



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

**Rancangan Sistem Informasi Untuk Menganalisa Porsi
Penjualan *Marketplace* PT. Sentra Wira Taktikal**

Skripsi

Oleh

Lukman Hakim

2014320133

Pembimbing

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Lukman Hakim
Nomor Pokok : 2014320133
Judul : Rancangan Sistem Informasi Untuk Menganalisa Porsi
Penjualan Marketplace PT. Sentra Wira Taktikal

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 23 Juli 2019
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Marihot Tua Effendi, Drs., M.Si : _____

Sekretaris

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. : _____

Anggota

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M. : _____

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Lukman Hakim

NPM : 2014320133

Jurusan Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Rancangan Sistem Informasi Untuk Menganalisa Porsi
Penjualan Marketplace PT. Sentra Wira Taktikal

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 30 Juli 2019

Lukman Hakim

ABSTRAK

Nama : Lukman Hakim
NPM : 2014320133
Judul : Rancangan Sistem Informasi Untuk Menganalisa Porsi Penjualan Marketplace PT. Sentra Wira Taktikal

Indonesia merupakan salah satu negara di Asia Tenggara yang memiliki masa depan cerah dalam industri *e-marketplace*. Dengan angka pertumbuhan industri yang terus meningkat dari waktu ke waktu, membuat masyarakat terpicu dan percaya untuk mencoba mencari rezeki dengan berjualan di *e-marketplace*. Tidak terkecuali untuk perusahaan asal Bandung ini, yang menjual alat-alat taktikal dan perlengkapan aktivitas *outdoor*. Dengan pangsa pasar *e-marketplace* yang begitu luas, PT. Sentra Wira Taktikal mencoba untuk melebarkan penjualannya melewati platform *e-marketplace* seperti Tokopedia, BukaLapak, dan Shopee. Namun, dengan terbatasnya akses sumber daya, perusahaan tidak dapat menentukan marketplace mana yang paling efektif dalam porsi penjualan perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan membahas porsi penjualan marketplace yang digunakan oleh PT. Sentra Wira Taktikal menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder untuk menunjang validitas dan reliabilitas sebuah penelitian.

Tahap awal dari penelitian ini adalah penulis melakukan wawancara terhadap pemilik perusahaan guna mengetahui kondisi yang sedang dialami oleh perusahaan. Dilanjutkan dengan observasi dan mempelajari dokumen-dokumen yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan melakukan ketiga aktivitas tersebut, penulis mampu menggambarkan proses bisnis aktual perusahaan dan usulan proses bisnis yang baru dengan menggunakan *Business Process Modelling and Notation* (BPMN). Tahap-tahap dari usulan proses bisnis yang baru berpatok dari *revenue cycle*.

Langkah selanjutnya adalah dengan menyesuaikan usulan proses bisnis yang baru dengan kebutuhan perusahaan. Pada tahap ini, penulis merubah prosedur penjualan yang digunakan oleh perusahaan menjadi lebih ideal agar dapat terbantu dengan rancangan sistem informasi *transaction processing system* dan *management information system*. Rancangan sistem informasi yang telah dibuat, disertai dengan tampilan, cara penggunaan dan data yang dihasilkan.

Kata Kunci – *Business Process Modelling Nation* (BPMN), *Cycle*, *E-Marketplace*, *information*, *management*, *revenue*, *system*, *transaction*,

ABSTRACT

Nama : Lukman Hakim
NPM : 2014320133
Judul : *System Information Design For Analyzing Marketplace's Sales Portion of PT. Sentra Wira Taktikal*

Indonesia is one of South East Asia country that have bright future about e-marketplace industry. From time to time, e-marketplace industry in Indonesia is currently growing and because of that, e-marketplace has gain peoples trust and make them want to try to use it. Especially for PT. Sentra Wira Taktikal, a retail business from Bandung selling tactical and outdoor gear. Because of the large e-marketplace market, PT. Sentra Wira Taktikal try to expand its business through marketplace platforms like Tokopedia, BukaLapak. and Shopee. But, with the restricted access for resources, the firm cannot identify which platform is the most effective.

This study aims to analyze and discuss the business sale within the marketplace the firm use and using a descriptive research type with a qualitative approach. Data collection techniques used in this study are interviews, observation, documentation and literature study. This study uses primary and secondary data sources to support the validity and reliability of a study

The first step for this research is to get as much information through interview, observation and studying the firm documents. For that, this research can describe the actual process that currently going on and also, the new process using Business Process Modelling Nation (BPMN). The whole new process is based on revenue cycle theory.

The next step is to adjust what the firm needs so it with the new business process. At this particular step, the writer rewrite from the actual business process into new business process to become more ideal. So the firm can actually use an information system such as transaction processing system and management information system. The system information design that has been made is included with a visual presentation, how-to-use it and what kind of data that produce.

Keywords – Business Process Modelling Nation (BPMN), Cycle, E-Marketplace, information, management, revenue, system, transaction,

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya yang selalu tercurah memberikan kesehatan dan hikmah sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penelitian dengan judul Rancangan Sistem Informasi Untuk Menganalisa Porsi Penjualan PT. Sentra Wira Taktikal disusun dalam rangka memenuhi syarat kelulusan dalam jenjang pendidikan Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan, Bandung

Penyusunan penelitian ini dapat terselesaikan karena do'a, bimbingan, dukungan, dorongan, dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua tersayang, Bapak dan Ibu yang selalu memberikan do'a, kasih sayang, dan dukungan kepada penulis tiada henti.
2. Muhammad Ihsan dan Nadia Rahmani selaku kakak dan adik bagi penulis yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
3. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku dosen pembimbing seminar dan skripsi yang telah membagi ilmu, memberi arahan, meluangkan banyak waktu dan memberikan dukungan penuh selama penulisan skripsi ini.
4. Koko Wandi selaku pemilik PT. Sentra Wira Taktikal yang memberikan penulis kesempatan untuk meneliti perusahaan.

5. Bapak Pius Sugeng Prasetyo, Drs., M.Si., Ph.D. selaku dekan fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ibu M. Banowati Talim, Dra., M.Si., selaku ketua jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, dan Bapak Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB selaku dosen wali penulis.
6. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh Staf Akademik, Staf Kemahasiswaan yang telah memberikan ilmu, bantuan dan jasanya kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan.
7. Ajeng Amanda Luthfiah selaku pengingat, pemberi semangat, serta kritik dan saran ditambah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Luthfi, Khaisan, Iwan, dan Fauzi yang turut membantu penulis dengan memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman Geladi Wisata sebagai pengingat dan memberikan motivasi untuk penulis agar cepat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman Sekala The Common Place yang memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KERANGKA TEORI	7
2.1 Sistem Informasi Manajemen.....	7
2.1.1 Data dan Informasi.....	7
2.1.2 Manajemen.....	7
2.1.3 Dimensi Sistem Manajemen	8
2.2 Jenis-Jenis Sistem Informasi Manajemen	10
2.2.1 <i>Transaction Processing System</i>	10
2.2.2 <i>Management Information System</i>	10
2.2.3 <i>Decision-Support System</i>	11
2.2.4 <i>Executive Support System</i>	11
2.3 <i>Bisnis Retail</i>	12
2.3.1 Fungsi dan Karakteristik <i>Retail</i>	13
2.3.2 <i>Jenis Retailing</i>	15
2.4 <i>E-Marketplace</i>	25

2.4.1	Komponen <i>E-Marketplace</i>	26
2.4.2	Jenis-Jenis <i>E-Marketplace</i>	27
2.4.3	Manfaat <i>E-Marketplace</i>	28
2.5	<i>Revenue Cycle</i>	29
2.5.1	Proses Umum <i>Revenue Cycle</i>	31
2.5.2	Prosedur-Prosedur Dalam <i>Revenue Cycle</i>	32
BAB III	METODE PENELITIAN	36
3.1	Jenis Penelitian	36
3.2	Metode Penelitian.....	37
3.3	Metode Pengumpulan Data	37
3.4	System Design.....	40
3.4.1	<i>Business Process Modelling Notation (BPMN)</i>	40
3.4.2	Rancangan Tampilan Sistem.....	40
3.5	Tahapan Penelitian	41
BAB IV	OBJEK PENELITIAN.....	42
4.1	Sejarah Perusahaan.....	42
4.2	Profil Perusahaan.....	42
4.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	45
4.4	Struktur Organisasi Perusahaan	45
4.5	Uraian Tugas	46
BAB V	PEMBAHASAN.....	48
5.1	Proses Bisnis Perusahaan	48
5.2	Usulan Proses Bisnis	49
5.3	Rancangan Tampilan Management Information System	54
5.3.1	Tampilan Daftar Transaksi	54

5.3.2	Tampilan Persediaan Barang	56
5.3.3	Tampilan Tagihan	58
5.3.4	Proses Pengolahan Data	59
5.3.5	Tampilan <i>Dashboard</i> Penjualan.....	60
BAB VI	KESIMPULAN	63
6.1	Kesimpulan.....	63
6.2	Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Tampilan Toko PT. Sentra Wira Taktikal di Tokopedia.....	43
Gambar 4.2 Tampilan Katalog Produk PT. Sentra Wira Taktikal	44
Gambar 5.1 BPMN Proses Bisnis Perusahaan.....	48
Gambar 5.2 BPMN Usulan Proses Bisnis Untuk PT. Sentra Wira Taktikal.....	49
Gambar 5.3 BPMN Memilah Pesanan Pelanggan	50
Gambar 5.4 BPMN Proses Mengirim Barang	51
Gambar 5.5 BPMN Proses Membuat Tagihan.....	52
Gambar 5.6 BPMN Proses Uang Masuk ke Perusahaan	53
Gambar 5.7 Rancangan Tampilan Daftar Transaksi.....	54
Gambar 5.8 Rancangan Tampilan Persediaan Barang.....	56
Gambar 5.9 Rancangan Tampilan Tagihan.....	58
Gambar 5.10 BPMN Proses Pengolahan Data.....	59
Gambar 5.11 Rancangan Tampilan Dashboard Penjualan.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel Fungsi Sumber Daya Bisnis.....	46
--	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan teknologi tidak dapat lagi dibendung. Keseharian manusia dengan bantuan teknologi tidak dapat terpisahkan karena teknologi sudah menjadi bagian dalam kehidupan manusia itu sendiri. Hampir diseluruh aktivitas manusia dibantu dengan teknologi. Salah satu buah dari berkembangnya teknologi yaitu hadirnya internet. Internet pertama kali diperkenalkan di Amerika Serikat pada tahun 1969. Tujuan awal pembuatannya sebenarnya untuk keperluan militer kanrea pada masa tersebut digunakan untuk mengatasi masalah bila terjadi serangan nuklir. Selain itu, juga digunakan untuk menghindari tetrajadinya pesan yang terpusat. Untuk di Indonesia sendiri, internet masuk pada tahun 1990an dulu lebih dikenal dengan sebutan paguyuban *network*. Hingga sekarang ini, internet pun masih terus berkembang dan sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat. (Kompasiana, 2017)

Seiring berjalannya waktu, teknologi dan internet sudah semakin berkembang dan menjadi salah satu alat/media yang digunakan untuk berbagai keperluan. Salah satu contoh dari kegunaan teknologi yang dilengkapi dengan manfaat internet adalah *e-marketplace (e-marketplace)*. *E-marketplace* adalah suatu wadah yang memberikan ruang bagi para pengguna internet untuk bisa melakukan transaksi jual-beli dengan aman serta nyaman. (Turban, 2018). Perkembangan *e-marketplace* telah menyebar ke berbagai

negara, seperti Amerika Serikat dan beberapa negara di ASEAN. Pertumbuhan *e-marketplace* di negara ASEAN, khususnya Indonesia, telah mengalami peningkatan sampai 500 persen dalam 4 tahun terakhir dan nilai transaksi di *e-marketplace* yang telah dilakukan oleh masyarakat Indonesia mencapai angka USD1\$2.2 Miliar (katadata, 2018). Beberapa perusahaan yang telah menjadi “pemain besar” di Indonesia adalah Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee.

Tokopedia yang merupakan salah satu dari pemain besar dalam industri *e-marketplace* di Indonesia di dirikan pada Tahun 2009 oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison hingga sekarang ini umur perusahaan sudah genap 10 tahun.. Pencapaian yang sudah berhasil diraih oleh Tokopedia pun sudah banyak, salah satunya adalah menjadi penyandang predikat “*Unicorn*” yang berarti, nilai valuasi perusahaan telah mencapai \$USD 1 Miliar. Dalam hal banyaknya jumlah pengunjung *e-marketplace*, Tokopedia menjadi pemimpin pada tahun 2018 dengan jumlah pengunjung mencapai angka 153,6 juta perbulan (katadata, 2018). Tokopedia memiliki beragam produk diantaranya adalah layanan pembayaran tagihan, layanan pembelian pulsa, tiket perjalanan kereta, pesawat, sampai *shuttle bus*. Salah satu penjual di Tokopedia yang memiliki nama toko “Pemilik Kopi Ujung” mengungkapkan, “Tokopedia sangat membantu kami memperkenalkan *speciality coffee* dari Sulawesi, menjangkau lebih banyak pasar dari seluruh Indonesia”.

“Pemain besar” selanjutnya dalam industri *e-marketplace* di Indonesia adalah Bukalapak. Bukalapak didirikan pada tanggal 10 Januari 2010 oleh Achmad Zaky bersama kedua rekannya yakni, Nugroho Herucahyono dan Fajrin Rasyid.

Perusahaan yang di pimpin oleh Achmad Zaky ini menyandang predikat “*Unicorn*” setelah mendapat beberapa pendanaan dari perusahaan-perusahaan besar seperti Alibaba, EMTEK Group dan berlangsung ketika perusahaan berumur genap 8 tahun. Dalam persaingan industri *e-marketplace* di Indonesia, BukaLapak berada di peringkat kedua dalam hal jumlah pengunjung. Bukalapak tercatat di peringkat kedua setelah Tokopedia dengan jumlah 95,9 juta pengunjung setiap bulannya (katadata, 2018). Untuk terus meningkatkan pangsa pasar *platform* nya, BukaLapak menjalin kerjasama dengan berbagai kalangan, dari mulai badan pemerintahan, UMKM hingga ke toko kelontong dan warung.

E-marketplace selanjutnya adalah Shopee. Umur dari Shopee dibandingkan dengan Bukalapak dan Tokopedia jauh lebih muda yang dimana masih berumur 4 tahun. Didirikan di Singapura dan dipimpin oleh CEO Chris Feng, Shopee merupakan bagian dari Garena Group yang sekarang berganti nama menjadi Sea Group. Diluncurkan secara serentak pada tahun 2015 di beberapa negara ASEAN antara lain Taiwan, Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Filipina dan Indonesia. Di Indonesia sendiri, shopee mulai beroperasi pada akhir Juni 2015. Untuk mencoba bersaing dalam industri *e-marketplace* di Indonesia, Shopee meluncurkan berbagai promo menarik. Pada saat awal peluncurannya, promo seperti gratis ongkos kirim berhasil menarik perhatian masyarakat Indonesia untuk mencoba menggunakan *e-marketplace* asal Singapura ini. Hingga saat ini, Shopee memiliki 38,9 juta pengunjung setiap bulannya di tahun 2018 yang berarti menempatkan Shopee di posisi ketiga dalam banyaknya jumlah pengunjung.

Perusahaan yang akan penulis teliti adalah perusahaan yang bergerak di bidang *retail*. Dimana perusahaan ini, menjual *tactical gear* seperti, *helm*, kacamata *outdoor*, sarung tangan, tas, dan perlengkapan aktivitas *outdoor*. Perusahaan memiliki nama PT. Sentra Wira Taktital yang berlokasi di Bandung tepatnya di Jl. Gunung Rahayu no. 20 Cimahi. Barang-barang yang dijual oleh PT. Sentra Wira Taktital bersegmen dari menengah keatas. Kualitas dari produk yang dijual merupakan kualitas *import*.

Sekarang, perusahaan memiliki dua jalur penjualan yaitu, dengan membuka toko fisik dan toko *online*. Namun, perusahaan lebih fokus untuk menjual produk-produk nya secara *online* karena memang sekarang ini penjualan secara *online* dapat terjangkau oleh siapapun dan juga penggunaanya sudah sangat banyak. Perusahaan menjual produknya di berbagai *platform* seperti *e-marketplace* layaknya Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee. Selain di *e-marketplace*, perusahaan juga mencoba menjangkau pengguna *Instagram* dan *Facebook*. Dari banyaknya kanal pemasaran yang digunakan oleh perusahaan, jumlah transaksi *online* memiliki porsi lebih dibandingkan dengan jumlah penjualan yang terjadi di toko dan dari banyaknya kanal pemasaran *online* yang digunakan, jumlah penjualan dari *e-marketplace* lebih banyak bila dibandingkan dengan penjualan dari sosial media. Namun, penjualan-penjualan yang terjadi tidak dapat diidentifikasi dari kanal pemasaran *e-marketplace* yang mana karena terbatasnya sumber daya sehingga perusahaan tidak mencatat asal sumber pesanan yang ada. Sehingga, perusahaan tidak mengetahui *e-marketplace* mana yang paling efektif dalam menopang

penjualan. Akan lebih baik apabila perusahaan mengetahui *e-marketplace* mana yang lebih efektif terhadap penjualan secara *online*.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis akan memberikan solusi berupa rancangan sistem informasi yang membantu perusahaan dalam menganalisis efektifitas kanal pemasaran *e-marketplace*.

1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan yang difokuskan dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Rancangan sistem informasi seperti apa yang dapat menganalisis porsi penjualan *e-marketplace* yang digunakan perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat rancangan sistem *transaction processing system* dan *management control system*. Proses pengembangan sistem terdiri dari 5 tahapan yaitu, *system analysis*, *system design*, *programming*, *testing*, *production and maintenance*. Namun dalam penelitian ini hanya akan dibuat sampai proses *system analysis* dan *system design*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Peneliti

Penelitian ini berguna untuk menambah wawasan penulis serta pembelajaran dalam melakukan penelitian. Bermanfaat pula sebagai penerapan ilmu yang sudah didapat selama melaksanakan studi di program studi Ilmu Administrasi Bisnis

2. Pihak Lain

Semoga penelitian ini dapat menambah bahan kajian dalam penelitian. Harapan lainnya, semoga pembaca menjadi lebih paham tentang *revenue cycle* dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

3. Perusahaan

Hasil penelitian ini memberikan rancangan sistem yang dapat memperbaiki pengelolaan dan pengontrolan pembelian di PT. Sentra Wira Taktikal. Dengan demikian dapat mengatasi masalah yang terjadi dan menyediakan barang-barang yang sesuai dengan keinginan konsumen.