



IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI DALAM STRATEGI PENJUALAN HYBRID INTERNET SALES STAR SKINCARE

IMPLEMENTATION OF INFORMATION SYSTEMS IN HYBRID INTERNET SALES STAR SKINCARE SALES STRATEGY

Zahara¹, Rayyan Firdaus²

Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Malikussaleh

Email : zahara.220420051@mhs.unimal.ac.id¹, rayyan@unimal.ac.id²

Article Info

Article history :

Received : 16-06-2024

Revised : 18-06-2024

Accepted : 21-06-2024

Published : 24-06-2024

Abstract

Current mechanical improvements have brought different advancements. Information and communication technology (ICT) is used in almost every facet of modern life, making it simpler to share timely and accurate data. A skin health management deals organization situated in Surabaya, Star Skincare, is as of now profiting from the high allure of skin health management items locally. E-commerce strategy has a significant impact on sales in this setting. Star Skincare uses hybrid and virtual sales systems in its marketing strategy. The purpose of this study is to find out how Star Skincare's current online sales system affects service recovery and customer satisfaction. The condition of the subject is described and explained through this qualitative study. Customers can access information more easily when doing business if a hybrid and virtual sales system is used.

Keywords: *Information systems, hybrid sales, virtual sales*

Abstark

Perkembangan teknologi saat ini telah membawa berbagai inovasi. Saat ini, teknologi informasi dan komunikasi digunakan hampir di semua bidang kehidupan manusia, sehingga memudahkan pertukaran informasi yang cepat dan akurat. Perusahaan penjualan perawatan kulit yang berbasis di Surabaya, Star Skincare, saat ini merasakan manfaat dari tingginya daya tarik produk perawatan kulit di masyarakat. Dalam konteks ini, Strategi e-commerce sangat penting untuk penjualan. Strategi pemasaran Star Skincare menggabungkan sistem penjualan hybrid dan virtual. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi sistem penjualan online Star Skincare saat ini dan menilai dampaknya terhadap kepuasan pelanggan dan pemulihan layanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggambarkan dan menjelaskan keadaan subjek. Mengadopsi sistem penjualan hybrid dan virtual memudahkan pelanggan mengakses informasi saat berbisnis.

Kata Kunci: *Sistem informasi, penjualan hybrid, penjualan virtual*

PENDAHULUAN

Para profesional bisnis saat ini dapat berkembang dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat yang disebabkan oleh kemajuan teknologi yang pesat. Belanja online sangat penting dalam membangun bisnis digital, khususnya dalam pemasaran produk dan



promosi penjualan. Misalnya saja Star Skincare yang meningkatkan daya saing, brand image dan kualitas produk melalui cara-cara tersebut (Vera Selviana Adoe, Dessy Kale Uly dan Imelda Inang, 2022).

Star Skincare merupakan toko perawatan kulit yang berlokasi di Jl. Ikan Belanak Perak Surabaya No. 26, Surabaya. Toko ini menawarkan berbagai macam produk perawatan kulit, mulai dari produk perawatan kulit dasar hingga produk perawatan kulit lengkap untuk pria dan wanita. Star Skincare memenuhi kebutuhan pelanggannya dengan terus memperluas informasi dan penawaran produknya, menjadikannya tujuan ideal untuk produk perawatan kulit.

Toko ini menangani transaksi penjualan harian dari pengecer fisik dan memasarkan produknya melalui platform media sosial seperti Marketplace, Facebook, dan WhatsApp. Star Skincare telah menerapkan strategi elektronik untuk memperluas wilayah pasarnya ke seluruh Indonesia. Perdagangan elektronik mengacu pada pertukaran produk dan layanan melalui Internet. Hal ini mencakup, misalnya, pembelian dan pemesanan barang melalui sistem elektronik dan Internet. Belanja online memudahkan bisnis dengan menyederhanakan dan mempercepat proses transaksi, Hal ini membantu perusahaan mengungguli pesaingnya dan meningkatkan omset (P. Butik, B. Hijab, Y. Kurniawati, 2021). E-commerce melibatkan pembelian dan penjualan produk dan layanan melalui platform elektronik, khususnya Internet. Kontrak dikirim melalui email, dukungan diberikan melalui email, dan banyak komunikasi online lainnya dilakukan. Ketika orang mengacu pada e-commerce, biasanya yang mereka maksud adalah berbisnis online. Strategi e-commerce Star Skincare mencakup penjualan hybrid dan virtual. Dalam penjualan hibrid, pekerjaan di lokasi digabungkan dengan kerja jarak jauh, yang dikenal sebagai kerja hibrid, yang merupakan salah satu sistem kerja fleksibel yang paling banyak digunakan saat ini. Pendekatan ini memungkinkan Star Skincare untuk mengintegrasikan pekerjaan berbasis lokasi dan jarak jauh, mengoptimalkan operasi dan strategi penjualannya.

Organisasi kerja hybrid telah mendapatkan popularitas yang cukup besar, terutama sejak tahun 2020, ketika banyak perusahaan telah mengadopsi sistem penjualan ini. Perubahan ini sebagian besar disebabkan oleh pandemi, yang memaksa orang untuk mengeksplorasi manfaat bekerja jarak jauh dari rumah. Situasi ini mendorong dunia usaha untuk berinovasi dan menciptakan peluang dari tantangan tersebut. Baik dunia usaha maupun karyawan mendapatkan manfaat dari penerapan sistem kerja hybrid. Bisnis dapat mengurangi biaya overhead, sementara karyawan dapat mencapai keseimbangan kehidupan kerja yang lebih baik.

Di sisi lain, penjualan virtual belanja online sangat bergantung pada perkembangan internet secara keseluruhan. Misalnya saja platform media sosial seperti Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, dan YouTube yang dapat digunakan untuk mempromosikan penjualan khususnya Star Skincare. Kehidupan bisnis mungkin mengalami perkembangan paling signifikan berkat pengaruh Internet. Perdagangan elektronik (e-commerce), istilah yang lebih luas yang mengacu pada bisnis yang menggunakan peralatan telekomunikasi dan



mewakili model bisnis tertentu yang telah berkembang secara signifikan dari waktu ke waktu. Dalam penjualan virtual, individu dapat berkomunikasi dengan orang lain secara bebas dan tanpa batasan. Inovasi ini menghubungkan komunitas digital dan masyarakat yang sering menggunakan Internet dalam kehidupan sehari-hari, efektif diterapkan di dunia maya sehingga memungkinkan berkembangnya kehidupan bisnis.

Dengan menerapkan strategi e-commerce yang didukung oleh pesatnya perkembangan teknologi Internet, Star Skincare dapat meningkatkan upaya promosi penjualan hybrid dan virtual. Pendekatan ini dapat menggantikan media tradisional seperti brosur dan pamflet, sehingga menawarkan beberapa keuntungan. Misalnya, tidak ada biaya iklan, ideal untuk mempromosikan produk dan memungkinkan pembaruan data penjualan dengan mudah. Keunggulan promosi yang ditawarkan media online dan meningkatnya jumlah pengguna internet kini memberikan peluang yang sama bagi usaha besar dan kecil untuk sukses secara online. Selain itu, pelanggan tidak perlu keluar rumah untuk mencari informasi produk karena dapat dengan mudah menelusuri katalog produk di website. Strategi e-commerce mempunyai dampak signifikan terhadap daya beli konsumen. Tujuan dari pekerjaan ini adalah untuk menganalisis peran sistem informasi manajemen dalam strategi e-commerce dalam penjualan hybrid dan virtual.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif berarti mengamati dan memahami objek penelitian dengan cara mendeskripsikannya dan menerapkan pengetahuan yang ada. Metode ini biasanya membandingkan hipotesis dan temuan penelitian serta menghasilkan solusi permasalahan yang berkaitan dengan topik penelitian. Informasi dikumpulkan melalui metode dokumentasi dan observasi. Pendekatan seperti ini diperlukan karena sistem akuntansi perusahaan mempunyai permasalahan terkait penggajian yang belum terselesaikan. Tujuan dari analisis penelitian adalah untuk menghubungkan sistem informasi akuntansi dengan strategi penjualan hybrid.

ISI DAN PEMBAHASAN

E-commerce, yang merupakan bagian dari bisnis Internet, melibatkan pertukaran barang dan jasa melalui Internet sebagai sarana komunikasi. Hal ini biasanya berarti membeli dan memesan barang melalui sistem elektronik dan internet. Belanja online memegang peranan penting dalam bisnis untuk mencapai keunggulan kompetitif, meningkatkan penjualan dan mempercepat proses bisnis (*Vera Selviana Adoe, Dessy Kale Uly dan Imelda Inang, 2022*). Penerapan strategi e-commerce dalam penjualan dapat memenuhi kebutuhan akan perancangan sistem informasi penjualan berbasis e-commerce. Tujuan dari sistem ini adalah untuk menyederhanakan penawaran produk kepada penjual di



pasar yang berbeda dan menghasilkan data penjualan yang efektif dan akurat yang mendukung perusahaan menghadapi tantangan globalisasi.

Saat ini saya belum bisa menyampaikan atau memberikan informasi mengenai produk tertentu, seperti "Perancangan sistem penjualan e-commerce untuk Toko Zahra Collection" atau "Analisis sistem informasi manajemen e-commerce untuk penjualan hybrid dan virtual Star Skincare". Pertanyaan umum atau butuh bantuan tentang topik lain, jangan ragu untuk bertanya!.

Tinjauan Sistem E-Commerce Perawatan Kulit Star

Platform e-commerce Star Skincare memberikan gambaran komprehensif tentang cara kerja situs ini. Situs ini memiliki peran pengguna yang berbeda seperti administrator sistem, administrator sistem, dan pengguna standar, masing-masing dengan hak aksesnya sendiri. Pengurus dan pengurus dapat mengelola situs dengan membaca, menghapus, menambah dan mencari informasi serta menambah informasi resmi. Pelanggan terdaftar yang menjadi anggota mempunyai hak eksklusif untuk berdagang dan menerima informasi lengkap Sehubungan dengan produk dan layanan Star Skincare (sistem, manajemen dan toko online, n.d.).

Sistem Aplikasi E-Commerce Khusus Untuk Star Skincare

- a) Data konteks: Antarmuka pengguna berisi komponen seperti pesanan produk, data masukan kategori, dan data penjualan.
- b) Pesanan produk: Pembeli memesan produk, yang kemudian ditambahkan ke keranjang belanja sistem. Pengguna kemudian memproses informasi ini.
- c) Kategori: Pengguna mengurutkan informasi ke dalam kategori, sehingga memudahkan konsumen untuk menavigasi dan mengelola.
- d) Informasi Produk: Pengguna memasukkan informasi produk di ikon informasi produk sehingga sistem dapat mengidentifikasi kesalahan terkait produk tertentu.

Star Skincare Hybrid Sales Analisis Strategi Penjualan E-Commerce

Perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif dengan menggunakan strategi e-commerce yang efektif untuk mengukur dan meningkatkan daya saing Star Skincare. Keunggulan ini didasarkan pada sistem e-commerce yang kuat. Dengan menerapkan sistem manajemen pemasaran yang kuat, Star Skincare dapat mengembangkan strategi yang efektif untuk bersaing dengan toko perawatan kulit lainnya dan meningkatkan visibilitas merek. Selain itu, tingkat persaingan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan kompetitif internal suatu perusahaan.

Cara Kerja Penjualan Hibrid di Star Skincare

Mengingat banyaknya manfaat telecommuting atau WFH, kemungkinan besar akan semakin banyak perusahaan yang ingin menawarkan sistem kerja hybrid kepada karyawannya. Seiring kemajuan teknologi, perusahaan kini dapat menggunakan sistem telecommuting secara efektif. Oleh karena itu, diperlukan persiapan khusus bagi organisasi



yang ingin mengadopsi sistem kerja hybrid dalam jangka panjang. Berikut beberapa cara menggunakan Star Skincare:

1. Mengembangkan kebijakan kerja hybrid yang jelas

Membuat pedoman perusahaan yang mendukung karyawan dalam transisi ke model kerja hybrid. Bidang utama dari praktik ini adalah:

- a) Pilih model kerja hybrid: Identifikasi pengaturan kerja hybrid spesifik yang akan diterapkan, seperti rotasi kelompok, shift kerja terhuyung, atau penjadwalan fleksibel.
- b) Komunikasikan prosedur kepada karyawan: jelaskan dengan jelas langkah-langkah yang harus diikuti karyawan jika ingin berpartisipasi dalam sistem kerja hybrid.
- c) Identifikasi kondisi dan posisi yang sesuai: Identifikasi peran dan situasi mana yang cocok untuk pekerjaan hybrid.
- d) Memperjelas harapan: Pastikan setiap karyawan memahami tanggung jawab telecommuting mereka.
- e) Jelaskan Kebijakan Perusahaan: Menjelaskan kebijakan perusahaan mengenai kehadiran, kinerja dan kedisiplinan dalam menggunakan sistem kerja ini.

2. Dengar menawarkan peralatan atau teknologi yang di perlukan

Untuk memastikan komunikasi dan kolaborasi yang efektif antar karyawannya, Star Skincare memastikan ketersediaan peralatan dan teknologi yang diperlukan. Sehubungan dengan penerapan sistem kerja hybrid, telah disiapkan alat dan teknologi sebagai berikut:

- a) Docodemo-Kerja: Alat online untuk mengecek lokasi karyawan secara real time.
- b) Perangkat lunak rapat online: opsi seperti Google Meet dan Zoom untuk rapat virtual.
- c) Penyimpanan file berbasis cloud: misalnya Google Drive atau Dropbox untuk pengelolaan dan distribusi file.
- d) Trello:Alat manajemen proyek untuk melacak tugas dan kemajuan karyawan.
- e) Peralatan:Selain software di atas, Perusahaan juga dapat menyediakan peralatan kerja penting seperti laptop dan mouse bagi pekerja jarak jauh.

3. Dengan menjaga jalur komunikasi tetap terbuka.

Memastikan komunikasi yang efektif sangat penting untuk keberhasilan pengaturan kerja hybrid. Kemampuan perusahaan untuk menjaga jalur komunikasi terbuka berkontribusi besar terhadap keberhasilan ini. Untuk menghindari kesalahpahaman, perusahaan harus menggunakan prosedur yang berbeda. Hal ini penting karena komunikasi yang tidak memadai dapat melemahkan kerja tim. Selain itu, perusahaan dapat menetapkan pedoman aksesibilitas karyawan selama jam kerja. Misalnya, Mewajibkan ketersediaan karyawan dari jam 9 hingga jam 5 setiap hari memastikan kelancaran komunikasi dan kolaborasi antara pekerja jarak jauh dan pekerja kantoran.

4. Meningkatkan rasa percaya diri petugas.

Bagian penting lainnya dari tempat kerja hybrid adalah membangun kepercayaan antar karyawan. Kepercayaan antara manajemen dan karyawan menumbuhkan lingkungan



yang produktif. Sebuah studi Harvard Business Review menemukan bahwa karyawan yang merasa dipercaya oleh perusahaannya cenderung lebih produktif dan berkolaborasi lebih efektif dengan rekan kerjanya, dan menunjukkan komitmen terhadap organisasi.

Tentu saja! Berikut versi parafrasanya:

1. Star Skincare pertama kali mengembangkan rencana yang berfokus pada kenyamanan pelanggan selama acara untuk memulai strategi penjualan e-commerce. Menyadari bahwa kepuasan pelanggan mendorong pendapatan, perusahaan memastikan bahwa produk atau layanan mereka memenuhi kebutuhan pelanggan tanpa kerumitan. Langkah utamanya adalah empati dan pendekatan yang berpusat pada pelanggan.
2. Langkah 2: Prioritaskan pengguna akhir.
Setiap bisnis bersentuhan dengan konsumen, baik mereka membeli barang secara langsung atau tidak langsung mendapatkan manfaat dari jasa. Itulah mengapa penting bagi perusahaan untuk mengidentifikasi dan memprioritaskan pelanggan langsung – pengguna akhir dari penawaran mereka.
3. Fase ketiga
melibatkan transformasi proses bisnis dengan cara yang berpusat pada pelanggan. Seiring kemajuan teknologi, banyak perusahaan mengatur ulang operasi internal mereka untuk menyederhanakan alur kerja dan meningkatkan efisiensi. Meskipun perusahaan secara tradisional berfokus pada perbaikan internal, tujuan utamanya adalah meningkatkan kepuasan pelanggan melalui desain ulang proses eksternal.
4. Integrasi Bisnis yang Efektif
Setelah mendesain ulang proses internal, langkah Star Skincare selanjutnya adalah mempersiapkan infrastruktur bisnisnya untuk secara efektif mendukung kelancaran transaksi online.
5. Meningkatkan loyalitas pelanggan
Terakhir, untuk mengoptimalkan strategi penjualan online, Star Skincare ingin mengubah pelanggan online saat ini menjadi pelanggan setia. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan retensi pelanggan, tetapi juga mendorong profitabilitas perusahaan yang berkelanjutan.

Kelebihan dan kekurangan strategi e-commerce yang diterapkan oleh Star Skincare**Efek Positif:**

1. Menawarkan fleksibilitas kepada karyawan untuk bekerja dari rumah atau kantor.
2. Untuk meningkatkan keseimbangan kehidupan kerja karyawan.
3. Kurangi biaya kantor dengan membiarkan karyawan bekerja di lokasi mereka sendiri. Banyak perusahaan memilih kantor virtual dibandingkan kantor fisik karena sebagian besar karyawannya bekerja dari jarak jauh.



4. Memungkinkan Anda merekrut pelaku usaha untuk calon karyawan dari kota lain. Meningkatkan loyalitas karyawan karena banyak yang lebih memilih bekerja dari rumah.

Efek Negatif:

1. Pengusaha akan menghadapi tantangan dalam mengelola pekerja jarak jauh.
2. Perusahaan menghadapi tantangan dalam mengoordinasikan tenaga kerjanya untuk memastikan kolaborasi yang efektif antara pekerja di lokasi dan pekerja jarak jauh.
3. Adopsi teknologi sangatlah penting.

Tantangan strategi e-commerce penjualan hybrid dan virtual Star Skincare.

mencakup kekhawatiran konsumen tentang penipuan kartu kredit, potensi kebocoran informasi pribadi, dan kinerja situs web yang lambat. Pelanggan masih ragu dengan keamanan online, menavigasi toko online, menunggu gambar dimuat, memahami proses pemesanan, dan peretas mencuri informasi kartu kredit (Gani et al., 2022).

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan sistem informasi manajemen internal Star Skincare serta strategi penjualan hybrid dan e-commerce, penulis menyimpulkan bahwa strategi e-commerce yang dijalankan dengan baik dapat secara efektif mengatasi berbagai tantangan pelaksanaan penjualan seperti privasi dan keamanan. dan fitur aksesibilitas. Oleh karena itu, Secara singkat dapat dikatakan bahwa strategi e-commerce Star Skincare berhasil memenuhi kriteria keandalan, efisiensi, dan kegunaan. Penggunaan metode penjualan hybrid dan virtual efektif dalam memasarkan berbagai barang dan jasa, baik fisik maupun digital, melalui perdagangan elektronik (e-commerce) merupakan pemanfaatan teknologi yang strategis untuk meningkatkan daya saing, penjualan dan bisnis.

REFERENSI

- Gunawan, G. (2021), Melakukan Penelitian Mengenai Penerapan Sistem Belanja Online Untuk Meningkatkan Penjualan Dan Profitabilitas Pada Eva Shop Di Luwuk. *Penelitian Ini Dipublikasikan Di Yume: Jurnal Manajemen, Volume 4 (3)*
- Anggaina, M. Dan Hadita, H. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan Penjualan Pada Toko Kosmetik Ayu Di Bumyagara Mustikajaya. *Jurnal Optima Ekonomi Dan Manajemen, 4 (1), 39-48.*
- Brajamusti, C. M. (2017). Komerka Strategio Kun Elektronica Marketing-Alproro En Naja Haji Umroh Service Company Yogyakarta 2017 (Doktora Tezo, Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Julianto, J. (2023). Penerapan Strategi Penjualan Produk Pada Platform Shopee. *Andromeda, 1 (1), 42-50.*
- Laxanant, Zi (2018). Analisis Strategi Pemasaran E-Commerce Kosmetik Rumah Tangga Di Kota Malang (Belajar Di Pt. Emina Tahun 2017) (PhD, Universitas Brawijaya).