

---

## **Analisis Strategis *e-Business* untuk Strategi Pemasaran dan Penjualan**

Rimes Jopmorestho Malioy<sup>1)</sup>, Danny Manongga<sup>2)</sup>  
<sup>1,2,3)</sup> Program Studi Magister Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi  
Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga  
Jl. O. Notohamidjojo 1-10, Blotongan, Salatiga  
Email: malioyrimes123@gmail.com, danny.manongga@uksw.edu

---

Received: 30-06-2022      Riwayat Artikel:  
Revised: 22-10-2022      Accepted: 23-10-2022

---

### ***Abstract***

*Electronic business (e-business) is a business activity using an information technology approach. By utilizing e-business, companies can find out all processes and developments in the company. In addition, the company owner can also decide based on the e-business analysis of the company. In this study, an analysis of e-business strategies was made in the home industry, namely XYZ Stores. This study uses methods and tools for analysis: SWOT analysis, politics, economics, social, technology (PEST), Porter's five forces model, Value chain, and critical success factor (CSF). The results of this study identified several potential information systems at XYZ Stores to improve e-business strategies for marketing and sales processes. These information systems include CRM-based Sales Information Systems, Financial Management Information Systems, Employee Information Systems, Warehousing Information Systems, and Geographic Information Systems.*

**Keywords:** *e-business strategy, SWOT analysis, PEST analysis, Porter's five forces model analysis, value chain analysis, CSF analysis*

### **Abstrak**

*Electronic business (e-business) merupakan sebuah aktivitas bisnis yang dilakukan dengan memanfaatkan pendekatan teknologi informasi. Dengan e-business maka perusahaan dapat mengetahui seluruh proses dan perkembangan di perusahaan. Selain itu pemilik perusahaan juga dapat membuat sebuah keputusan berdasarkan analisis e-business dari perusahaan. Pada penelitian ini dibuat sebuah analisis strategi e-business pada home industry yaitu Toko XYZ. Penelitian ini menggunakan metode dan tools untuk analisis, yaitu analisis SWOT, politik, ekonomi, sosial, teknologi (PEST), Porter's five forces model, Value chain, dan critical success factor (CSF). Hasil penelitian ini adalah diidentifikasinya beberapa sistem informasi yang berpotensi pada Toko XYZ, guna meningkatkan strategi e-business untuk proses pemasaran maupun penjualan. Sistem informasi tersebut antara lain Sistem Informasi Penjualan berbasis CRM, Sistem Informasi Manajemen Keuangan, Sistem Informasi Karyawan, Sistem Informasi Pergudangan, dan Sistem Informasi Geografis.*

**Kata kunci:** *strategi e-business, analisis SWOT, analisis PEST, analisis Porter's five forces model, analisis value chain, analisis CSF*

## Pendahuluan

Pemanfaatan teknologi informasi (TI) saat ini sudah mulai digunakan menjadi sebuah program pengembangan yang dipakai oleh pengusaha guna mendukung peningkatan pendapatan dan memajukan usaha bisnis pada suatu perusahaan. Salah satu pemanfaatan TI adalah penggunaan *e-business* untuk proses pemasaran. *E-business* dapat didefinisikan sebagai proses penggunaan TI dan komunikasi oleh kelompok, pribadi atau pihak yang terkait, untuk melaksanakan dan mengelola sebuah proses bisnis. Manfaat yang didapatkan misalnya fleksibilitas, penggabungan, keamanan, optimalisasi, efisiensi, peningkatan produksi dan keuntungan [1]. *E-business* juga merupakan strategi berbasis TI yang dapat membantu para pebisnis untuk dapat melakukan hubungan komunikasi serta pendistribusian barang dan jasa kepada pelanggan. Dalam *e-business* biasanya ditekankan pada proses penjualan dan pembelian produk serta jasa melalui situs web yang melibatkan konsumen, pemilik usaha, pemilik sistem dan pembeli. Salah satu contoh dari *e-business* adalah pembelian barang secara online melalui *platform* *bukalapak.com*, *shopee.id*, *www.blibli.com*, dan *amazon.com*. Semua proses bisnisnya dilakukan secara elektronik mulai dari pemesanan, pembayaran, pengiriman dan penerimaan barang [2]. *E-business* mempunyai ciri khas dan manfaat yang sama dengan seluruh proses bisnis yang dilakukan secara manual. Hanya saja yang membedakan ini semua adalah *e-business* mengandalkan jaringan internet sebagai media untuk menjalankan semua aktifitas, sedangkan bisnis biasa melakukan seluruh rangkaian proses tidak memerlukan jaringan internet, tetapi harus membutuhkan tempat atau gedung yang besar.

Pemanfaatan strategi *e-business* bukan saja membantu pengusaha yang mempunyai modal besar, namun diharapkan juga dapat membantu mengembangkan usaha para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Para pelaku UMKM dapat menggunakan *e-business* untuk proses pemasaran guna menjangkau pasar dunia [3]. Hal tersebut disebabkan TI telah dipakai untuk membantu proses bisnis yang terjadi pada perusahaan dengan tujuan mengefisieni waktu dan biaya, sehingga semua dapat meningkatkan keuntungan [4].

Toko XYZ merupakan sebuah perusahaan *home industry* yang berada di kota Tiakur, Kabupaten Maluku Barat Daya. Toko ini bergerak di bidang pertanian dalam hal penjualan bibit, pupuk, dan alat-pertanian. Bisnis yang dijalankan pada toko ini masih bersifat konvensional atau masih bersifat manual. Misalnya saja dalam proses penjualan, para pembeli langsung datang ke toko tersebut untuk melakukan transaksi. Proses bisnis yang terjadi seperti informasi menyangkut harga produk, info produk, proses order barang tidak didukung oleh perkembangan TI. Tujuan utama dari pemasaran adalah mendapatkan keuntungan yang baik. Namun kenyataan yang terjadi adalah pemilik toko merasakan dampak yang begitu besar dimana keuntungan dari toko ini tidak stabil. Hal ini disebabkan kurangnya sosialisasi kepada masyarakat tentang toko ini sehingga banyak masyarakat yang

tidak mengetahui. Permasalahan lain adalah pemilik toko tidak dapat melakukan kontrol terhadap semua stok penjualan barang maupun pengontrolan para karyawan karena keterbatasan sarana yang ada.

Untuk meningkatkan strategi pemasaran, maka perlu dibuat sebuah sistem yang dapat menjawab permasalahan sehingga pemilik toko dapat bekerja dengan lebih tenang dan aman. Semua proses penjualan, pemasaran maupun pengontrolan dapat berjalan dengan baik. Hal ini tentu akan memberikan dampak yang positif dari tujuan utama pemasaran yaitu meningkatkan keuntungan.

Sesuai dengan kondisi yang ada, maka dalam penelitian ini akan dilakukan analisis guna menyusun sebuah rancangan strategi *e-business*, sehingga dapat menjawab permasalahan sesuai kondisi yang terjadi. Dalam perancangan *e-business* ada beberapa tahapan yang harus dilalui yaitu tahap perencanaan, tahap analisis, tahap perancangan, tahap penerapan, dan tahap evaluasi [5]. Penelitian ini dibatasi sampai pada tahap analisis. Proses identifikasi permasalahan dilakukan menggunakan observasi dan wawancara, sedangkan *tools* yang digunakan dalam melakukan analisis adalah analisis SWOT, analisis politik, ekonomi, sosial, dan teknologi (PEST), analisis *Porter's five forces model*, analisis *Value chain*, dan analisis *critical success factor* (CSF).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menciptakan analisis strategi *e-business* guna menghasilkan sebuah rancangan strategi *e-business* yang dapat mendukung proses bisnis mulai dari analisis kebutuhan informasi sampai pada tahap rancangan sistem informasi *e-business*. Manfaat yang diharapkan adalah dapat memberikan gambaran tentang perancangan model *e-business*, sehingga ke depan dapat dikembangkan sistem informasi yang menggunakan proses komputer untuk mengoptimalkan kinerja proses bisnis.

### **Kajian Pustaka**

Pada penelitian tentang analisis strategi *e-business* dalam meningkatkan penjualan dan minat beli *customer* di Shopee [6] dibahas tentang strategi bisnis yang digunakan oleh Shopee untuk menarik minat beli konsumen dan strategi untuk menaikkan penjualan. Hasil yang diperoleh adalah strategi *e-commerce* pada Shopee dapat membangkitkan minat masyarakat untuk membeli dan meningkatkan penjualan. Shopee dapat menarik pembeli dengan memberikan penawaran yang efektif dan tepat sasaran. Dengan melakukan kampanye "jaminan harga termurah, pengembalian dana dua kali lipat", Shopee dapat menaikkan keamanan transaksi, kenyamanan transaksi dengan berbagai metode pembayaran, diskon koin, dan *cashback*. Selain itu Shopee menerapkan penggunaan media sosial yang cocok untuk promosi.

Pada penelitian lain tentang penerapan strategi *e-business* untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dari usaha mikro kecil menengah (UMKM)

di Indonesia pada *trooper electronic* Yogyakarta [7] dibahas tentang penerapan dan implementasi strategi *e-business* menggunakan model strategi *e-business*. Penelitian ini menghasilkan sebuah implementasi strategi *e-business* dalam bentuk web *e-commerce* serta pemanfaatan media sosial untuk membantu proses usaha dari UMKM *trooper electronic* Yogyakarta. Selain itu penelitian lainnya tentang perancangan strategi *e-commerce* berbasis *website* untuk meningkatkan penjualan [8] dibahas tentang strategi pemasaran berbasis *website*. Strategi tersebut memberikan banyak keuntungan secara ekonomi, meningkatkan jumlah pelanggan, serta wilayah pemasokan produk yang semakin besar. Selain itu strategi ini dapat dilaksanakan kapan saja dan di mana saja, sehingga bisnis dapat berjalan dengan baik.

Analisis SWOT adalah sebuah analisis yang bertujuan untuk melakukan pengidentifikasian beberapa faktor seperti faktor internal yang meliputi *strength* (kekuatan) dan *opportunities* (peluang), serta faktor eksternal yang meliputi *weakness* (kelemahan) dan *threats* (ancaman) [9]. Penggunaan analisis SWOT pada perusahaan mempunyai maksud agar perusahaan mendapatkan arahan untuk bekerja dengan melihat faktor-faktor tersebut [10]. Dengan analisis SWOT maka dapat diketahui faktor luar dan dalam yang nantinya dapat menjadi peluang, kekuatan, kelemahan dan ancaman dari suatu perusahaan.

Analisis PEST adalah sebuah analisis pada faktor luar bisnis yang meliputi bidang politik, ekonomi, sosial, dan teknologi [11]. Analisis PEST merupakan model untuk menganalisis bisnis sebuah perusahaan dengan memperhatikan situasi lingkungan luar. Hasil analisis ini dapat dipakai perusahaan untuk dijadikan pertimbangan terkait strategi bisnis [12]. Analisis ini sering dipakai untuk penilaian terhadap suatu unit bisnis, dimana analisis ini dapat diambil suatu peluang atau ancaman baru bagi perusahaan.

Analisis *Porter's Five Forces* ialah suatu metode yang dipakai untuk menggambarkan rangkaian analisis dalam rangka pengembangan bisnis strategi yang berpartisipasi terhadap keunggulan kompetisi dan daya saing [13]. Tujuan analisis ini adalah untuk memahami kondisi persaingan bisnis dari perusahaan dan menempatkan perusahaan agar lebih maju dari para pesaing.

Analisis *Value Chain* merupakan strategi yang digunakan untuk menganalisis kegiatan dalam perusahaan guna membagi seluruh cara kerja yang ada pada organisasi [14]. Analisis *Value Chain* juga merupakan sebuah analisis yang mana perusahaan akan mengidentifikasi *primary activity* dan *support activity* untuk pertambahan nilai produk, setelah dianalisis untuk meningkatkan pembedaan atau mengurangi anggarannya [15]. Analisis *value chain* juga merupakan sebuah strategi yang dipakai untuk membuat analisis kegiatan pada internal perusahaan.

Analisis CSF merupakan sebuah analisis yang digunakan untuk membuat pertimbangan hal-hal yang dianggap rawan dalam perusahaan. Analisis ini juga

dapat dijadikan alat untuk pendefinisian aspek-aspek apa saja yang akan berpengaruh terhadap keberhasilan maupun kesuksesan perusahaan [16]. Analisis CSF memberikan gambaran suatu perusahaan mengenai faktor di seluruh tahapan dan rancangan sebuah perusahaan yang memberikan pengaruh pada kemampuan perusahaan untuk memperoleh hasil yang baik dalam bisnisnya [17].

### **Metode Penelitian**

Penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif, dimana untuk mengumpulkan seluruh data yang diperlukan dengan menggunakan beberapa teknik sebagai berikut:

1. Observasi. Pada tahapan ini dilakukan pengamatan langsung di lapangan yaitu dengan mengunjungi Toko XYZ, guna melihat dan mengamati bagaimana seluruh proses bisnis yang terjadi pada toko tersebut, mulai dari pencarian barang, pemesanan, pembayaran sampai pada tahapan pengepakan barang.
2. Wawancara. Selain melakukan observasi maka peneliti juga melakukan wawancara guna mendapatkan beberapa data dan informasi yang tidak diketahui. wawancara yang dilakukan dengan pemilik Toko XYZ, beberapa pelanggan dan karyawan, sehingga nantinya bisa dijadikan referensi untuk penelitian ini.
3. Analisis. Pada tahapan ini hasil dari observasi dan wawancara akan dilakukan proses analisis. Analisis ini akan menggunakan *tools* seperti analisis SWOT, analisis *value chain*, analisis PEST, analisis *Porter's five forces* dan dikelompokkan ke dalam analisis CSF. Dengan analisis SWOT maka dapat diketahui faktor luar dan dalam yang nantinya dapat menjadi peluang, kekuatan, kelemahan dan ancaman dari Toko XYZ. Penggunaan analisis PEST untuk Toko XYZ adalah untuk mengetahui faktor luar dari sisi toko untuk dianalisis melalui sektor politik, ekonomi, social, dan teknologi. Toko XYZ menggunakan analisis *Porter's Five Forces* untuk mengetahui ancaman yang datang seperti persaingan toko, ancaman pendatang baru, ancaman produk pengganti, daya tawar pembeli, dan daya tawar pemasok. Dengan pendekatan *Value Chain*, maka akan dilakukan analisis terhadap Toko XYZ untuk melihat kebutuhan utama dan dan tambahan yang dibutuhkan. Dalam kaitan dengan analisis CSF, Toko XYZ dapat melihat sasaran strategis yang ingin dicapai untuk pengukuran.

### **Hasil dan Pembahasan**

Setelah melakukan observasi di lapangan dan juga melakukan wawancara dengan pemilik Toko XYZ, baik karyawan maupun beberapa pelanggan, maka didapat hasil bahwa Toko XYZ merupakan sebuah toko yang melakukan penjualan khusus barang pertanian. Dalam menjalankan usahanya pemilik toko belum menerapkan proses *e-business*, sehingga kadang terjadi beberapa kesalahan dalam

proses penjualan maupun pengidentifikasian barang. Untuk karyawan juga terkadang tidak bisa dikontrol dan diawasi tugas-tugasnya dan untuk pelanggan sendiri terdapat pelanggan dari kalangan petani maupun non petani yang terkadang bingung dalam mengetahui fungsi dan kegunaan dari produk-produk yang dijual. Pelanggan umumnya masih sebatas dalam kota Tiakur. Dari identifikasi ini maka akan dilanjutkan dengan analisis dari beberapa metode yang digunakan.

### 1. Analisis SWOT

Hasil dari observasi dan wawancara langsung terkait semua proses bisnis pada Toko XYZ, maka yang dilakukan adalah membuat analisis menggunakan analisis SWOT. Adapun Analisis SWOT dipakai untuk mengetahui kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dari Toko XYZ.

Dari hasil analisis, ditemukan bahwa kekuatan utama Toko XYZ terletak pada penyediaan barang pertanian dan juga biaya yang relatif murah. Hal ini sangat menguntungkan untuk proses penjualan tetap dipertahankan terkait dengan biaya dan penyediaan bahan-bahan. Sementara itu melihat kelemahan toko ini maka perlu sebuah sistem informasi untuk menjalankan semua aktivitas bisnis sehingga keuntungan yang ingin dicapai dapat terpenuhi dan manajemen toko dapat berjalan dengan baik. Untuk peluang, Toko XYZ adalah toko pertama yang menjual bahan-bahan pertanian pada Kota Tiakur Kabupaten Maluku Barat Daya. Dengan adanya perkembangan teknologi membuat semakin besar peluang yang nantinya ada pada Toko XYZ. Untuk ancaman yang dihadapi oleh Toko XYZ, maka sebaiknya dibuat sebuah sistem informasi untuk membuat edukasi bagi non petani, sehingga toko ini bukan saja dikunjungi oleh para petani, namun juga oleh para non petani untuk meningkatkan penjualan. Sistem informasi untuk karyawan juga perlu dikembangkan agar kedisiplinan karyawan dapat terjaga. Hasil analisis SWOT dapat dilihat pada Tabel 1.

Dari tabel matriks SWOT seperti terlihat pada Tabel 1, maka ada beberapa strategi yang harus dilakukan guna menjawab permasalahan yang terjadi yaitu:

- a. Strategi S-O. Kekuatan dan peluang dari Toko XYZ dapat menjadi sebuah referensi terhadap pemilik toko agar dapat membangun sebuah sistem informasi *e-marketing*. Sistem informasi tersebut berguna untuk menjangkau banyak pelanggan, yang juga dilengkapi dengan informasi geografis untuk mempermudah pelanggan dalam mengakses lokasi Toko XYZ. Hasil yang diharapkan adalah dapat meningkatkan proses penjualan dan pelanggan pada Toko XYZ.
- b. Strategi W-O. Karena belum adanya penerapan *e-business* pada Toko XYZ maka strategi yang diambil dari kelemahan dan peluang adalah membuat proses bisnis melalui sistem informasi pemasaran. Untuk masalah transaksi keuangan juga perlu diterapkan sebuah sistem informasi keuangan. Selain itu untuk

- mengetahui profil dari Toko XYZ, maka perlu dilakukan pengembangan sebuah sistem informasi untuk profil perusahaan.
- c. Strategi S-T. Strategi dalam analisis SWOT untuk kekuatan terhadap ancaman pada Toko XYZ adalah dibuatnya sebuah sistem *e-crm* guna menambah pemahaman dari para konsumen yang berasal dari non petani. Untuk para karyawan diperlukan adanya sistem informasi karyawan untuk mengukur kinerja para karyawan.
  - d. Strategi W-T. Kelemahan dan ancaman dalam Toko XYZ dapat menjadi sebuah strategi baru yang dijalankan pada Toko XYZ yaitu dapat melakukan koordinasi dengan dinas-dinas terkait sehingga penyediaan barang khususnya pertanian dapat melalui Toko XYZ. Selain itu juga terkait dengan permasalahan karyawan, maka diperlukan edukasi yang baik terhadap karyawan sehingga dapat bekerja dengan baik.

**Tabel 1** Matriks SWOT Toko XYZ

INTERNAL	<i>STRENGTH</i> /KEKUATAN (S)	<i>WEAKNESS</i> /KELEMAHAN (W)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mampu menyediakan seluruh bahan pertanian seperti bibit, pupuk dan alat-alat tani.</li> <li>- Harga bahan-bahan mudah dijangkau.</li> <li>- Lokasi toko di pusat kota.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Belum menerapkan <i>e-business</i> pada sistem pemasaran.</li> <li>- Belum memiliki sistem informasi keuangan.</li> <li>- Belum memiliki sistem informasi terkait profil perusahaan.</li> </ul>
EKSTERNAL		
<i>OPPORTUNITY</i> /PELUANG (O)	S – O	W – O
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bisnis penjualan bahan dan peralatan bidang pertanian masih kurang.</li> <li>- Berkembangnya TI dapat bermanfaat bagi perkembangan bisnis.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembuatan sistem <i>e-marketing</i> untuk menjangkau banyak pelanggan.</li> <li>- Pembuatan sistem informasi geografis untuk memudahkan orang mencari toko.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penggunaan <i>e-business</i> dalam sistem pemasaran agar jaringan perusahaan lebih luas.</li> <li>- Pembuatan sistem informasi keuangan.</li> <li>- Pembuatan sistem informasi profil perusahaan.</li> </ul>
<i>THREAT</i> /ANCAMAN (T)	S – T	W – T
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hanya kalangan petani yang datang untuk berbelanja.</li> <li>- Kurangnya rasa tanggung jawab pekerjaan pada perusahaan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penggunaan <i>e-crm</i> sehingga dapat menambah pelanggan dari kalangan non petani.</li> <li>- Pembuatan sistem penilaian kinerja karyawan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kerjasama dengan dinas terkait agar seluruh penyediaan bahan-bahan pertanian dapat melalui Toko XYZ.</li> <li>- Penyampaian edukasi yang baik kepada karyawan.</li> </ul>

## 2. Analisis *Value Chain*

Analisis *value chain* dapat digunakan untuk melihat hal yang terjadi pada Toko XYZ, sehingga dapat memberikan keuntungan bagi Toko XYZ dan mengurangi biaya produksi pada toko tersebut. Analisis diagram *value chain* Toko XYZ dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Diagram *Value Chain*

Pada Gambar 1 terdapat dua aktivitas yang dilakukan, yang terdiri dari *primary activities* dan *support activities*. Pada *primary activities* terdapat *inbound logistic* yang berfungsi memesan, menerima, dan menyimpan barang. *Operation* yang dilakukan adalah memasang daftar harga barang dan mengatur posisi barang. Pada *outbound logistic* dilakukan *order* barang dan pemaketan barang, sedangkan tugas dari *marketing & sales* adalah pengantaran barang dan menawarkan produk. Untuk proses *service* pemilik toko dapat melakukan pergantian barang yang rusak serta mengelola layanan komplain pelanggan. Untuk *support activities*, *firm infrastructure* melakukan pengelolaan layanan sistem keuangan dengan baik. Pada *human resource management*, terjadi proses rekrut dan pelatihan karyawan. Pada teknologi akan dilakukan pembangunan sistem informasi misalnya sistem informasi penjualan, sistem informasi penggajian, dan sistem informasi pergudangan. Di sini juga diperlukan pengadaan sarana prasarana seperti pengadaan mobil *pick up* untuk proses pengantaran dan pengiriman barang.

Toko XYZ merupakan sebuah toko yang baru berkembang, sehingga diperlukan pembuatan sistem informasi untuk aplikasi penjualan, keuangan, karyawan, pergudangan atau logistik, sehingga dapat mengurangi anggaran. Selain itu agar pelanggan menjadi senang dan puas, maka diperlukan adanya sistem informasi geografis untuk mengetahui lokasi dan profil toko. Sistem informasi *e-crm* juga diperlukan untuk edukasi terhadap calon pelanggan dari kalangan non petani, sehingga hasil yang dicapai dari analisis ini adalah dapat meningkatkan pendapatan dan mengurangi biaya.

### 3. Analisis PEST

Hasil dari analisis PEST di Toko XYZ dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Politik dan hukum. Toko XYZ merupakan toko berbentuk perusahaan perseorangan (PO). Toko tersebut terdaftar pada Kabupaten Maluku Barat Daya dengan nomor izin usaha.503/xxx/xxx/2020 dan nomor surat izin tempat usaha



(SITU) 503/xxxx/SITU/2020 dengan bidang usaha perdagangan barang dan jasa, sub bidang usaha penjualan benih sayur, pupuk, pestisida, dan peralatan tani. Dengan demikian Toko XYZ mempunyai landasan hukum yang tetap dan sah.

- b. Ekonomi. Faktor ekonomi daerah sangat mempengaruhi seluruh jenis kegiatan industri di Kabupaten Maluku Barat Daya, sehingga proses pertumbuhan ekonomi sangat berpengaruh terhadap penjualan pada Toko XYZ.
- c. Sosial dan ekologi. Dengan berdirinya Toko XYZ pada kota Tiakur mengakibatkan pengurangan dari para pencari kerja. Hal ini terjadi karena toko ini mampu menerima 10 orang karyawan yang terbagi dalam keahlian masing-masing. Toko XYZ diharapkan terus berkembang dan menambah karyawan, sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran yang merupakan dampak dari sosial ekologi.
- d. Teknologi. Perkembangan TI yang begitu pesat belum dimanfaatkan oleh Toko XYZ. Toko XYZ diharapkan dapat memanfaatkan TI dalam proses bisnis seperti membuat *website* penjualan sekaligus promosi, membuat beberapa sistem informasi, seperti sistem informasi keuangan, sistem informasi berbasis CRM, sistem informasi karyawan, dan lain sebagainya.

Dari hasil analisis PEST tersebut, maka strategi yang harus digunakan untuk meningkatkan tingkat penjualan pada Toko XYZ adalah harus memanfaatkan teknologi. Faktor teknologi sangat berpengaruh dimana penggunaan *e-business* dalam seluruh proses bisnis harus dilakukan secara tersistem dengan pembuatan beberapa sistem informasi untuk penjualan, keuangan, pergudangan, karyawan, dan hubungan antara pelanggan maupun penjual.

#### **4. Analisis Porter's Five Forces**

Hasil dari identifikasi dengan analisis *Porter's Five Forces* adalah sebagai berikut:

- a. Persaingan antar perusahaan sejenis. Sampai saat ini pesaing dari *home industry* lainnya yang bergerak dalam bidang pertanian belum ada, karena Toko XYZ hanya berdiri sendiri. Oleh karena itu, ancaman yang ada masih rendah.
- b. Ancaman pendatang baru. Untuk hal ini sama seperti persaingan antar perusahaan sejenis, sehingga belum ada ancaman dari perusahaan lain yang masuk. Oleh karena itu, ancaman masih rendah.
- c. Ancaman produk substitusi. Untuk tingkat kebutuhan terhadap produk pengganti pun belum ada karena Toko XYZ menyiapkan persediaan barang yang sangat lengkap. Dengan demikian ancaman terkait poin ini juga masih rendah.
- d. Kekuatan tawar menawar pembeli. Untuk semua produk yang dijual sudah mempunyai harga standar dan beberapa produk diberikan diskon sampai 50%, sehingga tidak ada tawar menawar dari pembeli. Karena hal ini sudah menjadi kebiasaan, maka dikatakan ancaman masih sangat rendah

- e. Kekuatan tawar menawar pemasok. Untuk pemasok barang ke Toko XYZ berasal dari luar kota yakni kota Surabaya. Karena kondisi jarak maka biasanya ada pembicaraan khusus dengan pemasok. Kendala yang ada adalah masalah biaya pengiriman barang, yang mengikuti kondisi cuaca, sehingga terkadang biaya menjadi tinggi. Dengan demikian untuk ancaman ini dapat dikatakan sebagai ancaman sedang.

Dengan analisis *Porter's Five Forces*, maka ancaman yang datang masih tergolong rendah, Hal ini disebabkan belum ada persaingan dari segi penjualan khusus barang pertanian pada Kota Tiakur. Ancaman datang dari sisi teknologi yang membuat peningkatan penjualan menjadi berkurang, karena pelanggan hanya berasal dari dalam Kota Tiakur.

### **5. Analisis Critical Success Factor (CSF)**

Untuk analisis CSF dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. CSF pertama, belum adanya teknologi yang diterapkan pada Toko XYZ sehingga semua proses *e-business* belum dapat diterapkan.
- b. CSF kedua, perlu adanya edukasi untuk para pelanggan yang bukan dari kalangan petani sehingga pelanggan pada Toko XYZ dapat meningkat.
- c. CSF ketiga, perlu adanya sebuah sistem manajemen keuangan pada Toko XYZ sehingga proses masuk keluar keuangan dapat berjalan dengan baik.
- d. CSF keempat, perlu adanya sebuah sistem informasi untuk karyawan sehingga dapat mengontrol kinerja karyawan yang bekerja pada Toko XYZ.
- e. CSF kelima, perlu adanya sistem informasi pergudangan supaya pemilik dapat mengontrol seluruh stok barang yang masuk keluar pada gudang.
- f. CSF keenam, untuk meningkatkan jumlah pelanggan perlu dibuat sistem informasi geografis yang disinkronkan dengan *website* penjualan agar calon pelanggan di luar Kota Tiakur dapat mengetahui letak dan posisi Toko XYZ untuk mempermudah dalam berbelanja.

Dari hasil analisis CSF didapatkan bahwa belum ada penerapan *e-business* dalam proses penjualan dan tidak ada hubungan relasi antara pelanggan dan penjual, Strategi yang harus dibuat adalah merancang sistem informasi pada Toko XYZ, sehingga semua proses dapat dijalankan dengan baik. Selain itu dibuat sistem untuk mengontrol kinerja para karyawan dan pergudangan untuk sistem keuangan.

### **6. Potensi Aplikasi Hasil Kebutuhan Mendatang**

Sesuai dengan hasil beberapa analisis yang dilakukan, maka terdapat beberapa potensi aplikasi yang perlu dibuat dan dikembangkan oleh Toko XYZ untuk meningkatkan target penjualan dan penambahan pelanggan. Potensi aplikasi ini merupakan sebagian dari penerapan strategi *e-business* di Toko XYZ. Dalam aplikasi ini juga ditambahkan waktu pembuatan sistem berdasarkan prioritas kebutuhan. Adapun potensi aplikasi yang dibutuhkan pada Toko XYZ dapat dilihat

pada Tabel 2 beserta kegunaan dan rencana pembangunannya masing-masing. Tabel 2 menggambarkan potensi aplikasi yang akan digunakan dan penjadwalan pembangunan sistem, yaitu Sistem Informasi Penjualan berbasis CRM, Sistem Informasi Manajemen Keuangan, Sistem Informasi Karyawan, Sistem Informasi Pergudangan, dan Sistem informasi Geografis.

**Tabel 2.** Potensi Aplikasi Hasil Analisis Interpretasi Kebutuhan Mendatang

Potensi Aplikasi	Kegunaan	Rencana Pembangunan
Sistem Informasi Penjualan berbasis CRM	Sistem ini berfungsi menampilkan seluruh informasi tentang Toko XYZ, cara melakukan <i>order</i> barang, dan adanya <i>form</i> layanan pelanggan untuk menanyakan terkait penjualan dan layanan 121omplain pelanggan.	Karena ini sangat penting dan menjadi prioritas, maka sistem ini yang harus dibuat pada tahap awal.
Sistem Informasi Manajemen Keuangan	Sistem ini berfungsi untuk proses keuangan yang ada pada Toko XYZ, mulai dari transaksi penjualan sampai pada penggajian.	Jika pemilik mempunyai modal yang lebih, maka sistem ini dapat dibuat bersama dengan Sistem Informasi penjualan berbasis CRM. Jika tidak, maka dapat direncanakan untuk dibuat pada tahun berikutnya.
Sistem Informasi Karyawan	Sistem ini dibuat untuk karyawan, mulai dari tahapan perekrutan sampai dengan absensi karyawan dan perhitungan biaya lembur selama satu bulan. Sistem ini dapat dipakai sebagai analisis dari pemilik toko.	Untuk sistem informasi karyawan belum terlalu menjadi prioritas karena kondisi karyawan yang belum mencapai 15 orang. Sistem dapat direncanakan untuk dibangun pada tahun ketiga.
Sistem Informasi Pergudangan	Aplikasi ini berfungsi untuk proses pencatatan transaksi barang yang masuk maupun keluar dari gudang sehingga mudah dikontrol dan diawasi.	Sama halnya dengan sistem informasi karyawan, maka sistem ini dapat dibangun pada tahun ketiga, karena jarak dari gudang ke toko hanya beberapa meter. Selain itu gudang belum terlalu besar, sehingga mudah untuk dikontrol.
Sistem Informasi Geografis	Sistem informasi ini berfungsi sebagai peta lokasi toko dan jarak dari suatu tempat ke toko tersebut. Hal ini digunakan untuk menambah pelanggan. Sistem ini dapat digabungkan dengan Sistem Informasi Penjualan berbasis CRM	Sistem informasi ini dapat dibuat setelah toko ingin memperluas area kerja, sehingga aplikasi ini dapat dikembangkan pada tahun kelima.

## Simpulan

Dari hasil analisis yang dibuat dapat diketahui bahwa hingga saat ini faktor eksternal yang terjadi masih tergolong rendah, karena Toko XYZ masih berdiri sendiri dan tidak ada pesaing lainnya. Hanya masalah transportasi dan teknologi yang menjadi prioritas utama dalam faktor eksternal. Pada faktor internal adalah kurangnya pengawasan maupun pengontrolan terhadap produk, karyawan, transaksi keuangan, dan kepuasan pelanggan. Dari analisis yang sudah dilakukan, maka perlu digunakan pendekatan TI melalui pembuatan sistem informasi. Analisis strategi *e-business* yang harus diterapkan yaitu melalui beberapa potensi aplikasi yang dibangun seperti sistem informasi penjualan, sistem informasi profil perusahaan, sistem informasi keuangan, karyawan, dan pergudangan. Hal ini yang harus menjadi prioritas dari Toko XYZ guna menjalankan proses *e-business*, sehingga tujuan yang ingin dicapai oleh Toko XYZ yaitu dari proses permintaan, penjualan hingga pemasaran dapat berjalan dengan baik. Pada akhirnya, Toko XYZ dapat menambah jumlah pelanggan dan pendapatan juga dapat bertambah.

Penelitian ini masih pada tahapan analisis, sehingga perlu dibangun sebuah sistem informasi. Penelitian selanjutnya dapat dikembangkan untuk proses pembuatan aplikasi sesuai dengan potensi aplikasi dan tahapan pengembangan aplikasi yang sudah ada. Toko XYZ diharapkan dapat menjadi toko pertama yang menerapkan proses strategi *e-business* dalam bidang pertanian, khususnya pada Kabupaten Maluku Barat Daya.

## Daftar Pustaka

- [1] R. Panjaitan, "Analisis Penerapan E-Business Studi Kasus Pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN), Tbk," *Jurnal Ebisnis*, vol. 12, no. 1, Jul. 2019.
- [2] Syafnidawaty, "E-Business," *Universitas Raharja*, Apr. 27, 2020. <https://raharja.ac.id/2020/04/27/e-business/> (accessed Jul. 07, 2022).
- [3] Y. Sugiarti, Y. sary, and M. A. Hadiyat, "Peranan e-commerce untuk meningkatkan daya saing Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sambal di Jawa timur," *Kumawula: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 3, No.2, pp. 298–309, 2020, doi: 10.24198/kumawula.v3i2.
- [4] B. Arifin, "6 Peran Penting Teknologi Informasi Dalam Bisnis," *Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bengkulu*, May 07, 2021. <https://kominfo.bengkulukota.go.id/6-peran-penting-teknologi-informasi-dalam-bisnis/> (accessed Jul. 07, 2022).
- [5] A. Prasetyo, "Perancangan E-Business," *Binus University School of information system*, Apr. 26, 2017. <https://sis.binus.ac.id/2017/04/26/perancangan-e-business/> (accessed Jul. 07, 2022).

- [6] R. Ayu Asmita, T. Yustika, and P. Studi Manajemen, "Analisis Strategy E-Business Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Minat Beli Customer Di Shopee," *Jebdeker*, vol. 2, no. 1, 2021.
- [7] Y. D. Handarkho, T. R. Suryanto, F. Kartika, S. Dewi, and E. Julianto, "Penerapan Strategi E-business Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dari Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia (Studi kasus Trooper Electronic Yogyakarta)," *Jurnal Buana Informatika*, vol. 8, no. 4, 2017.
- [8] N. B. Sukamdani and W. Istuningsih, "Perancangan Strategi E-Commerce Berbasis Website Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus 'Songketkito' Kain Khas Palembang)," *Jurnal Ebisnis*, vol. VII, no. 1, 2018.
- [9] M. Riadi, "Analisis SWOT (Pengertian, Tujuan, Aspek, Kuadran dan Matriks)," *kajianpustaka.com*, Sep. 23, 2020. <https://www.kajianpustaka.com/2020/09/analisis-SWOT.html> (accessed Jul. 07, 2022).
- [10] D. A. Putri, S. Ceicillia, G. A. Rizky, and S. N. Farida, "Implementasi Analisis Swot (Strength, Weakness, Opportunities, And Threat) Dalam Strategi Pemasaran Produk Pada Pt Adib Global Food Supplies Surabaya," *Jurnal Bisnis Indonesia*, vol. 13, no. 1, Apr. 2022.
- [11] M. Mahadiansar and A. Aspariyana, "PEST Analysis Model dalam Pengembangan Potensi Wisata Pulau Benan, Kabupaten Lingga, Kepulauan Riau," *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, vol. 1, no. 1, pp. 14–25, Apr. 2020, doi: 10.36256/ijtl.v1i1.93.
- [12] N. Maula, "Analisis Pengaruh Eksternal Pada Perusahaan Start-Up Bidang Pendidikan: Penggunaan Teknik Analisis PEST di CV. Big Edu Indonesia," *Jurnal Khazanah Intelektual*, vol. 4, no. 1, pp. 645–658, Sep. 2020, doi: 10.37250/newkiki.v4i1.59.
- [13] D. Indarti, D. Ety, and D. Susanti, "ANALISIS PORTER FIVE FORCE DALAM UPAYA MENINGKATKAN STRATEGI BERSAING," *Jurnal Revolusi Indonesia*, vol. 1, no. 6, 2021.
- [14] Y. Hendra Pratama, A. Rosidi, and D. A. Nasiri, "Analisis Kebutuhan Sistem Informasi Dengan Pendekatan Value Chain (Studi Kasus: Smkn 5 Mataram)," *jurnal Saintekom*, vol. 10, no. 2, Sep. 2020, [Online]. Available: [www.smkn5mataram.sch.id](http://www.smkn5mataram.sch.id)
- [15] R. Chairunisa and F. Irawan, "Analisis Nilai Entitas Setelah Penerapan Financial Technology oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk," *Keberlanjutan : Jurnal Manajemen dan Jurnal Akuntansi*, vol. 5, no. 2, p. 105, Dec. 2020, doi: 10.32493/keberlanjutan.v5i2.y2020.p105-116.
- [16] F. M. Andani, A. H. Nasution, and D. S. Ardiantoro, "Analisis Critical Success Factors Implementasi Program B20 untuk Pengembangan Berkelanjutan Industri Bahan Bakar Nabati," *Jurnal Sains dan Seni ITS*, vol. 8, no. 2, 2019.

- [17] I. B. A. B. Paramartha, G. R. Dantes, and I. M. Candiasa, "PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI /TEKNOLOGI INFORMASI INNA GRAND BALI BEACH," *Jurnal Ilmu Komputer Indonesia (JIKI)*, vol. 3, no. 2, Aug. 2018.