



Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Pelanggan Di Industri Retail

Aditya Mulia Utama¹, Muhammad Fiqram Rajes Adiputra², Shaquille Aflah³, Tri Wicaksono⁴

Ilmu Komputer, Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

Email: 1muliautamaaditya@gmail.com, 2rajesadi20@gmail.com, 3shaquilleaflah@gmail.com,
5triwicakk26@gmail.com

Abstrak– Penelitian ini menganalisis Sistem Informasi Manajemen (SIM) yang berperan dalam industri retail, yang memungkinkan perusahaan untuk mengelola informasi bisnis secara efisien guna meningkatkan layanan pelanggan. Implementasi SIM dapat mengintegrasikan berbagai fungsi bisnis seperti penjualan, pemasaran, keuangan, dan operasional, yang meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Sistem Informasi Manajemen, Industri Retail, Efisiensi Operasional, Layanan Pelanggan, Integrasi Fungsi Bisnis, Penjualan, Pemasaran, Keuangan, Operasional.

Abstract– This research analyzes the role of Management Information Systems (MIS) in the retail industry, which enables companies to manage business information efficiently to enhance customer service. The implementation of MIS can integrate various business functions such as sales, marketing, finance, and operations, thereby improving efficiency and customer satisfaction.

Kata Kunci: Management Information Systems, Retail Industry, Operational Efficiency, Customer Service, Business Function Integratiion, Sales, Marketing, Finance, Operations.

1. PENDAHULUAN

Sektor ritel merupakan bagian dari ekonomi yang sangat aktif dan kompetitif. Agar dapat bertahan dan berkembang, perusahaan ritel harus mampu memenuhi serta melampaui ekspektasi pelanggan. SIM memungkinkan perusahaan untuk mengelola informasi terkait operasional bisnis sehari-hari secara efisien, sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan. Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang semakin berkembang pesat, industri retail menghadapi tantangan yang semakin kompleks dan dinamis. Perubahan pola belanja konsumen, persaingan yang ketat, serta perkembangan teknologi informasi memaksa perusahaan retail untuk terus berinovasi agar dapat bertahan dan berkembang. Salah satu inovasi yang memiliki peran krusial adalah penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM) dalam operasional sehari-hari.

Sistem Informasi Manajemen adalah kombinasi dari teknologi informasi dan aktivitas manusia yang mendukung operasional, manajemen, dan pengambilan keputusan dalam suatu organisasi. Di industri retail, SIM berfungsi untuk mengelola informasi yang relevan dan tepat waktu mengenai berbagai aspek bisnis seperti inventaris, penjualan, pelanggan, dan pemasaran. Dengan adanya SIM, perusahaan retail dapat memperoleh data yang akurat dan real-time, sehingga dapat mengambil keputusan yang lebih baik dan cepat.

Pengaruh SIM terhadap pelanggan di industri retail sangat signifikan. Pertama, SIM membantu dalam memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan melalui analisis data transaksi dan umpan balik pelanggan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menawarkan produk dan layanan yang lebih relevan dan sesuai dengan keinginan pelanggan. Kedua, SIM meningkatkan efisiensi operasional dengan mengotomatisasi proses-proses seperti manajemen inventaris, yang pada akhirnya dapat mengurangi biaya operasional dan harga produk bagi pelanggan. Ketiga, SIM mendukung pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif melalui segmentasi pasar dan personalisasi penawaran, yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Namun, implementasi SIM tidak selalu berjalan mulus. Tantangan seperti biaya investasi yang tinggi, resistensi terhadap perubahan, serta kebutuhan akan pelatihan dan penyesuaian organisasi sering kali menjadi hambatan dalam penerapan SIM. Oleh karena itu, perusahaan retail perlu melakukan perencanaan yang matang dan strategi implementasi yang efektif agar dapat memaksimalkan manfaat dari SIM.

Secara keseluruhan, SIM memiliki potensi besar untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di industri retail. Dengan memanfaatkan teknologi informasi secara optimal, perusahaan retail dapat lebih responsif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis di tengah persaingan yang semakin ketat.

2. METODE

Metode kualitatif deskriptif dan bibliografi atau penelitian kepustakaan dalam penelitian ini diperoleh dari aplikasi online seperti Google Scholar, Mendeley, dan sumber ilmiah pendukung lain. Dalam penelitian kualitatif, tinjauan pustaka dipergunakan secara induktif agar tidak mengarahkan pertanyaan yang peneliti ajukan. Penelitian kualitatif dipilih karena sifatnya yang eksploratif.

Tabel 1. Hasil Penelitian yang Sesuai

No.	Author (Tahun)	Riset Sebelumnya	Persamaan	Perbedaan
1.	(Aisyah S, Fajrul Falah M, 2024)	PERANAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DALAM PENGGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP PELAYANAN KONSUMEN PT. MITRA ADIPERKASA TBK (ZARA INDONESIA)	Keduanya meneliti pengaruh sistem informasi manajemen terhadap pelanggan	Artikel terdahulu spesifik pada e-commerce, artikel ini pada retail secara umum
2.	(Nabilah, Sarah)	PENGARUH PENGGUNAAN TEKNOLOGI BIG DATA DALAM BISNIS RETAIL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN	Keduanya membahas teknologi dalam bisnis retail dan dampaknya pada konsumen	Artikel terdahulu fokus pada big data dan keputusan konsumen, artikel ini pada sistem informasi manajemen dan pelanggan secara umum
3.	(Darono, Hanafi Eko)	PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM DAN TEKNOLOGI INFORMASI PADA INDUSTRI RETAIL DENGAN PENDEKATAN CASSIDY	Keduanya membahas sistem informasi dalam industri retail	Artikel terdahulu membahas perencanaan strategis dengan pendekatan khusus, artikel ini pada pengaruh sistem informasi manajemen terhadap pelanggan
4.	(Bintoro F, Abdurachman A)	PENGARUH SISTEM INFORMASI MANAJEMEN, PELAYANAN, DAN KEPEMIMPINAN TERHADAP INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT DI KOTA TANGERANG	Keduanya meneliti pengaruh sistem informasi manajemen	Artikel terdahulu mencakup pelayanan dan kepemimpinan, artikel ini fokus pada pelanggan di industri retail

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Peran Sistem Informasi Manajemen Dalam Penggunaan E-Commerce terhadap Pelayanan Konsumen Pt. Mitra Adiperkasa Tbk (Zara Indonesia)

Sebagai contoh dalam industri fashion retail, PT Mitra Adiperkasa Tbk (ZARA Indonesia) telah mengambil upaya strategis dengan mengadopsi e-commerce. Kemampuan untuk menyajikan produk dengan efisiensi tinggi, bersaing di pasar internasional, dan memaksimalkan aksesibilitas produk semuanya bergantung pada e-commerce. Sistem informasi manajemen (SIM) memainkan peran krusial dalam memfasilitasi kelancaran operasi e-commerce dengan membantu bisnis dalam mengelola rantai pasokan, memahami perilaku konsumen, dan merespons perubahan pasar. Temuan studi ini memperlihatkan bila layanan pelanggan PT Mitra Adiperkasa Tbk (ZARA Indonesia) sangat dipengaruhi oleh SIM sehingga memungkinkan mereka mengelola informasi dengan lebih baik, memaksimalkan kepuasan pelanggan, dan memaksimalkan pengalaman pembelian bagi pelanggan (Ekonomi et al., 2024).



3.2 Pengaruh Penggunaan Teknologi Big Data dalam Bisnis Retail Terhadap Keputusan Konsumen

Big Data memungkinkan pengumpulan dan analisis data dalam skala besar, membantu perusahaan dalam merancang keputusan bisnis secara cepat dan tepat. Dengan data yang dikumpulkan dari berbagai sumber, perusahaan dapat memperoleh wawasan mendalam mengenai perilaku dan preferensi konsumen. Teknologi seperti Hadoop memudahkan penyimpanan dan analisis data secara cepat, serta membantu mengidentifikasi pola dan tren yang penting. Hasil dari analisis ini dapat dimanfaatkan untuk mengelola persediaan, menetapkan harga, dan menyusun strategi pemasaran yang lebih akurat. Big Data juga memfasilitasi personalisasi pengalaman pelanggan, karena perusahaan dapat memahami preferensi individu dan memberikan rekomendasi produk yang sesuai. Hal ini meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas, dan retensi. Meski begitu, masalah keamanan data dan privasi tetap menjadi tantangan utama, sehingga pengelolaan data yang etis dan sesuai regulasi sangat penting. Secara keseluruhan, penerapan Big Data dalam bisnis retail bukan sekadar memaksimalkan efisiensi operasional dan pengambilan keputusan, tetapi juga memperkaya pengalaman pelanggan dan memperkuat daya saing perusahaan di pasar (Nabilah, n.d.).

3.3 Perencanaan Strategis Sistem dan Teknologi Informasi pada Industri Retail Menggunakan Pendekatan Cassidy

Jurnal ini membahas bagaimana perencanaan strategis untuk Sistem Informasi (SI) dan Teknologi Informasi (IT) dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional perusahaan ritel. Fokus utama adalah pada pentingnya strategi yang berpusat pada pelanggan untuk meningkatkan kepuasan mereka. Penerapan aplikasi baru dan integrasi sistem diharapkan membawa keuntungan dalam hal profitabilitas, produktivitas, dan layanan pelanggan yang lebih baik. Melibatkan pihak ketiga dalam evaluasi dan perbaikan infrastruktur IT juga disarankan untuk memastikan infrastruktur yang optimal. Perencanaan anggaran dan waktu implementasi yang baik dianggap krusial untuk keberhasilan strategi SI/IT. Kesimpulannya, strategi SI/IT yang efektif dapat diterapkan oleh perusahaan ritel lainnya di Indonesia untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing mereka (Darono, n.d.).

3.4 Sistem Informasi Manajemen, Pelayanan, dan Kepemimpinan Memengaruhi Indeks Kepuasan Masyarakat

Jurnal ini menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas sistem informasi manajemen, kinerja pelayanan, dan kepemimpinan secara signifikan memengaruhi kepuasan masyarakat dalam pelayanan publik di Kota Tangerang, khususnya dalam penerbitan Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP). Implementasi sistem informasi manajemen yang baik terbukti mampu mempercepat proses pelayanan, meningkatkan akurasi data, dan mengurangi biaya koordinasi, yang secara keseluruhan meningkatkan kepuasan pengguna layanan. Selain itu, kinerja pelayanan yang efektif meliputi aspek kemudahan, kecepatan, ketepatan, dan keadilan, sangat mempengaruhi persepsi positif masyarakat terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Kepemimpinan yang baik dalam organisasi pelayanan publik juga berperan penting dalam memastikan tugas-tugas dilaksanakan dengan jelas dan efisien serta penggunaan otoritas dengan bijak, yang pada akhirnya berkontribusi positif terhadap kepuasan masyarakat. Penelitian ini menegaskan bahwa perbaikan dalam ketiga aspek ini dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan masyarakat terhadap pelayanan publik di Kota Tangerang (Bintoro & Abdurachman, n.d.).

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyoroti peran penting Sistem Informasi Manajemen (SIM) dalam industri ritel, terutama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. SIM terdiri dari berbagai teknologi dan aplikasi yang digunakan untuk mengelola informasi dalam organisasi, menunjang dalam mengambil keputusan, koordinasi, kontrol, analisis, dan visualisasi informasi. Dalam konteks industri ritel yang sangat kompetitif, implementasi SIM yang efektif terbukti mampu memberikan berbagai manfaat yang signifikan.

Salah satu manfaat utama dari penerapan SIM adalah peningkatan kecepatan layanan. Dengan adanya SIM, proses pelayanan kepada pelanggan menjadi lebih cepat dan efisien. Hal ini memungkinkan perusahaan ritel untuk merespons permintaan pelanggan dengan lebih cepat dan tepat waktu, yang pada akhirnya memaksimalkan kepuasan konsumen.

Secara menyeluruh, penerapan SIM yang baik dalam industri retail dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan konsumen melalui peningkatan efisiensi operasional, akurasi informasi, dan personalisasi layanan. Ini menekankan pentingnya integrasi teknologi informasi dalam strategi bisnis retail untuk tetap berdaya saing dan memenuhi harapan pelanggan yang terus berkembang.



REFERENCES

- Bintoro, F., & Abdurachman, A.; E. (n.d.). *PENGARUH SISTEM INFORMASI MANAJEMEN, PELAYANAN, DAN KEPEMIMPINAN TERHADAP INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT DI KOTA TANGERANG*.
- Darono, H. E. (n.d.). *PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM DAN TEKNOLOGI INFORMASI PADA INDUSTRI RETAIL DENGAN PENDEKATAN CASSIDY*. <http://www.bsi.ac.id>
- Ekonomi, J., dan Akuntansi, M., Aisyah, S., & Fajrul Falah, M. (2024). *PERANAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DALAM PENGGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP PELAYANAN KONSUMEN PT. MITRA ADIPERKASA TBK (ZARA INDONESIA)* (Vol. 466, Issue 1). <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>
- Nabilah, S. (n.d.). *Pengaruh Penggunaan Teknologi Big Data dalam Bisnis Retail Terhadap Keputusan Konsumen*.