



## Analisis Penggunaan Teknologi Sistem Informasi Manajemen Berbasis E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Pemasaran Online

Agung Wijoyo,<sup>1</sup> Adil Wibowo<sup>2</sup>, Muhamad Rezka Al Anshori<sup>3</sup>, Muhammad Yushar Senjaya<sup>4</sup>

<sup>1, 2, 3, 4</sup> Teknik Informatika, Universitas Pamulang

---

### Abstract

Received:

Revised:

Accepted:

*Pengguna teknologi di Indonesia dikatakan bahwasannya menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika mencapai 82 juta orang dengan peringkat ke 8 dari berbagai negara di dunia. Laporan data dari media Databoks juga menyatakan ada sebanyak 213 juta orang pengguna teknologi yang terhitung semenjak Januari 2023. Adanya penggunaan teknologi yang banyak maka pelaku bisnis dapat memanfaatkan teknologi digital dalam jual beli online. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif yang menggunakan identifikasi di lingkungan sekitar tentang jual beli online dan beberapa kajian pustaka yang menjadi aspek dalam library research. Penggunaan e-commerce dalam sistem manajemen jual beli online sangat memudahkan para pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan yang lebih pesat. Adanya jual beli online ini juga memudahkan pelaku usaha dalam manajemen seperti mengidentifikasi perilaku konsumen, tren pasar, dan beberapa aspek lainnya.*

**Keywords:** *E-Commerce, Jual Beli, dan Manajemen*

(\*) Corresponding Author:

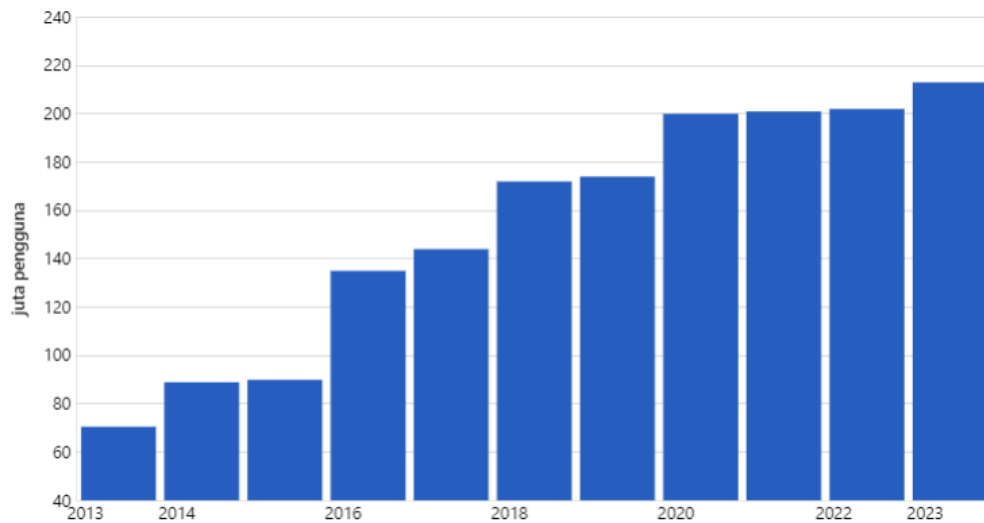
[dosen01671@unpam.ac.id](mailto:dosen01671@unpam.ac.id)<sup>1</sup>, [adilwibow@gmail.com](mailto:adilwibow@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[rezkamuhamad212@gmail.com](mailto:rezkamuhamad212@gmail.com)<sup>3</sup>, [myushar32@gmail.com](mailto:myushar32@gmail.com)<sup>4</sup>

---

### How to Cite:

## PENDAHULUAN

Kementerian Komunikasi dan Informatika menyatakan bahwasannya data pengguna internet di Indonesia mencapai 82 juta orang sehingga dari capaian tersebut Indonesia sebagai negara dengan peringkat ke 8 di dunia (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2014). Sedangkan laporan dari media databoks menyatakan bahwasannya Indonesia mencapai 213 juta orang terhitung dari Januari 2023, jumlah ini setara dengan 276,4 juta orang. Perlahan pengguna internet di Indonesia meningkat menjadi 5,44% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, sedangkan pada tahun 2022 pengguna internet di Indonesia mencapai 202 juta orang (Annur, 2023).



**(Gambar 1. Jumlah pengguna internet di Indonesia Januari 2013- Januari 2023)**

Penggunaan teknologi sistem informasi dalam meningkatkan penjualan pasar online dapat dipahami dari perkembangan pesat dunia digital yang banyak mengubah lanskap bisnis secara menyeluruh (Harto et al., 2023). Adanya perkembangan internet dan teknologi, e-commerce telah menjadi salah satu aspek dalam pertumbuhan ekonomi global. Beberapa tahun terakhir ada beberapa pergeseran paradigma yang sangat signifikan terhadap model bisnis konvensional terhadap model bisnis online. Adapun perpindahan bisnis ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti kebutuhan konsumen yang semakin meningkat sehingga belanja online menjadi solusi yang tepat dalam mengatasi permasalahan tersebut, selain itu kemudahan aksesibilitas dan penyebaran informasi melalui internet. Penggunaan teknologi untuk penjualan merupakan salah satu strategi yang sangat signifikan karena adanya percepatan dan juga harganya yang lebih murah sehingga banyak masyarakat yang memilih membeli barang atau kebutuhan di e-commerce. Beberapa hal yang ditawarkan di e-commerce menjadi sebuah marketing yang mudah dilakukan sehingga banyak masyarakat membeli di online karena membeli di online karena tawaran beberapa yang ditawarkan sangat memudahkan konsumen untuk mencari lebih luas lagi dan tidak perlu berjalan ke toko tersebut.

Beberapa perubahan pola perilaku konsumen yang semakin mengarah kepada preferensi belanja secara online sudah banyak mendorong pelaku bisnis untuk beradaptasi dengan menggunakan sistem teknologi informasi manajemen tentang e-commerce (Prasetyo, 2023). Penggunaan e-commerce ini bisnis dapat menjangkau pasar yang lebih luas bahkan secara global tanpa terbatas oleh wilayah. Adanya sistem informasi manajemen yang terintegrasi pada platform e-commerce banyak pelaku bisnis dapat mengelola dengan berbagai aspek operasional sehingga lebih efisien seperti manajemen inventaris, pengelolaan pesanan, hingga menganalisis data yang diinginkan oleh konsumen. Konsumen memilih belanja online karena barang yang dijual sangat murah, dapat dikatakan barang di online sangat murah. Karena rantai pasokan sangat pendek sehingga penjual tidak mengeluarkan modal yang besar untuk sebuah sewa lahan untuk toko dan kasir ataupun karyawan di dalamnya. Pada dasarnya penjualan online memberikan

keuntungan yang sangat besar bagi pertumbuhan memberikan keuntungan yang sangat besar bagi perilaku atau penjual dan konsumen.

Penggunaan teknologi sistem informasi manajemen juga memberikan keunggulan kompetitif bagi pelaku bisnis (Widajanti, 2008). Adanya data yang terkumpul melalui platform e-commerce bisnis dapat melakukan analisis pasar yang lebih mendalam seperti memahami perilaku konsumen dan mengidentifikasi trend yang sedang berkembang. Beberapa aspek tersebut merupakan manajemen yang akan menguntungkan para pelaku usaha sehingga pelaku usaha dituntut untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen dengan menawarkan beberapa diskon ataupun adanya ulasan yang memang memberikan sebuah testimoni terhadap toko tersebut apakah bijak dalam pengelolaan pesanan atau tidak. Adapun informasi yang dapat digunakan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif seperti personalisasi konten, promosi yang tepat sasaran, dan pengoptimalan pengalaman pengguna.

Pelaku bisnis dalam menggunakan teknologi pada e-commerce dapat meningkatkan efisiensi operasional dengan melakukan otomatisasi atau proses bisnis seperti pembayaran, pengiriman, dan manajemen stok barang. Pelaku usaha tersebut tidak harus mengecek beberapa barang yang masih ada atau sudah habis karena dapat dilakukan dengan melihat data-data sehingga dapat mengurangi biaya operasional. Hal ini bukan hanya dapat meningkatkan profitabilitas namun juga dapat memperbaiki pengalaman pelanggan dengan memastikan ketersediaan produk, kecepatan pengiriman dan pelayanan yang lebih baik.

Implementasi teknologi manajemen pada penjualan online pelaku bisnis akan menghadapi berbagai tantangan dan risiko seperti keamanan data. Hal ini didasarkan pada beberapa serangan cyber yang semakin besar sehingga banyak pelaku bisnis yang terkena scam atau penipuan sehingga mengakibatkan uang yang dimilikinya hangus karena adanya penipuan. Hal ini menjadikan sesuatu tentang yang cukup berat sehingga perlu adanya investasi yang cukup dalam pada sistem keamanan informasi untuk melindungi data-data dari ancaman cyber (Astuti et al., 2023).

Maka penggunaan teknologi sistem informasi manajemen memiliki potensi yang sangat besar dalam meningkatkan penjualan dan pemasaran online bagi pelaku bisnis. Pelaku usaha jika memanfaatkan data dan analisis yang diperoleh dari platform e-commerce maka bisnis yang dijalankan akan meningkatkan efisiensi dalam operasional, mengoptimalkan strategi pemasaran dan memberikan pengalaman terhadap konsumen yang baik. Dalam melakukan ataupun mendapatkan beberapa peluang ataupun potensi pada pelaku bisnis maka harus ada komitmen yang kuat dalam mengembangkan dan mengelola sistem informasi manajemen e-commerce dengan baik.

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur yang melibatkan pencarian dan pemeriksaan sumber-sumber informasi yang relevan dengan topik penelitian seperti buku, jurnal ilmiah, regulasi undang-undang majalah, surat kabar dan beberapa hal lainnya. Penggunaan pendekatan ini peneliti dapat mengumpulkan berbagai teori konsep dan beberapa temuan terkait keselamatan, kesehatan, dan

keberlanjutan dalam konstruksi yang akan digunakan sebagai dasar untuk menganalisis data lebih lanjut. Dalam pengumpulan ini akan banyak beberapa jurnal penelitian yang akan dikumpulkan menjadi satu Karena pada dasarnya step ini merupakan step awal dalam melakukan analisis data.

### **B. Metode Pengolahan Data**

Proses pengolahan data pada penelitian ini meliputi tahapan penting yang akan dilakukan untuk menghasilkan kualitas dan kevalidan data yang sudah diperoleh. Adapun beberapa tahapan-tahapan tersebut yaitu editing yang akan memastikan data yang telah terkumpul diperiksa secara teliti tentang kelengkapan dan kesesuaian relevansi dengan data lainnya. Proses ini akan sangat membantu para peneliti dan memastikan bahwa data yang sudah terkumpul dan digunakan adalah jurnal yang berkualitas dan akurat.

Selanjutnya tahapan klasifikasi yaitu seluruh data yang telah terkumpul akan dikelompokkan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Hal ini dilakukan agar data dapat mudah dibaca dan dipahami serta memberikan informasi yang jelas terkait kebutuhan peneliti dalam membangun argumen dan temuan penelitian. Setiap selanjutnya yaitu tahapan verifikasi yang digunakan untuk memeriksa dan diverifikasi tentang kepastian dan kepastian data yang sudah ditemukan. Tahapan ini sangat penting untuk memastikan bahwa kesimpulan yang diambil dari analisis tersebut dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Hari ini dapat disimpulkan bosnya pengolahan data merupakan rangkuman dari beberapa tahapan sebelumnya di mana peneliti akan menyusun kesimpulan atas hasil pengolahan data yang mencakup hasil analisis dan beberapa temuan yang didapatkan dari data yang sudah terkumpul.

### **C. Analisis Data**

Pada protein ini analisis data dilakukan melalui pendekatan deskriptif dengan metode penelitian kualitatif titik pendekatan deskriptif ini memungkinkan peneliti dalam menggambarkan secara detail tentang keadaan ataupun fenomena yang sedang diselidiki. Adapun dalam konteks ini data yang dianalisis berfokus pada pemahaman dan penjelasan tentang peran teknologi dan menyimpan sumber daya manusia dengan meningkatkan standar keselamatan, kesehatan, dan keberlanjutan dalam industri konstruksi di Indonesia. Analisis deskriptif memungkinkan peneliti dalam menggambarkan berbagai aspek yang relevan dengan beberapa fenomena yang diteliti, seperti peran teknologi dalam pemantauan proyeksi Komnas strategi pengelolaan sumber daya manusia komandan dampak atas kebijakan pemerintah terkait dengan keselamatan kerja penggunaan pendekatan ini dapat menyajikan gambaran yang kompresif dan detail tentang masalah yang diteliti serta mengidentifikasi pola dan temuan yang akan muncul dari analisis data tersebut.

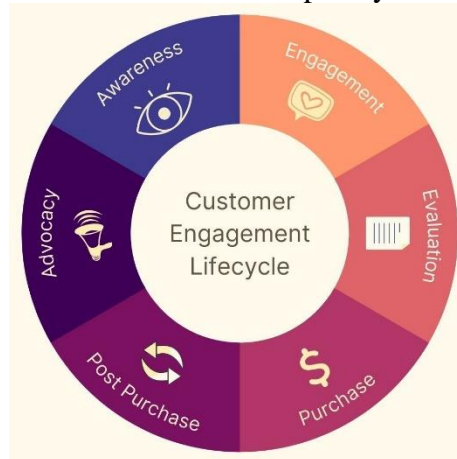
Metode penelitian kualitatif digunakan untuk memahami dan menjelaskan tentang fenomena yang kompleks seperti adanya dinamika keselamatan kerja dalam industri konstruksi. Metode penelitian ini dapat mengumpulkan data yang mendalam serta detail untuk melakukan observasi, wawancara dan analisis dokumen dari berbagai jurnal yang relevan dengan pembahasan. Data kualitatif kemudian akan dianalisis dengan cara yang sistematis dan reflektif untuk mengidentifikasi beberapa tema utama dan hubungan beberapa variabel yang relevan dengan pembahasan. Adapun analisis kualitatif memungkinkan peneliti dalam mengeksplorasi berbagai perspektif sudut pandang yang beragam serta

memahami sosial dan budaya terhadap fenomena yang terjadi titik hal ini akan memberikan wawasan yang mendalam kepada peneliti tentang isu keselamatan, kesehatan keberlanjutan dalam industri konstruksi di Indonesia.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Optimalisasi Pengalaman Pelanggan (*Customer Experience Optimazation*)

Optimalisasi pengalaman pelanggan atau *customer experience optimization* merupakan bentuk aspek yang sangat penting dalam menganalisis penggunaan teknologi sistem informasi dalam meningkatkan penjualan dan pemasaran online (Kusuma et al., 2023). Era digital merupakan pelanggan yang memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap pengalaman berbelanja online dan pengguna teknologi e-commerce yang canggih yang akan membantu bisnis dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan yang lebih baik. Pelanggan akan selalu cermat dengan jejak digital yaitu dengan adanya ulasan pada sistem e-commerce, hal ini akan memberikan sebuah tantangan pada pelaku usaha karena konsumen akan memberikan ulasan terkait dengan produk ataupun pengalaman membeli di toko tersebut. Jika didapatkan konsumen yang kurang puas terhadap pelayanan toko tersebut maka konsumen akan mengulas dengan negatif sehingga hal ini akan mempengaruhi rating dari toko tersebut dan kepercayaan konsumen akan menurun.



(Gambar 2. Alur Pengalaman Pelanggan)

Penggunaan sistem teknologi dalam penjualan online akan memungkinkan bisnis untuk mengumpulkan data secara terperinci dari pelanggan seperti preferensi pembelian, riwayat transaksi, dan perilaku penelusuran (Pandiangnan et al., 2022). Adanya sistem informasi tersebut bisnis dapat memahami kebutuhan preventif pelanggan yang lebih mendalam sehingga dapat digunakan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih terarah dan efektif. Trend pasar yang sangat bisa dianalisis dengan cepat oleh perilaku usaha merupakan salah satu bentuk peluang yang akan memberikan dorongan terhadap penjualan online, karena konsumen akan melihat tentang apa yang disukai dan apa yang sudah menjadi trend sehingga pelaku bisnis harus mengetahui beberapa aspek ataupun kebutuhan dari konsumen.

Integritas sistem manajemen hubungan pelanggan adanya bisnis tersebut harus mempertahankan komunikasi yang personal dengan pelanggan. Adanya informasi yang terintegrasi akan memberikan layanan pelanggan yang lebih

responsif dan individual dan memperkuat hubungan dengan pelanggan sehingga dapat meningkatkan loyalitas (Pandiangnan et al., 2022). Jika suatu konsumen sudah tidak nyaman pada toko tersebut maka akan berpindah ke toko yang lain karena brand ataupun toko sangat penting dalam meningkatkan penjualan. Konsumen yang puas terhadap penjualan toko tersebut maka akan merekomendasikan sekitar untuk membeli di toko tersebut sehingga hal ini menjadi aspek yang penting terhadap peningkatan penjualan online tersebut.

Sistem e-commerce yang canggih akan memungkinkan pelanggan memiliki pengalaman belanja yang lebih nyaman seperti fitur keranjang belanja disimpan sehingga pelanggan dapat menyimpan item yang dipilih untuk dibeli di kemudian hari tanpa melakukan pencarian ulang. Hal ini akan meningkatkan kenyamanan pelanggan dan mempercepat proses pembelian dan juga meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Sistem e-commerce tersebut sudah banyak membantu konsumen dalam mencari kebutuhan, terkadang konsumen hanya ingin melihat-lihat barang namun jika barang tersebut menarik pelanggan maka ada kemungkinan pelanggan tersebut akan langsung membeli barang tersebut (Utamanyu & Darnastuti, 2022).

Dengan adanya analisis penggunaan platform bisnis maka dapat mengidentifikasi beberapa kelemahan dalam pengalaman pelanggan sehingga dapat dilakukan perbaikan seperti adanya masalah dalam proses check out sehingga bisnis dapat melakukan perubahan desain ataupun penyesuaian teknis dalam meningkatkan pengalaman pengguna. Adanya pelaku usaha dalam menyediakan layanan pelanggan yang lebih responsif akan memberikan integrasi dengan platform pesan langsung ataupun operan online sehingga pelanggan dapat mengajukan pertanyaan ataupun mengatasi masalah mereka secara langsung tanpa harus menunggu untuk mendapatkan bantuan.

Teknologi commerce akan memonitor dan mengevaluasi kinerja dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Alat analisis tersebut dapat melacak matriks seperti tingkat konversi, waktu pengiriman dan tingkat kepuasan pelanggan untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang dapat meningkatkan kinerja pelaku bisnis. E-commerce yang digunakan sebagai jual beli online maka pelaku bisnis harus mengikuti perkembangan dan tren perilaku konsumen agar dapat mempercepat penjualan yang tinggi yaitu dengan menganalisis data pasar ataupun trend pembelian di beberapa toko sehingga bisnis dapat meningkatkan peluang baru untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih inovatif dan efektif.

#### **Analisis Data Pengambilan Keputusan (*Decision Making Data Analysis*)**

Mengembangkan layanan e-commerce memerlukan pemahaman menyeluruh tentang perilaku pengambilan keputusan konsumen. Dalam konteks penerapan model perilaku pengambilan keputusan memberikan informasi rinci tentang bagaimana konsumen berinteraksi dengan layanan yang disediakan oleh platform toko digital. Metode ini memungkinkan suatu pelaku bisnis memahami alur pemikiran dan unsur-unsur yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk pada toko tersebut (Angraini & Kurniawati, 2022).

Dengan teknik ini toko digital dapat mengidentifikasi tindakan spesifik untuk meningkatkan pengalaman berbelanja di toko tersebut dengan nyaman. Memahami model perilaku pengambilan keputusan memungkinkan pelaku bisnis untuk

mengidentifikasi tahapan penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen, seperti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan preferensi konsumen. Hal ini memungkinkan toko untuk menciptakan strategi yang lebih efektif dalam mempromosikan dan mengembangkan toko digital tersebut.



(Gambar 3. Model Pengambilan Keputusan)

Penerapan model perilaku pengambilan keputusan memungkinkan suatu toko digital menyesuaikan layanannya dengan minat dan kebutuhan konsumen tertentu (Rosdiana et al., 2019). Toko digital dapat memenuhi ekspektasi dan keinginan konsumen dengan lebih baik dengan mempelajari lebih lanjut proses pengambilan keputusan. Hal ini dapat membantu toko memperkuat hubungan konsumen dan meningkatkan loyalitas dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, penerapan model perilaku pengambilan keputusan merupakan alat penting untuk membangun kerangka konseptual yang memahami proses pengambilan keputusan konsumen saat menggunakan ataupun keinginan dalam membeli dalam e-commerce tersebut.

## SIMPULAN

Penggunaan teknologi sistem informasi manajemen dalam jual beli online telah membawa dampak yang sangat signifikan dalam meningkatkan penjualan dan pemasaran online di Indonesia. Adanya pertumbuhan yang sangat pesat dalam jumlah pengguna internet bisnis e-commerce akan mempunyai akses yang luas dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan menawarkan beberapa pengalaman belanja yang baik kepada konsumen. Optimalisasi pengalaman pelanggan melalui personalisasi konten, integrasi dengan sistem manajemen hubungan pelanggan, dan penyediaan layanan pelanggan yang responsif akan membentuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Menghadapi tantangan dan risiko seperti keamanan data, pelaku bisnis perlu meningkatkan investasi dalam sistem keamanan formasi untuk melindungi data sensitif pelanggan dan bisnis. Perubahan pola perilaku konsumen yang dinamis akan menuntut bisnis memantau pasar dan menganalisis trend dalam menghadapi strategi pemasaran secara terus-menerus. Dari beberapa strategi tersebut maka

pelaku bisnis dapat tetap bersaing dan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam pasar e-commerce yang semakin berkembang.

## **SARAN**

Dalam memaksimalkan potensi penggunaan teknologi dalam meningkatkan penjualan dan pemasaran online maka penting bagi pelaku dalam meningkatkan penjualan dan pemasaran online maka penting bagi pelaku bisnis untuk mengembangkan kemampuan menganalisis data dan memahami perilaku konsumen. Investasi pelatihan dan pengembangan SDM dalam bidang analisis data akan memberikan langkah yang penting untuk memastikan bahwasanya bisnis dapat mengambil keputusan yang tepat berdasarkan informasi yang diperoleh dari platform e-commerce. Adanya kerjasama dengan lembaga riset pasar dan teknologi akan memberikan wawasan tentang trend pasar dan inovasi teknologi yang akan memungkinkan penjualan online lebih meningkat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anggraini, R., & Kurniawati, T. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen di Toko Online . *Jurnal Salingka Nagari*, 1(1).
- Annur, M. C. (2023, September 20). Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023. *Databoks: Katadata Media Network*.
- Astuti, I. I., Sulisman, N. A., & Tarigan, B. D. R. S. (2023). Eksplorasi E-Governance: Menjawab Tantangan Implementasi E-Commerce Era Vuca di Indonesia. *Publicness Journal of Publik Administration Studies*, 2(4).
- Harto, B., Rukmana, Y. A., Subekti, R., & Tahir, R. (2023). *TRANSFORMASI BISNIS DI ERA DIGITAL (Teknologi Informasi dalam Mendukung Transformasi Bisnis di Era Digital)* (Efitra, Ed.; 1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kementerian Komunikasi dan dan Informatika. (2014, May 8). Kemkominfo: Pengguna Internet di Indonesia Capai 82 Juta. *Kominfo Bandar Lampung*.
- Kusuma, A. I., Afifah, N. D. F., Ruba, G. M., & Utama, Y. Y. (2023). Analisis Manajemen Digital dalam Mengoptimalkan Kinerja Bisnis. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 2(1).
- Pandiangan, T. M. S., Sintesa, N., Abulghani, T., & Muhiban, A. (2022). *Pengantar Bisnis Digital*. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Prasetyo, B. R. (2023). Pengaruh E-Commerce dalam Dunia Bisnis. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(1).
- Rosdiana, R., Haris, A. I., & Suwena, R. K. (2019). PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1).
- Utamanyu, A. R., & Darnastuti, R. (2022). BUDAYA BELANJA ONLINE GENERASI Z DAN GENERASI MILENIAL DI JAWA TENGAH (Studi Kasus Produk Kecantikan di Online Shop Beauty by ASAME). *Jurnal SCRIPTURA*, 12(1).
- Widajanti, E. (2008). PERAN TEKNOLOGI INFORMASI UNTUK MENCAPAI KEUNGGULAN KOMPETITIF. *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi* , 6(1), 60–71.