

BAB VI

KESIMPULAN

Berdasarkan analisa dan pembahasan dari Bab V, penulis menarik kesimpulan dan menyampaikan saran

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan data perusahaan dan informasi perusahaan yang didapat dari wawancara diperoleh penulis selama melakukan penelitian dan pembahasan di PT. Sentra Wira Taktikal adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan Belum Memiliki Proses Bisnis yang Terstruktur

Dengan proses bisnis yang sedang berjalan sekarang, perusahaan tidak menetapkan prosedur dalam proses penjualan. Pegawai yang bekerja di perusahaan mengerjakan tugas-tugas berdasarkan perintah dari pemilik perusahaan. Sehingga, terdapat dalam beberapa kesempatan ketika perusahaan tidak dapat menanggapi pertanyaan-pertanyaan dari pelanggan atau salah dalam merespon pertanyaan pelanggan.

Solusi atas permasalahan diatas adalah dengan membenahi prosedur penjualan. Usulan proses bisnis yang baru, akan digambarkan menggunakan BPMN dan berdasar kepada *revenue cycle*.

2. Menggunakan Beberapa Kanal Pemasaran

Perusahaan menjual produk nya dengan membuka toko dan memasarkan produk nya secara *online* melewati sosial media dan *e-marketplace*. Perusahaan menyatakan dalam sesi wawancara bahwa

sekarang lebih fokus terhadap penjualan secara *online*. Terdapat tiga *e-marketplace* yang digunakan oleh perusahaan yaitu Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee. Dengan terbatasnya sumber daya yang dimiliki dan menimbang banyaknya kanal pemasaran yang digunakan, perusahaan tidak memiliki akses untuk mendapatkan informasi yang dapat membantu perusahaan dalam menentukan *e-marketplace* mana yang paling efektif.

Dengan usulan proses bisnis yang baru, peneliti menyimpulkan bahwa perusahaan dapat menggunakan sistem informasi *transaction processing system* dan *management information system*. Dengan menggunakan jenis sistem informasi tersebut, perusahaan mencatat dan mengidentifikasi dari mana sumber pesanan. Setelah pencatatan dilakukan, sistem akan mengolah data yang sudah terkumpul berdasarkan rentang waktu tertentu dan pesanan yang sudah teridentifikasi lalu disajikan dalam bentuk grafik yang dimana dalam grafik tersebut memuat jumlah penjualan, total penjualan dari *e-marketplace* penjualan, dan perbandingan porsi penjualan dari setiap *e-marketplace* yang digunakan oleh perusahaan.

6.2 Saran

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian ini, penulis memberikan saran kepada perusahaan untuk membenahi prosedur penjualan menjadi lebih terstruktur dan menggunakan sistem informasi yang mampu membantu

perusahaan dalam menentukan kanal pemasaran mana yang paling efektif agar penjualan lebih tepat dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arbuko, C. &. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Basuki, H. (2006). *Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Kemanusiaan dan Budaya*. Jakarta.
- Berman, B. &. (2007). *Retail Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Carter, W. K. (2009). *Akuntansi Biaya (Vol. Edisi 14)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Choliq, A. (2011). *Pengantar Manajemen*. Semarang: Rafi Sarana Perkasa.
- Davis, G. B. (2005). *Management information systems*. Malden: Blackwell Publishing Ltd.
- Johnson, R. N. (2006). *Modern Auditing Assurance Services and the Integrity of Financial Reporting*. Hoboken: John Willey.
- katadata. (2018, 2 20). *Berapa Jumlah Pengguna Internet di Indonesia?* Retrieved from www.katadata.co.id:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/20/berapa-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia>
- katadata. (2018, 10 22). *Tokopedia Tetap Memimpin Jumlah Pengunjung e-marketplace TW III 2018*. Retrieved from www.katadata.co.id:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/10/22/tokopedia-tetap-memimpin-jumlah-pengunjung-e-marketplace-tw-iii-2018>
- katadata. (2018, 11 30). *Transaksi e-marketplace Asia Tenggara Diproyeksi Mencapai Rp 1.469 Triliun pada 2025*. Retrieved from www.katadata.co.id:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/11/30/trasaksi-e-marketplace-asia-tenggara-diproeksi-mencapai-rp-1469-triliun-pada-2025>

katadata. (2019, 2 19). *Berapa Valuasi Unicorn Indonesia?* Retrieved from www.katadata.co.id:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/19/berapa-valuasi-unicorn-indonesia>

Kotler, P. &. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.

Laudon, K. C. (2016). *Management Information System* (14 ed.). Harlow: Pearson Education Limited.

Levy, M. &. (2012). *Retailing Management*. New York: McGraw-Hill/Irwin.

Rahardjo, S. &. (2011). *Pemahaman Individu Teknik Non Tes*. Kudus: Nora Media Enterprise.

Rahayu, N. (2019, 2 19). *Pertumbuhan E-marketplace Pesat di Indonesia*.

Retrieved from wartaekonomi:

<https://www.wartaekonomi.co.id/read216302/pertumbuhan-e-marketplace-pesat-di-indonesia.html>

Rama, D. V. (2008). *Sistem Informasi Akuntansi*. (Wibowo, Trans.) Jakarta: Salemba Empat.

Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2016). *Accounting information systems*. New York: Pearson.

Sabilla, R. (2017, 9 28). *Sejarah Internet di Dunia dan Indonesia*. Retrieved from Kompasiana:

https://www.kompasiana.com/sabil_28/59cbe292d0e3ed36662a0362/sejarah-internet-di-dunia-dan-indonesia

Silalahi Ulber, D. M. (2002). *Pemahaman Praktis Asas-Asas Manajemen*.

Bandung: Mandar Maju.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Turban, E. (2018). *Electronic Commerce (9th ed)*. Cham: Pearson.

Wilkinson, e. a. (2000). *Accounting Information Systems: Essential Concepts and Application (4th)*. New York: John Wiley and Sons.