

Digitalisasi Proses Bisnis Penjualan. Studi Kasus PT Limas Indra Group

Submission date: 09-Jun-2021 05:10PM (UTC+0700)

Submission ID: 1603378957

File name: si_Proses_Bisnis_Penjualan._Studi_Kasus_PT_Limas_Indra_Group.pdf (692.9K)

Word count: 2715

Character count: 18307

Digitalisasi Proses Bisnis Penjualan. Studi Kasus PT Limas Indra Group

Abstraksi— Efek globalisasi digital sangat dirasakan oleh sektor UMKM. UMKM yang tidak segera beradaptasi dengan globalisasi digital maka secara perlahan tidak akan bertahan di industrinya karena akan kehilangan daya saingnya. Globalisasi digital dipengaruhi oleh banyak faktor, di antaranya: teknologi internet, teknologi informasi, infrastruktur telekomunikasi, dan lain-lain. Hal tersebut membuat perusahaan perdagangan perlu memfokuskan perhatian pada salah satunya strategi pemasaran digital. Strategi pemasaran digital sangat penting dalam membangun jaringan dan komunikasi dengan konsumen dan memperkenalkan sebuah produk atau jasa sebuah perusahaan untuk cakupan yang lebih luas dan cepat. Dengan kehadiran teknologi dan berbagai *tools* baru, kini bisnis dapat menjangkau konsumen dengan cara-cara baru seperti melalui *ecommerce*. Memiliki *ecommerce* merupakan hal yang penting bagi sebuah perusahaan perdagangan di era ini untuk memenuhi strategi pemasaran. Dengan *ecommerce*, jangkauan konsumen akan lebih luas dan cepat. Dari sisi konsumen pun dipermudah karena dapat berbelanja secara *online* dari mana pun tanpa harus mendatangi toko secara langsung. Dengan ini, perusahaan perdagangan dapat melaju lebih pesat dalam bisnisnya.

Kata Kunci—Sistem Informasi, Digitalisasi, Ecommerce, Prototype.

I. PENDAHULUAN

"Information Systems will continue to change businesses and the way we live"[1]. Arah peradaban kehidupan manusia di masa kini telah mengalami perubahan. Salah satu faktor perubahan peradaban kehidupan manusia yakni Teknologi Informasi. Teknologi Informasi adalah perkembangan sistem informasi dengan menggabungkan telekomunikasi dan teknologi komputer[2]. Teknologi Informasi membantu manusia dalam menyebarkan, mengomunikasikan, meyimpan, mengubah, dan membuat informasi dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Aspek kehidupan manusia salah satunya yang terbantu dengan Sitem Informasi adalah bisnis atau perdagangan.

Bisnis atau perdagangan mengalami transformasi drastis dalam segi sistemnya. Sistem bisnis yang masih menerapkan cara konvensional berubah menjadi digital atau dengan kata lain terjadi digitalisasi bisnis. Digitalisasi bisnis membawa banyak perubahan positif, di antaranya adalah: mengurangi penggunaan manusia, mendapatkan hasil yang lebih banyak, mempercepat efisiensi kerja serta mencakup secara global. Digitalisasi bisnis berkaitan erat dengan Sistem Informasi. Era Informasi Ekonomi seperti saat ini membuat sebuah informasi sendiri memiliki nilai yang nyata. "To be an effective manager in any area of business, you need to understand that information is one of an organization's most valuable resources"[1]. Suatu bisnis perdagangan agar bisa tetap kompetitif membutuhkan arus informasi yang stabil tentang: rekan bisnis, kompetitor, pelanggan, karyawan, pasar, dan pemasok. Sistem Informasi digunakan untuk mengumpulkan, menyimpan, mencerna, menganalisis, dan memahami semua informasi tersebut.

Limas Mall merupakan perusahaan ritel unit usaha PT Limas Indra Group yang bergerak di bidang perdagangan. Limas Mall menggunakan model bisnis *Business to Consumer (B2C)* yang menjual berbagai macam produk seperti: furnitur,

kendaraan, sembako, fesyen, properti, dan elektronik. Limas Mall juga menerapkan konsep syariat dalam bisnis mereka yakni sebagian dari hasil penjualan disedekahkan melalui Yayasan Limasan Siswa Bakti.

Saat ini, Limas Mall masih menggunakan sistem konvensional dalam menjalankan bisnisnya. Pelanggan datang ke toko fisik Limas Mall untuk berbelanja atau sekedar melakukan survei terhadap kebutuhan mereka dan melakukan pembayaran di kasa. Pelanggan yang membutuhkan bantuan dalam berbelanja bertanya langsung ke karyawan yang berjaga di toko. Dalam kasus berbelanja yang mengharuskan pelanggan untuk melihat langsung barang yang dibutuhkan di toko, tidak jadi masalah dalam keefisienan dan keefektifannya. Akan tetapi, untuk barang atau kebutuhan yang lebih simpel dan tidak membutuhkan survei atau melihat secara langsung di toko, menjadi masalah. Pelanggan yang seharusnya bisa berbelanja dengan tidak datang langsung ke toko atau berbelanja *online*, belum bisa diwujudkan. Ini menjadi kendala bagi sebagian pelanggan yang ingin berbelanja tetapi memiliki waktu yang terbatas atau pun berbagai halangan lainnya.

Codakarta hadir untuk membantu proses digitalisasi di Limas Mall. Codakarta adalah sebuah perusahaan digital rintisan yang menyediakan perangkat lunak berbasis *cloud*. Selain perangkat lunak, Codakarta juga membantu mengembangkan berbagai aspek kebutuhan digital klien seperti: *website*, *landing page*, katalog, *marketing kit*, dan permintaan kustomisasi klien lainnya. Codakarta membantu Limas Mall dalam mengembangkan katalog sekaligus *website* untuk profil perusahaan juga katalog tokonya. Proses bisnis Limas Mall yang masih konvensional untuk berbelanja langsung di toko dengan kasir, kemudian dikembangkan dengan menggunakan *call-center* untuk metode berbelanja *online*-nya.

Digitalisasi diterapkan di berbagai sektor terutama operasional dan pemasaran. UMKM sangat terbantu dalam menjangkau banyak konsumen dengan sistem pemasaran digital melalui *website* dan media sosial. Pelaku UMKM dapat mendapatkan lebih banyak konsumen dengan dana yang lebih sedikit. Pelaku UMKM juga dapat merasakan kemudahan dengan menerapkan sistem digital pada sistem operasional mereka. Segala hal bisa diatur oleh satu sistem yang tersentralisasi, sehingga, semua proses bisnis dapat lebih praktis, efisien, dan minim biaya[3].

Digitalisasi bisnis Limas Mall diharapkan dapat memberikan dukungan sistem informasi kepada manajemen perusahaan terutama di lini pemasaran/penjualan sehingga dapat mengekspansi bisnisnya lebih luas dan mengoptimalkan keefisienan dan keefektifan proses bisnis.

II. LANDASAN TEORI

A. Pengertian Sistem Informasi

Berikut pengertian sistem informasi dari berbagai macam sumber:

- 1) Sistem informasi merupakan kombinasi antara teknologi informasi, informasi kerja, dan prosedur

5 orang yang diorganisasikan untuk mencapai tujuan-tujuan dalam sebuah organisasi[4].

- 2) Sistem informasi merupakan seperangkat *hardware* dan *software* yang dirancang untuk mentransformasikan sekumpulan data ke dalam bentuk informasi yang dapat digunakan[5].
- 3) Sistem informasi merupakan sistem buatan manusia yang terdiri atas seperangkat komponen berbasis manual dan komputer yang dirancang untuk menyimpan, mengelola, dan menghimpun data serta menyediakan *output* informasi untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan[6].
- 4) Sistem informasi merupakan *framework* yang mengkoordinasikan SDM dan komputer untuk mengubah input menjadi *output* informasi, untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan[7].
- 5) Sistem informasi adalah rangkaian prosedur formal di mana data didistribusikan, diproses menjadi informasi, dan dikelompokkan kepada *user*[8].
- 6) Sebuah sistem informasi menyebarkan informasi, menganalisis, menyimpan, memproses, dan mengumpulkan untuk tujuan yang spesifik [9].

B. Pengertian Digitalisasi

Digitalisasi merupakan salah satu tren utama yang mengubah dunia masyarakat dan bisnis dalam jangka pendek maupun panjang di masa depan[10]. Digitalisasi merupakan perubahan dasar dari sekedar digitalisasi proses yang ada atau produk kerja. Istilah digitalisasi mengacu pada "Tindakan atau proses digitalisasi; konversi data analog (terutama yang nantinya akan menggunakan gambar, video, dan teks) ke dalam bentuk digital." Menurut literatur, digitalisasi atau transformasi digital, mengacu pada "Perubahan yang terkait dengan penerapan teknologi digital di semua aspek masyarakat"[11]. Digitalisasi juga dikenal sebagai "Kemampuan untuk mengubah produk atau layanan yang ada menjadi varian digital, dan dengan demikian menawarkan keunggulan dibandingkan produk yang berwujud"[12]. Menurut Brennen dan Kreiss, digitalisasi mengacu pada "Adopsi atau peningkatan penggunaan teknologi digital atau komputer oleh organisasi, industri, negara, dll"[13].

C. Dampak Digitalisasi

Digitalisasi mempengaruhi lingkungan bisnis dan cara kerja perusahaan. Mengabaikan digitalisasi dapat menimbulkan risiko kehilangan permainan di pasar yang sangat kompetitif. Digitalisasi dapat berdampak pada seluruh lingkungan operasi dan fungsi internal perusahaan. Digitalisasi juga dapat membawa peluang bisnis baru, mengubah peran operator dalam *value chain*, dan mengakhiri bisnis yang ada. Misalnya, digitalisasi mungkin dapat menghapus perantara tradisional dalam rantai pasokan dan menimbulkan perantara baru. Ini bisa disebabkan, misalnya, akses langsung ke konsumen dan peningkatan penggunaan perangkat seluler.

Dengan demikian, dampak digitalisasi, dan tujuan digitalisasi bagi suatu organisasi, dapat diidentifikasi dari tiga sudut pandang yang berbeda:

- 1) *Internal Efficiency*; sebagai contoh: cara kerja yang lebih baik melalui sarana digital dan perencanaan ulang proses internal;

- 2) *External Opportunities*; sebagai contoh: peluang bisnis baru di domain bisnis yang ada (layanan baru, pelanggan baru, dll.);
- 3) *Disruptive Change*; digitalisasi menyebabkan perubahan peran bisnis secara total.

Manfaat potensial digitalisasi untuk *Internal Efficiency* mencakup peningkatan efisiensi proses bisnis, kualitas, dan konsistensi dengan menghilangkan kebiasaan manual sehingga mendapatkan akurasi yang lebih baik. Digitalisasi juga dapat memungkinkan *real time view* yang lebih baik tentang operasional dan hasil, dengan mengintegrasikan data terstruktur dan tidak terstruktur, memberikan pandangan yang lebih baik tentang data organisasi, dan mengintegrasikan data dari sumber lain. Selain itu, digitalisasi dapat mengarah pada kepuasan kerja karyawan yang lebih baik melalui otomatisasi pekerjaan rutin, sehingga meluangkan waktu untuk mengembangkan keterampilan baru. Digitalisasi juga meningkatkan kepatuhan anggota organisasi melalui standarisasi catatan dan meningkatkan pemulihan melalui pencadangan dan distribusi penyimpanan yang lebih mudah.

External Opportunities mencakup peningkatan waktu respons dan layanan klien, serta kemungkinan cara baru untuk menjalankan bisnis. Teknologi digital baru dapat menciptakan peluang untuk layanan baru atau penawaran lanjutan kepada pelanggan.

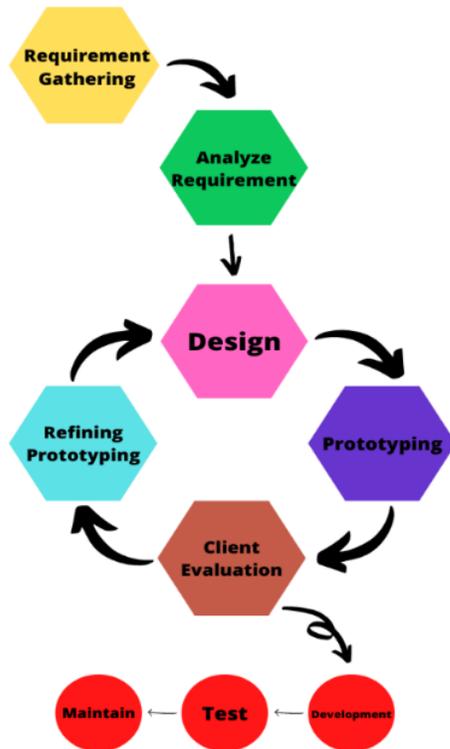
Disruptive Change meliputi perubahan lingkungan operasi perusahaan yang disebabkan oleh digitalisasi; sebagai contoh, bisnis perusahaan saat ini mungkin menjadi usang dalam situasi yang berubah (contoh, pemindaian faktur secara manual diganti dengan faktur elektronik). Di sisi lain, digitalisasi dapat menciptakan bisnis yang benar-benar baru, seperti adanya *invoice* elektronik[10].

Berdasarkan definisi yang diperkenalkan sebelumnya, transformasi digital diartikan sebagai perubahan cara kerja, peran, dan penawaran bisnis yang disebabkan oleh adopsi teknologi digital dalam suatu organisasi, atau dalam lingkungan operasi organisasi. Ini mengacu pada perubahan di beberapa tingkatan, seperti berikut ini:

- 1) *Process Level*
Adopting new digital tools and streamlining processes by reducing manual steps.
- 2) *Organization Level*
Offering new services and discarding obsolete practices and offering existing services in new ways.
- 3) *Business Domain Level*
Changing roles and value chains in ecosystems.
- 4) *Society Level*
Changing society structures (e.g., type of work, means of influencing decision making)[10].

III. METODOLOGI

Dalam pengembangan website sebagai wadah *ecommerce* untuk Limas Mall, terdapat sembilan tahap pengembangan, yaitu: *Requirement Gathering, Analyze Requirement, Design, Prototyping, Client Evaluation, Development, Test, dan Maintenance*. Berikut gambaran tahap-tahap pengembangannya pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahap-Tahap Pengembangan Sistem

Berdasarkan pengembangan penelitian yang sedang berjalan, makalah ini hanya akan membahas proses yang telah dilakukan hingga tahapan *prototyping* dengan *output* berupa *prototype* sistem. Berikut ini merupakan penjelasan dari metode pengembangan sistem yang digunakan:

A. Requirement Gathering

Pengumpulan Data merupakan tahap pertama dalam pengembangan sistem penjualan digital Limas Mall. Pada tahap ini, penulis mengumpulkan data melalui wawancara dan bertemu dengan pihak Limas Mall secara intens sebagai bahan untuk menganalisis kebutuhan sistem penjualan digital sehingga dapat dihasilkan kebutuhan spesifik sistem yang akan dikembangkan. Dengan kebutuhan spesifik sistem, dapat diketahui hal-hal yang akan dikembangkan yang kemudian akan dilakukan oleh sistem saat diimplementasikan. Sehingga, tidak ada pengembangan-pengembangan yang sia-sia pada sistem tersebut.

B. Analyze Requirement

Analisis Kebutuhan merupakan tahap kedua pengembangan sistem penjualan digital Limas Mall. Pada tahap ini, dilakukan analisis data-data yang telah dikumpulkan pada tahap pertama sehingga dapat dihasilkan kebutuhan spesifik sistem yang akan dikembangkan. Terdapat kebutuhan fungsional sistem pada Tabel 1, sedangkan di Tabel 2 merupakan kebutuhan non-fungsional sistem berdasarkan hasil dari analisis.

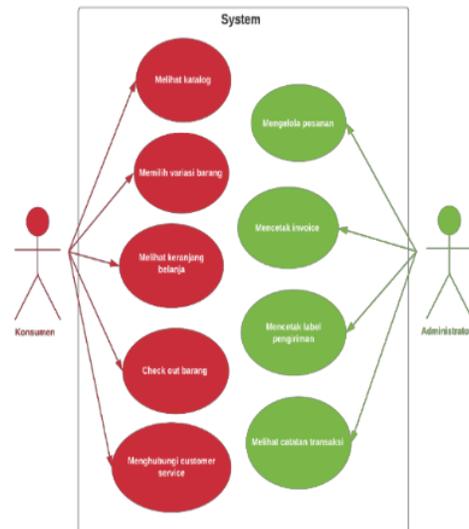
Tabel 1. Kebutuhan Fungsional Sistem

Kode	Deskripsi
KFS-01	Sistem dapat menampilkan katalog produk.
KFS-02	Sistem memiliki fitur untuk memilih variasi produk.
KFS-03	Sistem memiliki fitur keranjang belanja.
KFS-04	Sistem memiliki fitur untuk <i>checkout</i> barang.
KFS-05	Sistem memiliki fitur untuk menghubungi <i>customer service</i> .
KFS-06	Sistem memiliki fitur untuk mengelola pesanan.
KFS-07	Sistem memiliki fitur untuk mencetak <i>invoice</i> .
KFS-08	Sistem memiliki fitur untuk mencetak label pengiriman.
KFS-09	Sistem memiliki fitur untuk melihat catatan transaksi.

Tabel 2. Kebutuhan Non-Fungsional Sistem

Kode	Deskripsi
KNS-01	Sistem informasi berbasis website.
KNS-01	Sistem memiliki tampilan responsif sehingga dapat digunakan di berbagai perangkat.
KNS-01	Sistem memiliki tampilan yang <i>user-friendly</i> sehingga mudah digunakan.

Dari hasil analisis kebutuhan yang telah didapatkan, maka dapat diketahui gambaran umum sistem sebagai berikut:

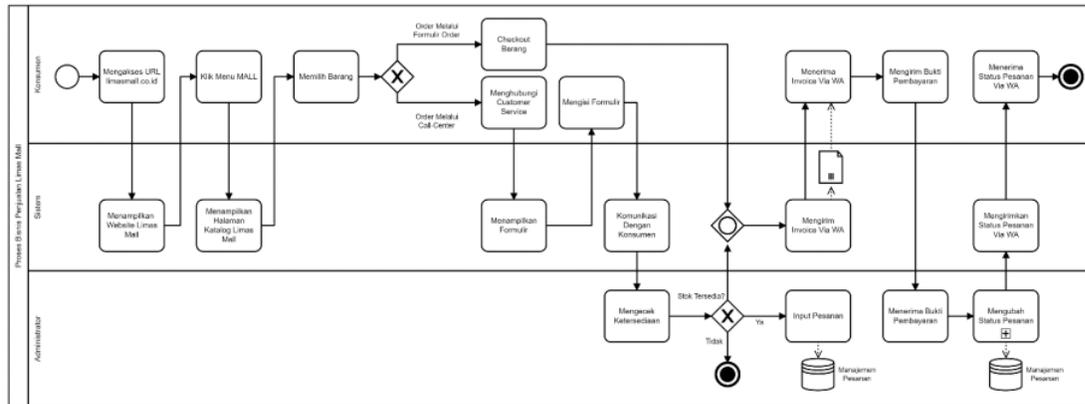


Gambar 2. Usecase Diagram

C. Design

Desain merupakan tahap ketiga dalam pengembangan sistem penjualan digital Limas Mall. Pada tahap ini perancangan sistem mulai dilakukan berdasarkan hasil analisis kebutuhan sistem. Perancangan menggunakan metode *Business Process Model and Notation* (BPMN).

BPMN biasa digunakan sebagai alat untuk menjelaskan proses bisnis dan mendeskripsikan secara teknis bagaimana proses bisnis tersebut dieksekusi. Gambar 3 merupakan gambaran rancangan BPMN.



Gambar 3. *Business Process Model Notation* (BPMN) Proses Bisnis Penjualan Limas Mall

D. Prototyping

Membuat Prototipe atau *Prototyping* merupakan tahap keempat dalam pengembangan sistem penjualan digital Limas Mall. Pada tahap ini, prototipe mulai dikerjakan berdasarkan hasil dari tahap sebelumnya. Secara umum, prototipe memiliki dua jenis yaitu *low fidelity* dan *high fidelity*. Prototipe jenis *Low Fidelity* menerapkan penyederhanaan dari kenyataan yang dibayangkan. Prototipe jenis *High Fidelity* memiliki fungsi yang lengkap dengan memodelkan penggunaan sistem mencapai representasi sesuai dengan kenyataan [14].

E. Client Evaluation

Evaluasi Klien merupakan tahap kelima dalam pengembangan sistem penjualan digital Limas Mall. Pada tahap ini, dilakukan pengujian oleh klien terhadap prototipe yang telah dikembangkan. Selanjutnya, klien akan memberikan *feedback* pada sistem untuk mengetahui apakah prototipe sudah sesuai dan memenuhi kebutuhan. Jika *prototype* belum sesuai dengan kebutuhan, akan masuk ke tahap *Refining Requirement* dan melakukan *loop* ke tahap awal. Sedangkan jika *prototype* sudah sesuai, maka akan masuk ke tahap *Development*.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari implementasi sistem informasi proses bisnis penjualan Limas Mall menggunakan metode *Prototyping* sebagai berikut:

A. Loop

Pengembangan sistem informasi proses bisnis penjualan digital Limas Mall mengalami *looping* sebanyak tiga kali, setiap *loop* menghasilkan *feedback* untuk kebutuhan sistem yang akan dikembangkan. Penjelasan dari setiap *loop* yang dilakukan sebagai berikut:

1) Loop Pertama

Loop pertama menghasilkan cetak biru sistem secara umum. Garis besar sistem berbasis web dan dapat melakukan transaksi antara konsumen kepada Limas Mall selaku perusahaan ritel.

2) Loop Kedua

Pada *loop* kedua menghasilkan kebutuhan sistem sebagai berikut:

- Sistem: berbasis web dan memiliki katalog produk untuk konsumen. Portal Sistem Manajemen Pesanan untuk administrator.
- Konsumen: dapat memilih produk dan variasi dari produk terkait dari katalog.
- Administrator: dapat mengelola pesanan di portal Sistem Manajemen Pesanan.

3) Loop Ketiga

Pada *loop* ketiga menghasilkan kebutuhan sistem sebagai berikut:

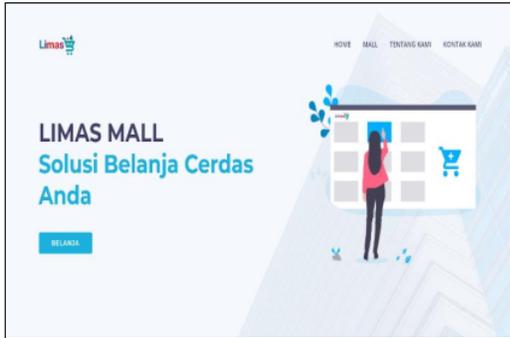
- Konsumen: Fitur keranjang belanja untuk mengecek produk yang sudah masuk daftar yang akan dibeli, fitur *checkout* untuk melanjutkan transaksi ke pembayaran, dan fitur menghubungkan *customer service* untuk pesan lewat CS atau pun pengaduan kendala.
- Administrator: Fitur mencetak *invoice* pembelian, fitur mencetak label pengiriman, dan melihat semua catatan transaksi.

B. Prototype

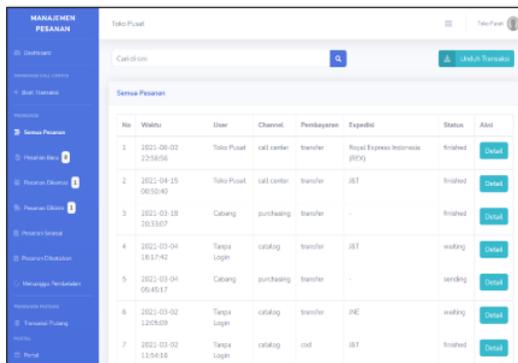
Prototype dibuat berdasarkan kebutuhan fungsional sistem. Berdasarkan *looping* yang dilakukan, didapatkan kebutuhan fungsional sistem.

Sistem proses bisnis penjualan Limas Mall terdiri dari situs katalog bagi konsumen dan portal Sistem Manajemen

Pesanan bagi administrator. Gambar 4 dan Gambar 5 merupakan gambaran situs katalog dan portal Sistem Manajemen Pesanan.



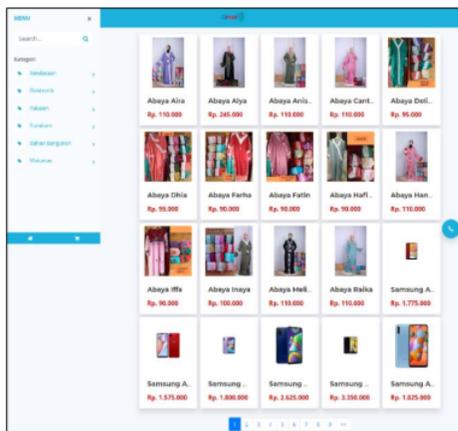
Gambar 4. Homepage Limas Mall



Gambar 5. Manajemen pesanan

1) Katalog Produk

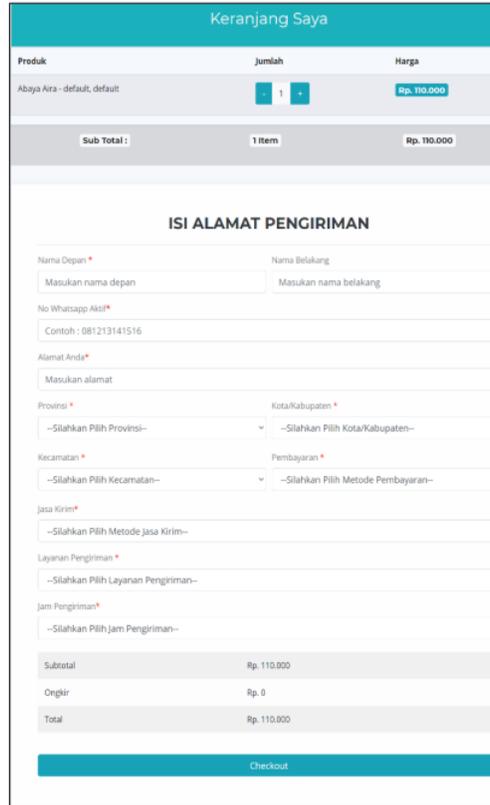
Halaman katalog produk terdapat produk-produk yang dijual di Limas Mall. Di sebelah kiri terdapat menu untuk memilih kategori produk yang dicari. Gambar 6 adalah gambaran *prototype* pada halaman katalog produk.



Gambar 6. Halaman Katalog Produk

2) Keranjang Belanja dan Checkout

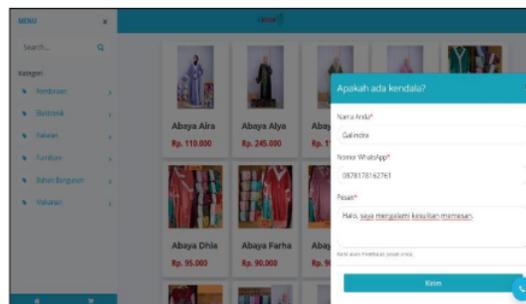
Keranjang Belanja berfungsi untuk menyimpan produk yang dipilih tanpa harus mengambilnya kembali sebelum membeli. Kemudian *checkout* untuk formulir pengiriman produk dan melanjutkan transaksi. Gambar 7 adalah gambaran *prototype* keranjang belanja dan *checkout*.



Gambar 7. Keranjang Belanja dan Checkout

3) Customer Service

Layanan *Customer Service* untuk konsumen yang mengalami kendala atau kesulitan dalam berbelanja *online* dan bagi konsumen yang ingin memesan langsung melalui *customer service*. Gambar 8 adalah gambaran *prototype* untuk *Customer Service*.



Gambar 8. Customer Service

4) Manajemen Pesanan

Modul Manajemen Pesanan berfungsi untuk mengelola dan memproses pesanan dari katalog maupun dari *customer service* serta melihat semua catatan transaksi. Gambar 9 adalah gambaran *prototype* Sistem Manajemen Pesanan.

No	Waktu	User	Channel	Pembayaran	Expedisi	Status	Aksi
1	2021-06-02 22:56:56	Toko Pusat	call center	transfer	Royal Express Indonesia (REI)	finished	Detail
2	2021-04-15 00:50:40	Toko Pusat	call center	transfer	JST	finished	Detail
3	2021-03-18 20:33:07	Cabang	purchaseing	transfer	-	finished	Detail
4	2021-03-04 18:17:42	Tangga Login	katalog	transfer	JST	waiting	Detail
5	2021-03-04 09:40:17	Cabang	purchaseing	transfer	-	sending	Detail
6	2021-03-02 12:05:09	Tangga Login	katalog	transfer	JST	waiting	Detail
7	2021-03-02 12:54:36	Tangga Login	katalog	cod	JST	finished	Detail

Gambar 9. Manajemen Pesanan

V. KESIMPULAN

Prototype proses bisnis penjualan *online* dan Sistem Informasi Manajemen Pesanan Limas Mall berhasil dikembangkan dengan menggunakan enam tahap pertama metode *prototyping*, yaitu: *Requirement Gathering, Analyze Requirement, Design, Prototyping, Client Evaluation, dan Refining Requirement*. Berdasarkan hasil diskusi yang dilakukan oleh peneliti dan pihak Limas Mall, dapat disimpulkan bahwa *prototype* yang dikembangkan telah sesuai dengan kebutuhan Limas Mall. Pengembangan dan pengujian lebih lanjut perihal implementasi sistem akan dilakukan setelah *prototype* dikembangkan menjadi versi kerja sistem yang dapat digunakan oleh Limas Mall secara penuh.

DAFTAR PUSTAKA

[1] R. Stair and G. Reynolds, *Principles of information systems*. Cengage Learning, 2020.

[2] R. Baharudin, "Keefektifan media belajar berbasis

teknologi informasi dan komunikasi," *J. Tadris Stain Pamekasan*, vol. 5, no. 1, pp. 111–127, 2013.

- [3] D. Sunarsi, "Implikasi Digitalisasi Umkm," *Digit. UMKM*, vol. 57, 2020.
- [4] S. Alter, *Information Systems: A Management Perspective*. Addison-Wesley Publishing Company, 1992.
- [5] G. H. Bodnar and W. S. Hopwood, *Accounting Information Systems*. Prentice Hall, 1995.
- [6] U. J. Gelinis, A. E. Oram, and W. P. Wiggins, *Accounting Information Systems*. PWS-Kent Publishing Company, 1990.
- [7] R. A. Wilkinson, *The first census optical character recognition system conference*, vol. 4912. US Department of Commerce, National Institute of Standards and Technology, 1992.
- [8] J. Hall, T. Kim, and M. Darter, "Cost/Benefit Analysis of Enterprise-Wide Geographic Information System Implementation: Case of the Illinois Department of Transportation," *AMCIS 2001 Proc.*, p. 304, 2001.
- [9] E. Turban, E. McLean, and J. Wetherbe, *Information technology for management making connections for strategic advantage*. John Wiley & Sons, Inc., 1998.
- [10] P. Parviainen, M. Tihinen, J. Kääriäinen, and S. Teppola, "Tackling the digitalization challenge: how to benefit from digitalization in practice," *Int. J. Inf. Syst. Proj. Manag.*, vol. 5, no. 1, pp. 63–77, 2017.
- [11] E. Stolterman and A. C. Fors, "Information technology and the good life," in *Information systems research*, Springer, 2004, pp. 687–692.
- [12] O. Gassmann, K. Frankenberger, and M. Csik, *The business model navigator: 55 models that will revolutionise your business*. Pearson UK, 2014.
- [13] S. Brennen and D. Kreiss, "Digitalization and digitization," *Cult. Digit.*, vol. 8, 2014.
- [14] I. Horvath, "Theoretical framework for comprehensive abstract prototyping methodology," 2011.

Digitalisasi Proses Bisnis Penjualan. Studi Kasus PT Limas Indra Group

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	his.diva-portal.org Internet Source	2%
2	scholarspace.manoa.hawaii.edu Internet Source	2%
3	1lib.us Internet Source	1%
4	repository.ung.ac.id Internet Source	1%
5	handokosetyawan212.wordpress.com Internet Source	1%
6	www.hindawi.com Internet Source	1%
7	aisel.aisnet.org Internet Source	1%
8	bai2006.atisr.org Internet Source	1%
9	journal.uii.ac.id Internet Source	1%

10	eprints.ums.ac.id Internet Source	1 %
11	McLachlan, J.E.. "Business information systems: Analysis, design & practice", The British Accounting Review, 199103 Publication	1 %
12	kartadwi.blogspot.com Internet Source	1 %
13	Mazin Al Hadidi, Rami Salim Rzouq. "Hand Written Digits Recognition Using Digital Learning Networks", IERI Procedia, 2012 Publication	<1 %
14	repository.unpar.ac.id Internet Source	<1 %
15	rocketmanajemen.com Internet Source	<1 %
16	syamsulkhoirul.wordpress.com Internet Source	<1 %
17	www.law.monash.edu.au Internet Source	<1 %
18	www.scu.eun.eg Internet Source	<1 %
19	download.atlantis-press.com Internet Source	<1 %

medium.com

20

Internet Source

<1 %

21

www.coursehero.com

Internet Source

<1 %

22

repository.uin-suska.ac.id

Internet Source

<1 %

23

docplayer.info

Internet Source

<1 %

24

ejurnal.teknokrat.ac.id

Internet Source

<1 %

25

pt.scribd.com

Internet Source

<1 %

26

123dok.com

Internet Source

<1 %

27

amenakao.blogspot.com

Internet Source

<1 %

28

journal.unj.ac.id

Internet Source

<1 %

29

repository.upi.edu

Internet Source

<1 %

30

www.fi.z-pdf.ru

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On