

Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Inovasi dan Efisiensi dalam E-Commerce

Arifah M Janah^{1*}, Arzetty N², Lutfiana Rahmawati³, Naddyne⁴, Aflakha A Kusumawati⁵

¹ Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak/Ilmu Komputer Universitas Duta Bangsa Surakarta ¹ arifahemji55@gmail.com	² Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak/Ilmu Komputer Universitas Duta Bangsa Surakarta ² arzetnov@gmail.com	³ Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak/Ilmu Komputer Universitas Duta Bangsa Surakarta ³ 210102019@mhs.ac.id	⁴ Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak/Ilmu Komputer Universitas Duta Bangsa Surakarta ⁴ naddrell@gmail.com	⁵ Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak/Ilmu Komputer Universitas Duta Bangsa Surakarta ⁵ 210102034@mhs.udb.ac.id
--	--	---	--	---

Abstrak— Integrasi sistem informasi manajemen (SIM) ke dalam e-commerce menjadi penting untuk mencapai kesuksesan di era digital yang berkembang pesat. Artikel ini mengeksplorasi bagaimana SIM mempengaruhi inovasi dan efisiensi dalam sektor e-commerce. Di Indonesia, sistem informasi geografis (GIS) dan teknologi informasi (TI) telah muncul sebagai komponen penting dalam strategi bisnis, yang meningkatkan efisiensi operasional dan kemampuan pengambilan keputusan. Dengan mengintegrasikan e-commerce dengan SIM, bisnis dapat mengelola operasi mereka secara efektif, meningkatkan kesadaran produk, dan memperluas kehadiran online mereka. Melalui pemeriksaan studi kasus dan analisis dokumen, artikel ini menekankan pentingnya SIM dalam menyederhanakan proses bisnis dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Dengan menerapkan SIM secara optimal, perusahaan e-commerce dapat mempertahankan keunggulan kompetitif dan cepat beradaptasi terhadap fluktuasi pasar. Singkatnya, integrasi SIM dalam e-commerce mempunyai dampak positif dalam mendorong inovasi, meningkatkan efisiensi, dan mengoptimalkan operasi.

Kata kunci— E-commerce, Inovasi, Sistem Informasi Manajemen, Efisiensi Operasional, Teknologi Informasi.

Abstract— The integration of management information systems (SIM) into e-commerce has become essential to achieve success in the rapidly evolving digital age. This article explores how SIM affects innovation and efficiency in the e-commerce sector. In Indonesia, geographic information systems (GIS) and information technology (IT) have emerged as critical components in business strategy, improving operational efficiency and decision-making capabilities. By integrating e-commerce with SIM, businesses can effectively manage their operations, increase product awareness, and expand their online presence. Through the examination of case studies and document analysis, this article emphasizes the importance of SIM in streamlining business processes and improving customer experience. By optimally implementing SIM, e-commerce companies can maintain a competitive advantage and quickly adapt to market fluctuations. In short, the integration of SIM in e-commerce has a positive impact on driving innovation, improving efficiency, and optimizing operations.

Keywords— E-commerce, Innovation, Management Information System, Operational Efficiency, Information Technology.

I. PENDAHULUAN

Dalam era digital yang berkembang pesat ini, efisiensi dan inovasi telah menjadi kunci keberhasilan perusahaan di berbagai industri, termasuk e-commerce. Perusahaan harus mampu beradaptasi dan memanfaatkan teknologi untuk tetap kompetitif di pasar yang terus berubah. Sistem Informasi Manajemen (SIM) adalah salah satu teknologi yang memainkan peran penting dalam mencapai hal ini.

Sistem informasi manajemen (SIM) dan teknologi informasi (TI) telah berkembang secara signifikan di semua bidang bisnis, menjadikannya penting bagi strategi dan regulasi bisnis di Indonesia. Menciptakan pendekatan baru dalam kepemimpinan organisasi di Indonesia, SIM berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional, membantu pengambilan keputusan,

dan berperan penting dalam pengelolaan informasi [1].

Baru-baru ini, sebuah paradigma telah diadopsi yang melibatkan para manajer untuk semakin menyadari dan mempertimbangkan dampak persaingan terhadap usaha bisnis [2]. Meningkatnya popularitas deregulasi ekonomi dan kebutuhan perusahaan untuk berdaya saing menyebabkan perusahaan harus mengoptimalkan seluruh sumber daya yang dimilikinya [3]. Lingkungan bisnis yang kompetitif memerlukan pengelolaan informasi yang efektif untuk mencapai tujuan perusahaan.

Untuk perusahaan e-commerce yang ingin mempertahankan keunggulan dan berkembang, penerapan dan optimalisasi Sistem Informasi Manajemen sangat penting. Ini karena dalam lingkungan e-commerce yang kompetitif,

kemampuan untuk berinovasi dan beroperasi secara efisien dapat menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu bisnis.

Artikel ini bertujuan untuk membahas tentang pengaruh sistem informasi manajemen (SIM) terhadap kemajuan dan efisiensi dalam industri e-commerce. Penggunaan teknologi dan informasi yang efisien sangat penting untuk memperoleh keunggulan dalam pasar e-commerce yang semakin kompetitif. SIM tidak hanya membantu bisnis melakukan tugas sehari-hari dengan lebih baik, tetapi juga mendorong inovasi dengan memberi mereka data dan pengetahuan yang membantu mereka membuat keputusan yang lebih baik.

Melalui analisis dari berbagai studi kasus dan literatur yang relevan, artikel ini akan menggali tentang bagaimana penerapan SIM dapat meningkatkan proses bisnis, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan. Selain itu, artikel ini akan membahas masalah yang mungkin muncul saat menerapkan SIM dan bagaimana perusahaan dapat mengatasi masalah ini untuk memaksimalkan potensi keuntungan dari teknologi ini. Tujuan utama dari artikel ini adalah untuk memberi praktisi dan akademis pemahaman yang lengkap tentang peran SIM dalam mendorong efisiensi dan inovasi dalam e-commerce.

Sistem Informasi dimaksudkan untuk membantu dan meningkatkan kinerja. setiap organisasi yang memiliki manajemen dan kendali, baik swasta maupun publik. pemerintah dalam hal pengolahan data menciptakan hasil yang informatif, akurat dan signifikan bermanfaat. Perkembangan teknologi masih terus berlangsung di banyak disiplin ilmu dan bidang usaha manusia [4].

E-commerce dianggap sebagai bagian dari e-bisnis, jenis perdagangan ini melibatkan pembelian, penjualan dan pertukaran produk, layanan dan informasi melalui internet.komputer. E-commerce adalah metode belanja modern yang disukai pelanggan. membeli sesuatu melalui online. Suatu produk dapat dipasarkan secara online. online untuk pelanggan dan bisnis. E-

commerce difasilitasi oleh teknologi. konten informatif yang memfasilitasi peningkatan proses pembelian dan penjualan, efektivitas dalam bisnis. Selain itu, produk atau layanan baru dapat diperkenalkan. Aspek positif dan negatif dari e-commerce dapat dikenali. ditentukan oleh nilai layanan perusahaan[5].

Manajemen bisnis adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan dan ide orang lain berpartisipasi dalam suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu. didirikan sebelumnya. Dalam manajemen, ada banyak teknik yang efektif. estetika kepemimpinan yang menyambut kami, dan memengaruhi kami, dan masih memberikan pengaruh pada kami. menyusun semua komponen yang saling membantu untuk mencapai tujuan [6].

II. METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah berdasarkan penelitian kepustakaan, yaitu suatu metode memperoleh, mempelajari, dan memahami teori-teori dari berbagai sumber tertulis yang relevan dengan subjek penelitian. Dalam pendekatan ini, kami mencari dan meninjau artikel di jurnal, buku, laporan penelitian, dan sumber informasi lain untuk memahami subjek dengan lebih baik.

Identifikasi subjek penelitian, pencarian sumber informasi yang relevan, penilaian kredibilitas dan validitas sumber, ekstraksi data dan informasi penting, dan penyusunan atau analisis informasi yang ditemukan adalah semua langkah dalam metode studi pustaka. Studi pustaka ini dapat digunakan untuk mendukung penelitian secara teoritis, memperkuat dasar pengetahuan, dan memberikan pemahaman yang komprehensif tentang subjek tertentu berdasarkan penelitian sebelumnya.

Studi literatur menggunakan metode berburu data di sumber digital perpustakaan dan internet. Buku-buku di perpustakaan memiliki referensi yang lengkap dan akurat, sedangkan internet memiliki banyak sekali informasi yang terkini dan beragam, informasi tersebut lebih mudah diakses sehingga menghasilkan laporan yang lebih lengkap dan akurat [7].

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. *Pengertian Sistem Informasi Manajemen*

Davis menggambarkan sistem informasi manajemen sebagai sistem manusia atau mesin yang menyajikan informasi yang mendukung operasi, manajemen, dan pengambilan keputusan dalam suatu organisasi. Yakub menyatakan bahwa sistem adalah kumpulan elemen-elemen yang saling berhubungan dengan tujuan yang sama guna mencapai tujuan. Organisasi terdiri dari banyak sumber daya manusia, fisik, keuangan, dan berbasis informasi. Sumber daya ini didedikasikan untuk mencapai tujuan tertentu yang ditentukan oleh pemilik atau pengelola. Menurut Hartono Sistem Informasi Manajemen adalah serangkaian bagian atau komponen yang secara bersama-sama berfungsi atau bergerak untuk menghasilkan informasi yang digunakan oleh manajemen dalam perusahaan [8].

B. *Pengertian E-Commerce*

Belakangan ini, e-commerce telah berkembang menjadi lebih kompleks dan semakin populer. E-commerce yang semula hanya membahas penjualan barang dan jasa berbasis internet, kini telah mengalami evolusi yang signifikan. Deskripsi e-commerce yang paling umum di masa lalu adalah pembuatan situs web yang menjual produk dan mempromosikannya melalui pemasaran online. Namun, saat ini, e-commerce telah berevolusi untuk memasukkan lebih banyak intrik dan menyediakan berbagai layanan yang memfasilitasi berbelanja kepada pelanggan.

Selain itu, kemajuan teknologi terkait e-commerce telah mengarah pada penggunaan sistem manajemen inventaris yang kompleks, integrasi dengan media sosial, dan penerapan analisis data untuk memahami perilaku konsumen. Seluruh inovasi baru ini telah memfasilitasi industri e-commerce untuk memberikan pengalaman berbelanja yang lebih individual dan efisien, sekaligus meningkatkan komitmen pelanggan dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan. [9].

C. *Pengaruh SIM Dalam Inovasi*

Dalam hal berinovasi di bidang e-commerce, ada beberapa faktor penting yang

memerlukan pertimbangan cermat. Salah satu faktor tersebut adalah pembentukan merek yang mudah diingat dan menawan. Selain itu, penting untuk menawarkan produk dan layanan yang secara efektif mengkomunikasikan nilai-nilai yang dihargai oleh konsumen. Selain itu, mempertimbangkan konteks dunia yang lebih luas, serta permasalahan dan aspirasi yang ada di dalamnya, adalah hal yang sangat penting.

Penting juga untuk memberikan manfaat yang relevan dan membedakannya dari pesaing. Memastikan harga yang adil dibandingkan dengan manfaat yang diterima merupakan aspek penting lainnya yang perlu dipertimbangkan. Menyusun narasi yang dimulai dengan mengidentifikasi masalah yang ada dan menyajikan solusi secara jelas dan ringkas sangatlah penting. Memanfaatkan bahasa yang sederhana dan praktis yang sesuai dengan target audiens juga penting. Selain itu, menggunakan meme yang persuasif dan mudah diingat bisa sangat efektif.

Mempertahankan dialog yang penuh perhatian dan responsif dengan pelanggan sangat penting untuk membangun hubungan yang kuat dan memastikan kepuasan mereka. Seperti yang dinyatakan dengan tepat oleh Fred C. Lunenburg, "Birokrasi profesional memberikan penekanan yang signifikan pada operasi intinya, memanfaatkan keterampilan yang terstandarisasi sebagai sarana koordinasi utama." Hal ini menyoroti pentingnya Tokopedia, atau platform e-commerce lainnya, dalam memprioritaskan perolehan personel yang dapat diandalkan dan terampil.; Menurut Donovan A. McFarlane, lanskap pemasaran telah mengalami transformasi yang signifikan, mengharuskan perusahaan untuk merancang rencana strategis yang secara efektif mengatasi perubahan ini sambil memprioritaskan nilai dan kepuasan pelanggan. Demikian pula, Tonino Pencarelli dan Linda Gabbianelli menegaskan bahwa perusahaan yang memulai perjalanan globalisasi harus menavigasi konteks lingkungan yang beragam, yang masing-masing memerlukan pendekatan dan kode interaksi yang disesuaikan. Selanjutnya, untuk meningkatkan pelayanan konsumen secara

lancar, pemanfaatan teknologi informasi harus didukung oleh infrastruktur yang kuat [6] [10].

Dengan memasukkan SIM ke dalam ranah e-commerce, terdapat peningkatan signifikan dalam efisiensi operasional. Integrasi yang mulus dari kedua elemen ini memberdayakan dunia usaha untuk secara efektif merampingkan operasi mereka, sehingga mendorong keberlanjutan. Dengan memanfaatkan platform e-niaga, Anda memiliki kemampuan untuk menyederhanakan proses penjualan, meningkatkan visibilitas produk, dan memperluas kehadiran pasar online Anda. Dalam bidang e-commerce, sistem informasi manajemen menawarkan kerangka kerja terstruktur untuk mengumpulkan, menyimpan, dan menganalisis data dari aktivitas e-commerce. Hal ini memberdayakan Anda untuk membuat keputusan yang lebih tepat dan beradaptasi dengan tren pasar. Para profesional bisnis sendiri sering kali terlibat dalam e-commerce melalui pembuatan situs web dan aplikasi, sehingga menyederhanakan transaksi bagi klien mereka. Selain itu, integrasi ini juga meningkatkan pelacakan inventaris, manajemen pesanan, dan pemrosesan transaksi. Hubungan erat antara e-commerce dan bisnis memungkinkan respons cepat terhadap fluktuasi pasar, peningkatan efisiensi operasional, dan pengalaman belanja online yang optimal bagi pelanggan. Perusahaan e-commerce mampu mempertahankan posisinya dan mendorong inovasi dalam industri ritel digital yang terus berkembang melalui pemanfaatan teknologi informasi yang berkelanjutan [11].

D. Keamanan Dalam E-commerce

Memastikan keamanan dan perlindungan informasi dan data pelanggan adalah hal yang paling penting dalam bidang e-commerce. Dengan lanskap ancaman siber yang terus berkembang, penting untuk memprioritaskan langkah-langkah keamanan. Hal ini termasuk penerapan enkripsi data, autentikasi dua faktor, pemantauan keamanan real-time, dan penerapan kebijakan keamanan yang ketat. Dengan melakukan hal tersebut, platform e-commerce dapat menjaga

kepercayaan dan integritas pelanggannya. Analisis data juga memainkan peran penting dalam mengoptimalkan kinerja e-commerce. Melalui analisis data transaksi, perilaku pelanggan, dan tren pasar, perusahaan dapat mengungkap peluang bisnis baru, meningkatkan layanan yang dipersonalisasi, dan merespons kebutuhan pelanggan secara efektif. Memanfaatkan analisis data yang cerdas memungkinkan e-commerce mengambil keputusan yang tepat dan strategis, sehingga menghasilkan akurasi dan kesuksesan yang lebih baik. Menciptakan pengalaman pengguna yang luar biasa sangat penting untuk keberhasilan usaha e-niaga apa pun. Saat membangun platform e-niaga, penting bagi bisnis untuk memprioritaskan elemen-elemen seperti desain yang ramah pengguna, navigasi intuitif, pemuatan halaman yang cepat, dan integrasi pembayaran yang lancar. Dengan menekankan pemberian pengalaman pengguna yang optimal, perusahaan e-commerce dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, meningkatkan konversi penjualan, dan memperkuat reputasi merek mereka. Selain itu, dengan memperluas cakupan diskusi hingga mencakup keamanan, analisis data, dan pengalaman pengguna dalam e-niaga, presentasi menjadi lebih mencakup semua hal, menawarkan pandangan komprehensif tentang komponen fundamental yang membentuk keberhasilan bisnis e-niaga di era yang terus berkembang. era digital.

IV. KESIMPULAN

SIM adalah sistem yang mengumpulkan informasi dan menyediakannya bagi operasional, manajerial, dan pengambil keputusan organisasi untuk mendukung fungsinya. E-commerce adalah pertukaran barang dan jasa melalui Internet yang telah berkembang hingga mencakup toko online dengan berbagai metode pembayaran dan pengiriman. SIM memiliki peran penting dalam evolusi e-commerce dengan berfokus pada aspek-aspek seperti merek, proposisi nilai, dan konteks global. Integrasi SIM dan e-commerce meningkatkan efisiensi proses penjualan produk dengan mengurangi kompleksitas proses

penjualan, meningkatkan awareness terhadap produk, dan mendukung perluasan pasar. SIM juga menyediakan platform analisis data yang mendukung pengambilan keputusan yang tepat dan sejalan dengan perubahan pasar.

REFERENSI

- [1] R. Anugrah et al., "Karya ini berlisensi di bawah Creative Commons Attribution 4.0 (CC BY 4.0) Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Dalam Pembentukan Kinerja Organisasi Bisnis di Indonesia," vol. 2, no. 2, pp. 134–141, 2024, [Online]. Available: <https://journal.pandawan.id/mentari/article/view/480>
- [2] D. Nusraningrum, J. Jaswati, and H. Thamrin, "THE QUALITY OF IT PROJECT MANAGEMENT: THE BUSINESS PROCESS AND THE GO PROJECT LEAN APPLICATION," *Manajemen Bisnis*, vol. 10, no. 1, p. 10, Jul. 2020, doi: 10.22219/jmb.v10i1.10808.
- [3] G. Anwar and N. N. Abdullah, "The impact of Human resource management practice on Organizational performance," *International journal of Engineering, Business and Management (IJEBM)*, vol. 5, no. 1, pp. 2456–8678, 2021, doi: 10.22161/ijebm.5.1.
- [4] A. Srirahayu, T. Victor Putra Ari Pranata, and U. Duta Bangsa Surakarta, "Sistem Informasi Pelayanan Gereja Anugerah Injil Sepenuh Gideon Kaplingan Surakarta Menggunakan Metode Rapid Application Development," 2023. [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infortech9>
- [5] D. Larasati, "UPAYA PENGEMBANGAN DAN PERAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DALAM E-COMMERCE SHOPEE," *Jkpim : Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, vol. 1, no. 1, 2023.
- [6] N. W. Sutisna and A. Effane, "Fungsi Manajemen Sarana dan Prasarana," 2022.
- [7] E. W. Putra, A. I. Pradana, and D. Hartanti, "SISTEM MONITORING PENYIRAMAN TANAMAN TOMAT OTOMATIS BERBASIS IOT PADA PERKEBUNAN DI DESA SROYO MENGGUNAKAN APLIKASI BLYNK," *Infotech: Journal of Technology Information*, vol. 10, no. 1, pp. 99–104, Jun. 2024, doi: 10.37365/jti.v10i1.256.
- [8] B. J. Kaleb, V. P. K. Lengkong, and R. N. Taroreh, "PENERAPAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DAN PENGAWASANNYA DI KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA MANADO IMPLEMENTATION OF MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS AND ITS SUPERVISION IN PRATAMA TAX SERVICE OFFICE MANADO," *Penerapan.... 781 Jurnal EMBA*, vol. 7, no. 1, pp. 781–790, 2019.
- [9] A. Sudirman, "E-COMMERCE: STRATEGI DAN INOVASI BISNIS BERBASIS DIGITAL," 2020.
- [10] Y. L. R. Rehatlanit, "PERAN E-COMMERCE DALAM PENGEMBANGAN BISNIS," 2021.
- [11] J. Ekonomi, M. dan Akuntansi, S. Aisyah, and M. Fajrul Falah, "Neraca PERANAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DALAM PENGGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP PELAYANAN KONSUMEN PT. MITRA ADIPERKASA TBK (ZARA INDONESIA)," 2024. [Online]. Available: <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>