

**INTEGRASI SISTEM PENJUALAN MELALUI WEBSITE
DAN APLIKASI MOBILE BERDASARKAN 7C'S
FRAMEWORK
(Studi: CV Alam Organik Makmur)**

Lauw Melissa Lauwis¹
BINUS University

Dyah Budiastuti²
BINUS University

Rudy³
BINUS University

ABSTRACT

The growth of sports nutrition supplement sales is associated with the role of a good system inside the company which implements a business supportive information technology. It is a system that is capable to integrate its sales system with finance and administration system, as well as other functional system that is accessible through website or mobile. The objective of this research is to identify and develop an integrated system feature based on 7C's framework. By the end of this research, the deliverable is a fully functional integrated system using an android and web based mobile application. This system shall be capable to mitigate or solve company's current issue and eventually lift the sales growth itself.

Keywords: system, integrated, website, mobile, android.

^{1, 2, 3} Management Department, School of Business Management, BINUS University,
Jln. K.H. Syahdan No. 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480 tan.gerry@live.com;
dbudiastuti@binus.edu; Rudy@binus.edu

ABSTRAK

Peningkatan penjualan suplemen nutrisi olahraga tidak terlepas dari peranan sistem yang baik dari perusahaan dengan pemanfaatan teknologi informasi yang mendukung proses bisnis. Sistem yang mampu mengintegrasikan system penjualan, keuangan, administrasi dan fungsional lainnya, baik yang dapat diakses melalui website maupun mobile. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi dan merancang fitur sistem terintegrasi berdasarkan 7C'S framework. Hasil akhir yang diperoleh merupakan sebuah sistem terintegrasi dengan menggunakan aplikasi mobile berbasis android dan website. Sistem terintegrasi ini diharapkan dapat mengurangi atau menghilangkan masalah yang dihadapi perusahaan, yang pada akhirnya dapat membantu meningkatkan penjualan.

Kata kunci: sistem, integrasi, website, mobile, android

PENDAHULUAN

Dalam laporan yang berjudul *Overview of the Global Sports Nutrition Market Food, Beverages and Supplements*, Euromonitor International, perusahaan riset pasar yang berbasis di London, menyatakan bahwa terjadi pertumbuhan dalam penjualan produk suplemen nutrisi olahraga yang terjadi sejak tahun 2004-2009 (Agriculture and Agri-Food Canada, 2009). Selain itu, Nutrition Business Journal (*NBJ*), penyedia analisis pasar strategis dan kompetitif dari industri nutrisi global, menyatakan bahwa industri suplemen nutrisi olahraga tumbuh hampir 9% pada tahun 2010, mencapai hampir \$19 milyar pada penjualan ritel. Pada tahun 2011, penjualan ritel naik 14% menjadi \$21.4 milyar. Sektor ini telah menikmati tingkat pertumbuhan tahunan gabungan sebesar lebih dari 10% selama dekade terakhir (Lane, 2012).

Perkembangan dari suplemen nutrisi olahraga ini tidak terlepas dari peranan sistem yang baik dari perusahaan dengan pemanfaatan teknologi, yang digunakan dalam mendukung proses bisnis. Dalam lingkungan persaingan suplemen nutrisi olahraga ini, perusahaan membutuhkan sebuah sistem yang akan mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, dengan penggabungan baik dalam

bidang penjualan, keuangan, administrasi dan bagian fungsional lain dalam perusahaan, yang dikenal dengan istilah integrasi sistem. Integrasi sistem akan dapat dicapai dengan maksimal melalui penggunaan teknologi (Information and Communication Technology atau ICT). Teknologi yang banyak digunakan saat ini adalah *website* yang terhubung dengan jaringan *internet*. Selain itu, dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, kini teknologi mulai beralih kepada *mobile technology* yang menjadi bentuk inovasi dalam persaingan global.

Salah satu perusahaan di Indonesia dalam industri suplemen nutrisi olahraga yaitu: CV. Alam Organik Makmur (AOM), masih menggunakan teknologi yang sangat sederhana. Khususnya di bagian penjualan, perusahaan masih menggunakan dokumen fisik dengan memanfaatkan program aplikasi lembar kerja sederhana, seperti *microsoft word* dan *microsoft excel*. Perusahaan mengalami beberapa masalah antara lain redundansi dalam melakukan suatu pekerjaan. Waktu yang lama dalam menyelesaikan pekerjaan dan akurasi data yang kurang ditimbulkan oleh sistem atau proses yang berjalan secara independen tanpa adanya integrasi. Dukungan teknologi berupa sistem yang terintegrasi diperlukan untuk dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi serta memberikan tingkat mobilitas yang tinggi sehingga mampu meningkatkan penjualan.

Arndt & Harkins (2012) mengembangkan suatu kerangka kerja yang menjelaskan bagaimana teknologi dapat mendukung penjualan melalui berbagai kegiatan transaksi. Kerangka tersebut untuk membantu manajer membuat keputusan tentang dukungan teknologi penjualan yang sesuai untuk aktivitas penjualan tertentu. Dalam kerangka kerja yang dikembangkan, dukungan teknologi dalam penjualan dikategorikan sebagai otomatisasi dan teknologi fasilitatif. Teknologi untuk pengorganisasian, pelaporan, dan mendukung/pengolahan merupakan otomatisasi fungsi, sedangkan teknologi untuk penyajian, menginformasikan, dan berkomunikasi muncul untuk memfasilitasi dan meningkatkan kinerja karyawan. Kerangka kerja juga menjelaskan kapan teknologi dapat digunakan untuk aktivitas penjualan tertentu berdasarkan *workload* (beban kerja) dan *customization* (*kustomisasi*). Semakin banyak beban kerja dan semakin sedikit *kustomisasi* terhadap aktivitas penjualan, maka teknologi akan berdampak positif terhadap kinerja penjualan.

Tabel berikut menjelaskan kategori dukungan teknologi dalam kerangka kerja yang diwujudkan dalam sistem terintegrasi melalui *website* dan aplikasi *mobile* yang dibangun.

Tabel 1. Keterkaitan Kategori Dukungan Teknologi dengan Sistem Terintegrasi

KATEGORI	SISTEM TERINTEGRASI
<u>OTOMATISASI</u>	
PENGGORGANISASIAN	Sistem dapat menyimpan data <i>customer</i> , data produk, data karyawan, dan data transaksi dalam <i>database</i> , serta dapat diakses pada saat dibutuhkan oleh karyawan. Selain itu, dapat pula dilakukan pencarian (<i>search</i>) dan penyeleksian (<i>filter</i>) data yang akan ditampilkan.
PELAPORAN	Sistem dapat memperlihatkan laporan penjualan, laporan arus masuk produk, dan laporan arus keluar produk (produk cacat)
MENDUKUNG PENGELOLAAN	/ Sistem dapat mengelola data <i>customer</i> , data produk, data karyawan dan data transaksi. Selain itu, sistem dapat membuat bukti arus produk dalam gudang, <i>purchase order</i> , bukti pembayaran produk, dan bukti penerimaan barang. Sistem juga dapat melakukan perhitungan kompensasi karyawan <i>sales</i> .
<u>TEKNOLOGI FASILITATIF</u>	
PENYAJIAN	Sistem dapat menampilkan data <i>customer</i> , data produk (katalog), data karyawan dan data transaksi.
MENGINFORMASIKAN	Sistem dapat menemukan data <i>customer</i> , data produk, data karyawan, dan data transaksi, yang kemudian dapat dianalisis dan didistribusikan dalam bentuk laporan.
BERKOMUNIKASI	Sistem memungkinkan komunikasi antara karyawan dengan karyawan lain, karyawan dengan bagian/divisi lain, dan karyawan dengan perusahaan

Sabir, Rehman, Bahadur, Aziz, & Ejaz (2013) menguji pengaruh penggunaan sistem otomatisasi tenaga penjualan (*Sales Force Automation / SFA*) pada kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) dan kinerja tenaga penjualan (*Sales Force Performance / SFP*). Pengujian tersebut menunjukkan otomatisasi tenaga penjualan berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kinerja tenaga penjualan. Penelitian ini membantu para eksekutif

dalam meningkatkan pembelajaran mengenai bagaimana mengadopsi sistem otomatisasi tenaga penjualan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kinerja tenaga penjualan yang tinggi. Dengan cara ini, mereka dapat meningkatkan produktivitas untuk mencapai tujuan organisasi secara menyeluruh. Melalui sistem terintegrasi dengan *website* dan aplikasi *mobile* yang dibangun, dapat dilihat manfaat berupa kemudahan dan akurasi dalam mengakses dan mengelola data, mengurangi redundansi, mempercepat waktu pekerjaan, kemudahan dan mobilitas proses penjualan, serta pelaporan yang lebih cepat dan mudah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk merancang teknologi *website* dan aplikasi *mobile* untuk mengintegrasikan sistem penjualan dengan memanfaatkan kebutuhan fitur-fitur yang diidentifikasi dengan menggunakan 7C'S Framework. Kebutuhan fitur diperoleh melalui penyebaran kuesioner ke semua karyawan dan wawancara dengan pemilik perusahaan. Data yang diperoleh digunakan sebagai acuan dalam merancang system yang dibutuhkan melalui pendekatan Analisis dan Desain Berorientasi Objek (OOAD).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karyawan bagian/divisi *accounting*, administrasi, gudang, dan *marketing* lebih efektif dalam menggunakan laptop/komputer dibandingkan perangkat *mobile*. Sedangkan karyawan bagian/divisi *sales* akan lebih efektif dalam menggunakan perangkat *mobile* dibandingkan laptop/komputer. Sehingga dalam merancang integrasi sistem penjualan ini dilakukan dengan menggunakan dua teknologi berbeda, yaitu: *website* dan aplikasi *mobile*. *Website* akan digunakan oleh karyawan bagian/divisi *accounting*, administrasi, gudang, dan *marketing*, sedangkan aplikasi *mobile* akan digunakan oleh karyawan bagian/divisi *sales*.

Sedangkan kebutuhan fitur dari sistem terintegrasi melalui *website* dan aplikasi *mobile* dipetakan ke dalam 7Cs Framework melalui fitur

Context, Content, Community, Customization, Communication, Connection, dan Commerce.

Bagian Accounting

Context

Dari segi *context*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website*, memiliki tampilan sederhana dan berfokus kepada fungsionalitas sistem yang dibangun. Sistem terintegrasi dengan *website* ini mudah dipahami dan mudah digunakan, selain itu juga akan mendukung kecepatan dalam menampilkan data yang dibutuhkan dan kecepatan dalam melakukan pekerjaan. Sehingga, dalam elemen *context*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website* diklasifikasikan ke dalam *functionally dominant* (dominan fungsional).

Content

Dari segi *content*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website*, dapat memberikan data *customer*, data produk, data karyawan, dan data transaksi dengan mudah dan akurat. Sistem juga dapat menampilkan katalog produk yang akan dijual perusahaan dan melakukan perhitungan kompensasi (gaji dan komisi) karyawan. Selain itu, sistem memungkinkan untuk pencarian (*search*) dan penyeleksian (*filter*) data dengan mudah. Sistem juga dirancang agar dapat memperlihatkan laporan penjualan dalam bentuk grafik. Dengan menggunakan *website*, sistem memungkinkan untuk mengakses data yang di butuhkan pada waktu yang diinginkan. Sehingga, dalam elemen *content*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website* diklasifikasikan ke dalam *information-dominant* (dominan informasi).

Community

Dari segi *community*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website* memungkinkan komunikasi dengan bagian/divisi lain sehingga dalam pembuatan *website* karyawan dapat berkomunikasi dengan bagian/divisi dan rekan kerja lain. Sistem terintegrasi melalui *website* akan dirancang untuk memungkinkan karyawan berkomunikasi melalui pengiriman pesan (*message*) dengan menentukan penerima pesan dan pesan disampaikan secara tidak interaktif. Sehingga, dalam elemen *community*, integrasi sistem

penjualan dengan menggunakan *website* diklasifikasikan ke dalam *limited* (terbatas)

Customization

Dari segi *customization*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website*, dapat menampilkan konten sesuai dengan kebutuhan. Melalui sistem yang terintegrasi, *website* akan menampilkan konten yang sesuai dengan kebutuhan dari bagian/divisi karyawan, sehingga karyawan dengan bagian/divisi yang berbeda tidak memiliki setiap fungsi yang dimiliki karyawan bagian/divisi yang lain. Adapun konten ditampilkan secara sederhana bagi semua rekan kerja. Sehingga, dalam elemen *customization*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website* diklasifikasikan ke dalam *moderately customized* (*kustomisasi* sedang).

Communication

Dari segi *communication*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website*, dapat berkomunikasi dua arah dengan perusahaan sehingga penerima pesan dapat memberikan tanggapan. Sistem terintegrasi melalui *website* dapat mengirimkan pesan yang bersifat pengumuman kepada karyawan, baik secara personal ataupun sekelompok orang, dan karyawan dapat membalas pesan yang diterima, sehingga perusahaan dapat dengan mudah berhubungan dengan karyawan. Sehingga, dalam elemen *communication*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website* diklasifikasikan ke dalam *one-to-many, responding user* dan *one-to-one, responding user*.

Connection

Dari segi *connection*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website*, tidak dapat terhubung dengan *website* perusahaan ataupun *website* lain. Konten dari *website* akan sepenuhnya berasal dari perusahaan. Namun, karyawan bagian/divisi *marketing* membutuhkan *link* ke *website* produk perusahaan maka dalam *website* diberikan *link* yang dapat digunakan untuk terhubung dengan *website* perusahaan. Dalam elemen *connection*, bagi karyawan bagian/divisi *accounting*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website* diklasifikasikan ke dalam *destination*.

Commerce

Dari segi *commerce*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website*, dapat digunakan untuk mengelola data *customer*, data produk, dan data transaksi dengan mudah. Sistem terintegrasi melalui *website* akan memungkinkan karyawan bagian/divisi tertentu dalam mengelola data, dengan melakukan penambahan, perubahan dan pengurangan data. Dalam mendukung karyawan yang akan melakukan penjualan, sistem terintegrasi melalui *website* akan dapat menampilkan katalog terbaru dari barang yang akan dijual berupa rincian dari data produk tersebut. Selain itu, sistem dapat digunakan untuk membuat bukti pembayaran produk yang dibeli *customer* dan pembuatan bukti pembayaran merupakan rangkaian dari proses penjualan. Sehingga, dalam elemen *commerce*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website* diklasifikasikan ke dalam *high* (tinggi).

Tabel 2, di bawah ini menjelaskan secara singkat mengenai 7Cs Framework untuk bagian *accounting*.

Tabel 2. Peta 7Cs Framework dari Sistem Terintegrasi melalui Website – Bagian Accounting

<i>Context</i>	<i>Aesthetically-dominant</i>	<i>Functionally-dominant</i>		<i>Integrated</i>
<i>Content</i>	<i>Product-dominant</i>	<i>Information-dominant</i>		<i>Service-dominant</i>
<i>Community</i>	<i>Nonexistent</i>	<i>Limited</i>		<i>Strong</i>
<i>Customization</i>	<i>Generic</i>	<i>Moderately customized</i>		<i>Highly customized</i>
<i>Communication</i>	<i>One-to-many, nonresponding user</i>	<i>One-to-many, responding user</i>	<i>One-to-one, nonresponding user</i>	<i>One-to-one, responding user</i>
<i>Connection</i>	<i>Destination</i>	<i>Hub</i>		<i>Portal</i>
<i>Commerce</i>	<i>Low</i>	<i>Medium</i>		<i>High</i>

Bagian Administrasi

Context

Dari segi *context*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website* memiliki tampilan sederhana dan fungsional. Sistem terintegrasi dengan *website* ini akan mudah dipahami dan mudah

digunakan, selain itu juga mendukung kecepatan dalam melakukan pekerjaan dan dalam menampilkan data yang dibutuhkan. Dalam elemen *context*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website* diklasifikasikan ke dalam *functionally dominant* (dominan fungsional).

Content

Dari segi *content*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website*, dapat memberikan data *customer*, data produk, dan data karyawan dengan mudah dan akurat. Sistem juga dapat menampilkan katalog produk yang akan dijual perusahaan dan melakukan perhitungan kompensasi (gaji dan komisi) karyawan. Selain itu, sistem dapat melakukan pencarian (*search*) dan penyeleksian (*filter*) data dengan mudah. Dengan menggunakan *website*, sistem dapat mengakses data yang dibutuhkan sesuai waktu yang diinginkan. Sehingga, dalam elemen *content*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website* diklasifikasikan ke dalam *information-dominant* (dominan informasi).

Community

Dari segi *community*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website*, dapat memungkinkan suatu bagian/divisi berkomunikasi dengan bagian/divisi lain sehingga dalam pembuatan *website*, karyawan dapat berkomunikasi dengan bagian/divisi dan rekan kerja lain. Sistem terintegrasi melalui *website* dirancang untuk memungkinkan karyawan berkomunikasi melalui pengiriman pesan (*message*) secara tidak interaktif dan menentukan penerima pesan. Sehingga, dalam elemen *community*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website* diklasifikasikan ke dalam *limited* (terbatas).

Customization

Dari segi *customization*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website*, dapat menampilkan konten sesuai dengan kebutuhan. Sistem terintegrasi melalui *website* menampilkan konten yang sesuai dengan kebutuhan dari bagian/divisi karyawan, sehingga karyawan dengan bagian/divisi yang berbeda tidak memiliki setiap fungsi yang dimiliki karyawan bagian/divisi yang lain. Adapun konten ditampilkan secara sederhana bagi semua rekan kerja. Sehingga, dalam elemen *customization*, integrasi sistem penjualan dengan

menggunakan *website* diklasifikasikan ke dalam *moderately customized* (kustomisasi sedang).

Communication

Dari segi *communication*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website*, dapat memungkinkan komunikasi searah dengan perusahaan yaitu penerima pesan tidak dapat memberikan tanggapan. Namun, terdapat karyawan bagian/divisi lain yang membutuhkan komunikasi dua arah dengan perusahaan sehingga *website* dibuat agar karyawan dapat melakukan komunikasi dua arah dengan perusahaan. Sistem terintegrasi melalui *website* dapat mengirimkan pesan yang bersifat pengumuman kepada karyawan, baik secara personal ataupun sekelompok orang. Karyawan dapat membalas pesan yang diterima sehingga perusahaan dapat dengan mudah berhubungan dengan karyawan. Dalam elemen *communication*, bagi karyawan bagian/divisi administrasi, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website* diklasifikasikan ke dalam *one-to-many*, *nonresponding user* dan *one-to-one*, *nonresponding user*.

Connection

Dari segi *connection*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website*, tidak dapat terhubung dengan *website* perusahaan ataupun *website* lain. Konten dari *website* akan sepenuhnya berasal dari perusahaan. Namun, terdapat karyawan bagian/divisi *marketing* yang membutuhkan *link* ke *website* produk perusahaan, maka dalam *website* diberikan *link* yang dapat digunakan untuk terhubung dengan *website* perusahaan. Dalam elemen *connection*, bagi karyawan bagian/divisi administrasi, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website* diklasifikasikan ke dalam *destination*.

Commerce

Dari segi *commerce*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website*, dapat digunakan untuk mengelola data *customer*, data produk, dan data karyawan dengan mudah. Sistem terintegrasi melalui *website* akan memungkinkan karyawan bagian/divisi tertentu mengelola data, dengan melakukan penambahan, perubahan dan pengurangan data. Dalam mendukung karyawan yang melakukan penjualan, sistem terintegrasi melalui *website* dapat menampilkan katalog terbaru dari barang yang akan dijual berupa rincian dari data

produk tersebut. Selain itu, sistem dapat digunakan oleh karyawan lain untuk melakukan penjualan. Dalam elemen *commerce*, bagi karyawan bagian/divisi *accounting*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website* diklasifikasikan ke dalam *medium* (sedang).

Tabel 3, di bawah ini menjelaskan secara singkat mengenai 7Cs *Framework* untuk bagian administrasi. Sedangkan untuk bagian Gudang, *Marketing* dan *Sales* dapat dilihat pada Tabel 4, 5 dan 6.

Tabel 3. Peta 7Cs *Framework* dari Sistem Terintegrasi melalui *Website*– Bagian Administrasi

<i>Context</i>	<i>Aesthetically-dominant</i>	<i>Functionally-dominant</i>		<i>Integrated</i>
<i>Content</i>	<i>Product-dominant</i>	<i>Information-dominant</i>		<i>Service-dominant</i>
<i>Community</i>	<i>Nonexistent</i>	<i>Limited</i>		<i>Strong</i>
<i>Customization</i>	<i>Generic</i>	<i>Moderately customized</i>		<i>Highly customized</i>
<i>Communication</i>	<i>One-to-many, nonresponding user</i>	<i>One-to-many, responding user</i>	<i>One-to-one, nonresponding user</i>	<i>One-to-one, responding user</i>
<i>Connection</i>	<i>Destination</i>	<i>Hub</i>		<i>Portal</i>
<i>Commerce</i>	<i>Low</i>	<i>Medium</i>		<i>High</i>

Tabel 4. Peta 7Cs *Framework* dari Sistem Terintegrasi melalui *Website*– Bagian Gudang

<i>Context</i>	<i>Aesthetically-dominant</i>	<i>Functionally-dominant</i>		<i>Integrated</i>
<i>Content</i>	<i>Product-dominant</i>	<i>Information-dominant</i>		<i>Service-dominant</i>
<i>Community</i>	<i>Nonexistent</i>	<i>Limited</i>		<i>Strong</i>
<i>Customization</i>	<i>Generic</i>	<i>Moderately customized</i>		<i>Highly customized</i>
<i>Communication</i>	<i>One-to-many, nonresponding user</i>	<i>One-to-many, responding user</i>	<i>One-to-one, nonresponding user</i>	<i>One-to-one, responding user</i>
<i>Connection</i>	<i>Destination</i>	<i>Hub</i>		<i>Portal</i>
<i>Commerce</i>	<i>Low</i>	<i>Medium</i>		<i>High</i>

Tabel 5. Peta 7Cs Framework dari Sistem Terintegrasi melalui Website – Bagian Marketing

Context	<i>Aesthetically-dominant</i>	<i>Functionally-dominant</i>		<i>Integrated</i>
Content	<i>Product-dominant</i>	<i>Information-dominant</i>		<i>Service-dominant</i>
Community	<i>Nonexistent</i>	<i>Limited</i>		<i>Strong</i>
Customization	<i>Generic</i>	<i>Moderately customized</i>		<i>Highly customized</i>
Communication	<i>One-to-many, nonresponding user</i>	<i>One-to-many, responding user</i>	<i>One-to-one, nonresponding user</i>	<i>One-to-one, responding user</i>
Connection	<i>Destination</i>	<i>Hub</i>		<i>Portal</i>
Commerce	<i>Low</i>	<i>Medium</i>		<i>High</i>

Tabel 6. Peta 7Cs Framework dari Sistem Terintegrasi melalui Website – Bagian Sales

Context	<i>Aesthetically-dominant</i>	<i>Functionally-dominant</i>		<i>Integrated</i>
Content	<i>Product-dominant</i>	<i>Information-dominant</i>		<i>Service-dominant</i>
Community	<i>Nonexistent</i>	<i>Limited</i>		<i>Strong</i>
Customization	<i>Generic</i>	<i>Moderately customized</i>		<i>Highly customized</i>
Communication	<i>One-to-many, nonresponding user</i>	<i>One-to-many, responding user</i>	<i>One-to-one, nonresponding user</i>	<i>One-to-one, responding user</i>
Connection	<i>Destination</i>	<i>Hub</i>		<i>Portal</i>
Commerce	<i>Low</i>	<i>Medium</i>		<i>High</i>

Mobile Application

Context

Dari segi *context*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan aplikasi *mobile*, memiliki tampilan sederhana dan berfokus kepada fungsionalitas dari sistem yang dibangun. Sistem terintegrasi dengan aplikasi *mobile* ini akan mudah dipahami dan mudah digunakan, selain itu juga akan mendukung kecepatan dalam menampilkan data

yang dibutuhkan dan kecepatan dalam melakukan pekerjaan. Dengan aplikasi *mobile*, sistem ini akan mendukung mobilitas bagi karyawan *sales* dalam melakukan pekerjaan. Sehingga, dalam elemen *context*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan aplikasi *mobile* diklasifikasikan ke dalam *functionally dominant* (dominan fungsional).

Content

Dari segi *content*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan aplikasi *mobile*, dapat memberikan data *customer*, data produk, dan data transaksi dengan mudah dan akurat. Sistem juga dapat menampilkan katalog produk yang akan dijual perusahaan dan melakukan perhitungan kompensasi (gaji dan komisi) karyawan. Selain itu, sistem dapat melakukan pencarian (*search*) dan penyeleksian (*filter*) data dengan mudah. Sistem juga dirancang agar dapat memperlihatkan laporan penjualan, laporan arus masuk produk, dan laporan arus keluar produk (produk cacat), dalam bentuk grafik. Dengan menggunakan aplikasi *mobile*, sistem memungkinkan mengakses data yang di butuhkan sesuai dengan waktu yang diinginkan. Sehingga, dalam elemen *content*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan aplikasi *mobile* diklasifikasikan ke dalam *information-dominant* (dominan informasi).

Community

Dari segi *community*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan aplikasi *mobile* dapat melakukan komunikasi dengan bagian/divisi lain. Namun, untuk menjaga konsistensi dengan *website*, aplikasi *mobile* juga dibuat agar karyawan dapat berkomunikasi dengan bagian/divisi dan rekan kerja lain. Sistem terintegrasi melalui aplikasi *mobile* dirancang untuk memungkinkan karyawan berkomunikasi melalui pengiriman pesan (*message*) dengan menentukan penerima pesan dan pesan disampaikan secara tidak interaktif. Sehingga, dalam elemen *community*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website* diklasifikasikan ke dalam *limited* (terbatas).

Customization

Dari segi *customization*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan aplikasi *mobile*, hanya menampilkan konten yang dibutuhkan oleh karyawan bagian *sales*. Sehingga, dalam elemen

customization, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan aplikasi *mobile* diklasifikasikan ke dalam *generic* (umum).

Communication

Dari segi *communication*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan aplikasi *mobile*, dapat memungkinkan komunikasi dua arah dengan perusahaan (penerima pesan dapat memberikan tanggapan). Sistem terintegrasi melalui aplikasi *mobile* dapat mengirimkan pesan yang bersifat pengumuman kepada karyawan, baik secara personal ataupun sekelompok orang, sehingga perusahaan dapat dengan mudah berhubungan dengan karyawan. Sehingga, dalam elemen *communication*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan aplikasi *mobile* diklasifikasikan ke dalam *one-to-many*, *responding user* dan *one-to-one, responding user*.

Connection

Dari segi *connection*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website*, tidak dapat terhubung dengan *website* perusahaan ataupun *website* lain. Konten dari aplikasi *mobile* akan sepenuhnya berasal dari perusahaan. Namun, untuk menjaga konsistensi dengan *website*, maka dalam aplikasi *mobile* diberikan *link* yang dapat digunakan untuk terhubung dengan *website* perusahaan. Sehingga, dalam elemen *connection*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan aplikasi *mobile* diklasifikasikan ke dalam *hub*.

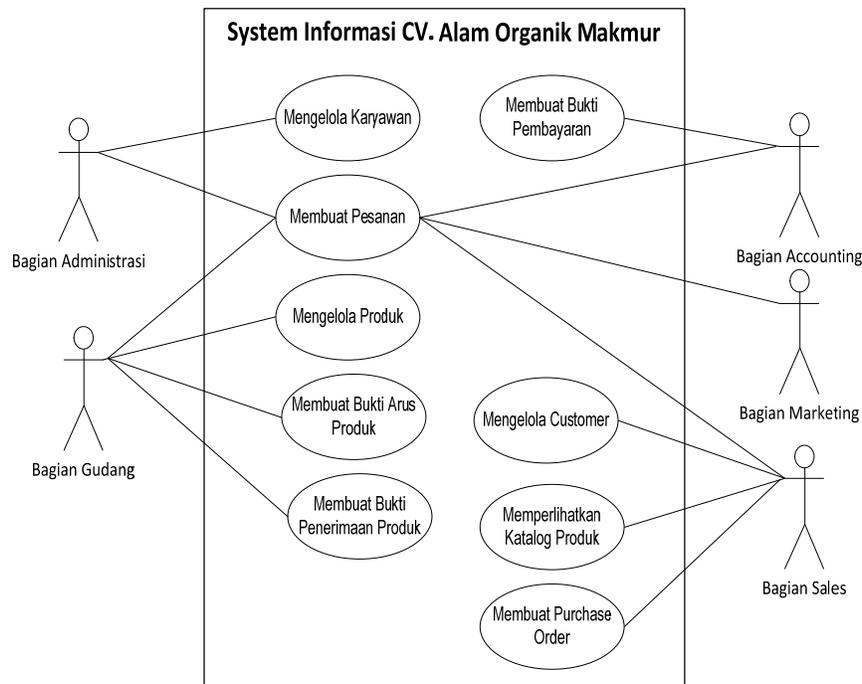
Commerce

Dari segi *commerce*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website*, dapat digunakan untuk mengelola data *customer* dan data produk dengan mudah. Sistem terintegrasi melalui *website* akan memungkinkan karyawan bagian/divisi tertentu dalam mengelola data, dengan melakukan penambahan, perubahan dan pengurangan data. Dalam mendukung karyawan yang akan melakukan penjualan, sistem terintegrasi melalui *website* akan dapat menampilkan katalog terbaru dari barang yang akan dijual berupa rincian data produk tersebut. Selain itu, sistem dapat digunakan untuk *purchase order* karena pembuatan *purchase order* merupakan rangkaian dari proses penjualan. Sehingga, dalam elemen *commerce*, integrasi sistem penjualan dengan menggunakan *website* diklasifikasikan ke dalam *high* (tinggi).

Tabel 7. Peta 7Cs Framework dari Sistem Terintegrasi melalui Aplikasi Mobile

Context	<i>Aesthetically-dominant</i>	<i>Functionally-dominant</i>		<i>Integrated</i>
Content	<i>Product-dominant</i>	<i>Information-dominant</i>		<i>Service-dominant</i>
Community	<i>Nonexistent</i>	<i>Limited</i>		<i>Strong</i>
Customization	<i>Generic</i>	<i>Moderately customized</i>		<i>Highly customized</i>
Communication	<i>One-to-many, nonresponding user</i>	<i>One-to-many, responding user</i>	<i>One-to-one, nonresponding user</i>	<i>One-to-one, responding user</i>
Connection	<i>Destination</i>	<i>Hub</i>		<i>Portal</i>
Commerce	<i>Low</i>	<i>Medium</i>		<i>High</i>

Berikut adalah *use case diagram* dari sistem terintegrasi melalui *website* dan aplikasi *mobile*.

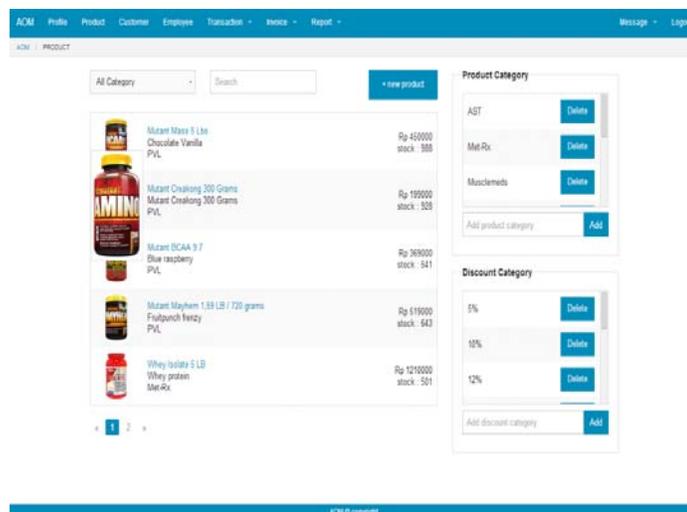


Gambar 1. Use Case Diagram

Berikut adalah contoh tampilan *website* yang dibangun. Menu dari *website* dapat dilihat pada bagian atas dari setiap halaman yang terdiri dari *profile*, *product*, *customer*, *employee*, *transaction* (*inventory* dan *purchase*), *invoice* (*payment* dan *consignment*), *report* (*sales* dan *stock*), *message* (*inbox* dan *outbox*), dan *logout*.

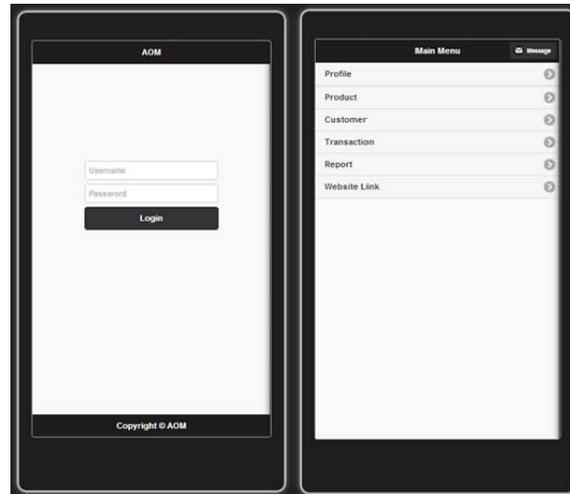


Gambar 2. Halaman Utama *Website*



Gambar 3. Halaman Produk

Di bawah ini adalah halaman utama dari aplikasi *mobile*, dengan menu utama berupa *profile*, *product*, *customer*, *transaction*, *report*, *website link*, dan *message*.



Gambar 4. Halaman Utama Aplikasi *Mobile*

Persyaratan yang diperlukan untuk penerapan aplikasi *mobile* memerlukan dukungan: (1). *Hardware* berupa *smartphone android*. (2). *Software* yang dibutuhkan dalam melakukan pemeliharaan (*maintaining*) aplikasi *mobile* berupa *apache* yang digunakan untuk *web server* yang mendukung *server sidescripting PHP* dengan *database* adalah *MySQL*. (3). *Network* yang berupa *wi-fi* dan *local area network*, dan untuk keamanan jaringan menggunakan *firewall*. (4). *Data customer*, data produk, data karyawan, dan data transaksi (*purchase order*, bukti pembayaran, bukti penerimaan barang, dan bukti arus produk). (5). *People*, yaitu orang-orang yang terlibat, meliputi pengguna akhir dan spesialis sistem informasi.

Selain itu, bentuk peralihan yang paling tepat untuk melakukan implementasi dari integrasi sistem adalah *parallel conversion*. Bentuk peralihan ini memiliki situasi yang paling sesuai dengan kondisi yang ada. Untuk melakukan implementasi, berikut ini langkah-langkah yang diperlukan dalam implementasi system yaitu: (1). Menetapkan karyawan dari bagian/divisi administrasi yang akan melakukan

implementasi dan pengelolaan *website* dan aplikasi *mobile*. (2). Menyiapkan *hardware*, *software* dan jaringan yang dibutuhkan. (3). Menyiapkan (konfigurasi) *database* dan memasukkan data *customer*, data produk, data karyawan, dan data transaksi (*purchase order*, bukti pembayaran, bukti penerimaan barang, dan bukti arus produk) ke dalam *database*. (4). *Copy file website* (folder AOM) ke *server*. (5). Setelah itu, karyawan dapat membuka alamat *website* yang telah dibuat melalui *software browser* dalam *laptop*/komputer masing-masing, sedangkan, untuk aplikasi *mobile*, karyawan bagian/divisi administrasi memasang (*install*) aplikasi *mobile* ke dalam *smartphone* dari karyawan bagian/divisi *sales*.

KESIMPULAN

Fitur yang dibutuhkan dalam integrasi sistem penjualan melalui *website* dan aplikasi *mobile* adalah sistem yang mudah dipahami, mudah digunakan, mendukung kecepatan tampilan data dan pekerjaan. Sistem juga dapat memberikan data dengan mudah dan akurat, melakukan pencarian (*search*) dan penyeleksian (*filter*), memperlihatkan laporan penjualan, laporan arus masuk produk, dan laporan arus keluar produk, dan dapat melakukan perhitungan kompensasi karyawan.

Sistem juga dapat mengakses data yang dibutuhkan sesuai waktu yang diinginkan, berhubungan dengan bagian/divisi lain, menampilkan kebutuhan konten, berkomunikasi dua arah dengan perusahaan, terhubung dengan *website* perusahaan, mengelola data dengan mudah dan membuat *purchase order*. Selain itu, sistem juga dapat dijadikan sebagai bukti arus produk dalam gudang, bukti pembayaran produk yang dibeli *customer*, dan bukti penerimaan barang oleh *customer*.

Menu dalam perancangan *website* terdiri atas: *Profile*, *Product*, *Customer*, *Employee*, *Transaction: inventory*, *purchase*, *Invoice: payment*, *consignment*, *Report*, dan *Message*. Sedangkan dalam aplikasi *mobile* terdiri atas: *Profile*, *Product*, *Customer*, *Transaction*, *Report*, dan *Message*. Strategi dalam mengimplementasikan sistem penjualan terintegrasi melalui *website* dan aplikasi *mobile*, terdiri dari persiapan komponen sistem informasi, yaitu dari *hardware*, *software*,

network, data, dan *people*, dengan bentuk peralihan (*conversion*) yang sesuai adalah *parallel conversion*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agriculture and Agri-Food Canada. (2010). *Overview of the Global Sports Nutrition Market Food, Beverages and Supplements*. Canada: Agriculture and Agri-Food Canada
- Arndt A., Harkins J. (2012). The Role of Technology in Enabling Sales Support. *Journal of Management Policy and Practice*, 13(2): 66-73
- Lane, J. (2012). *The Next Chapter in Sports Nutrition*. Diakses 11 April 2014 dari <http://www.nutraceuticalsworld.com>
- Sabir R. I., Rehman A., Bahadur W., Aziz S., Ejaz K. (2013). Impact of Sales Force Automation on Relationship Quality and Sales Force Performance. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 3(12): 1-7