiap perusahaan memiliki sistem informasi masing-masing dimana sistem yang dimiliki guna untuk mengembangkan perusahaan dimasa yang akan datang, salah satunya menciptakan platform guna produk yang akan dipasarkan ke masyarakat luas

yang nantinya dapat di jangkau secara luas dan menyeluruh. mulai dari target pasar yang memang sudah ditargetkan ataupun tidak, perusahaan dapat mendeskripsikan produk apa yang mereka pasarkan untuk menarik minat yang melihatnya. karena banyak orang lebih tertarik dengan belanja online karena proses yang dilakukan cepat hanya dengan melihat gambar produk, ingredient, hingga ulasan serta penilaian pada produk konsumen langsung dapat memesan melalui internet yang dimiliki. untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti lebih luas bagaimana perusahaan dapat membuat sebuah sistem yang lebih unggul agar perusahaan kedepannya bisa menjadikan platform yang dimiliki lebih unggul dari platform atau website yang dimiliki perusahaan lainnya.

Perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya jika bisa mengikuti keinginan konsumen, mencari tau segala hal serta update dalam setiap trend yang sedang banyak digemari. memiliki platform, website penjualan online tersendiri maka perusahaan harus membuat sebuah strategi marketing yang dapat menarik banyak perhatian siapapun yang menggunakan internet. Melihat bahwa saat ini bahkan dari anak-anak hingga lansia pun menggunakan internet guna membantu aktifitas yang sekarang sudah serba digital. Sebelum melakukannya pemasaran pada platform serta segala hal terkait sistem informasi manajemen yang dimiliki sebuah perusahaan, perusahaan merancang dan mempertimbangkan strategi yang mungkin akan terjadi untuk membantu mencapai target pemasaran serta tujuan pengelolaan dalam pemasaran yang dilakukan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adhinata, Faisal Dharma, Ariq Cahya Wardhana, Dioviando Putra Rakhmadani, and Akhmad Jayadi. 2020. "Peningkatan Kualitas Citra Pada Citra Digital Gelap." *Jurnal E-Komtek (Elektro-Komputer-Teknik)* 4(2): 136–44. doi:10.37339/e-komtek.v4i2.373.
- Arina Nur Syahputri, and Dimas Aryo Anggoro. 2020. "Penerapan Sistem Informasi Penjualan Dengan Platform E-Commerce Pada Perusahaan Daerah Apotek Sari Husada Demak." *SINTECH (Science and Information Technology) Journal* 3(1): 58–69. doi:10.31598/sintechjournal.v3i1.540.
- David, Meredith E., Fred R. David, and Forest R. David. 2017. "The Quantitative Strategic Planning Matrix: A New Marketing Tool." *Journal of Strategic Marketing* 25(4): 342–52. doi:10.1080/0965254X.2016.1148763.
- Kami, Takayasu. 1975. "Identification of Components in the Essential Oil of Hybridsorgo, a Forage Sorghum." *Journal of Agricultural and Food Chemistry*

23(4): 795–98. doi:10.1021/jf60200a019.

- Mohamad, Rosli, Accountancy Building, and Noor Azizi Ismail. 2010. “Journal of Internet Banking and Commerce.” *Journal of Internet Banking and Commerce* 15(1): 1–11. doi:10.1007/978-3-531-92534-9_12.
- Nugroho, Fauyhi Eko, and Universitas Muhammadiyah Tangerang. 2016. “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online.” 7(2): 717–24.
- Pamungkas, Nurhuda Budi, Dedi Darwis, Ditha Nurjayanti, and Agung Tri Prastowo. 2020. “Perbandingan Algoritma Pixel Value Differencing Dan Modulus Function Pada Steganografi Untuk Mengukur Kualitas Citra Dan Kapasitas Penyimpanan.” *Jurnal Informatika* 20(1): 67–77. doi:10.30873/ji.v20i1.2055.
- Wahyudi, Rudy. 2015. “Analisis Pengendalian Persediaan Barang Berdasarkan Metode EOQ Di Toko Era Baru Samarinda.” *Ejournal Ilmu Admistrasi Bisnis* 2(1): 162–73. [http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/03/E-journal PDF \(03-04-15-03-58-13\).pdf](http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/03/E-journal PDF (03-04-15-03-58-13).pdf).
- Wibisono, Guntur, and Wahyu Eko Susanto. 2015. “Perancangan Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Batik Khas Kabupaten Kulonprogo.” *Jurnal Evolusi* 6(2): 46–55.