

Efektivitas Penggunaan Sistem *Omnichannel* Dalam Pengelolaan Penjualan Digital Pada *Beauty Mall Official*

Silvi Anitasari¹, Wulan Dri Puspita², Lailatul Hikmah³

^{1,2} D3 Akuntansi Universitas Merdeka Malang, Malang, Indonesia

³ S1 Manajemen Akuntansi Universitas Merdeka Malang, Malang, Indonesia

wulan.puspita@unmer.ac.id

Received 20 Juni 2026 | Revised 27 Juni 2026 | Published 30 Juni 2026

* *Corresponden Author*

Abstrak

Riset ini dirancang untuk menelaah efektivitas penerapan sistem *omnichannel* menggunakan aplikasi bigseller untuk penjualan digital. Metode kualitatif digunakan dalam penelitian melalui studi kasus pada penjualan milik Beauty Mall Official (BMO). Data yang digunakan berupa data primer yang bersumber dari hasil wawancara serta data sekunder yang berupa dokumentasi visual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas penggunaan aplikasi Bigseller tercermin dari beberapa indikator, yaitu keamanan data yang terjaga, kecepatan proses yang memadai, tingkat ketelitian aplikasi dalam menghasilkan informasi yang akurat, serta ketersediaan beragam laporan yang mendukung kebutuhan informasi bagi pengguna. Selain itu, akurasi data dan kualitas informasi yang dihasilkan berperan penting dalam mendukung proses pengambilan keputusan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa BMO mampu mengoptimalkan pengelolaan penjualan, meningkatkan efisiensi operasional, serta mengurangi risiko kesalahan melalui pemanfaatan aplikasi Bigseller sebagai bagian dari sistem *omnichannel* yang terintegrasi.

Kata Kunci: Aplikasi; Bigseller; Efektivitas; *Omnichannel*; Penjualan

Abstract

This research examines the effectiveness of an omnichannel system using Bigseller application in managing digital sales. A qualitative case study methodology was utilized to examine sales management at Beauty Mall Official (BMO). Primary data was collected through an interview with the owner of BMO, while secondary data was obtained via screen captures of the Bigseller application. The research identified several key indicators that highlight the effectiveness of the Bigseller application, including guaranteed data security, fast performance, accurate information, and a wide range of reports that offer comprehensive insights. Furthermore, the application's data accuracy and high-quality information support more informed and strategic decision making. By leveraging Bigseller, BMO can enhance its sales management, improve operational efficiency, and reduce the risk of errors enabling a more agile and responsive approach to evolving market demands.

Keywords: Application; Bigseller; Effectiveness; *Omnichannel*; Sales

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dapat melibatkan konsep ekonomi digital dalam penggunaan teknologi untuk meningkatkan daya saing, efisiensi, dan akses pasar. Transformasi tersebut bukan hanya tentang internet, tetapi mencakup interaksi dengan pelanggan, integrasi data penjualan, dan fleksibilitas pembayaran (Razak, 2023). Percepatan

digitalisasi pada UMKM yang ada di Indonesia terus menunjukkan perkembangan yang signifikan. Kementerian Koperasi dan UKM mencatat sebanyak 25,5 juta UMKM telah terintegrasi dalam ekosistem digital hingga Juli 2024, dengan didorong oleh meningkatnya penggunaan e-katalog dan media sosial sebagai media pemasaran dan pengembangan usaha (Hasanuddin, 2024).

Perkembangan teknologi digital telah mendorong pelaku UMKM untuk memanfaatkan *marketplace* sebagai sarana pemasaran untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan. Melalui platform *marketplace*, proses transaksi dapat dikelola dengan lebih mudah karena data penjualan terdokumentasi secara otomatis dalam sistem. Namun, tingginya jumlah dan variasi transaksi yang terjadi memerlukan pengawasan agar informasi keuangan tetap akurat. Oleh karena itu, UMKM perlu didukung oleh sistem pengelolaan keuangan yang efektif guna mengelola aktivitas penjualan, mencatat pendapatan secara tepat, serta memantau pengeluaran secara berkelanjutan agar dapat mendukung pengambilan keputusan (Mustika et al., 2024).

Digitalisasi telah mengubah operasional bisnis ritel dan perilaku belanja konsumen, sehingga mendorong peralihan dari strategi *multichannel* ke *omnichannel* (Verhoef et al., 2015). *Omnichannel* merupakan strategi untuk mengintegrasikan berbagai saluran komunikasi dan penjualan dalam satu ekosistem sehingga dapat terhubung dan memberikan pengalaman kepada pelanggan secara konsisten (Thaichon et al., 2022). Strategi tersebut mengombinasikan antara keunggulan toko fisik dengan kemudahan dan kelengkapan informasi yang tersedia pada platform digital guna meningkatkan kualitas pengalaman berbelanja konsumen.

Topik penelitian mengenai *omnichannel* masih terbatas pada pengadopsian aplikasi yang bertujuan membantu pemasaran dan memberikan kemudahan kepada pelanggan, belum banyak yang menjelaskan mengenai penggunaan strategi tersebut dalam menghasilkan informasi keuangan dan mendukung proses pengambilan keputusan terutama pada sistem penjualan. Selain itu, metode penelitian yang dilakukan masih terbatas pada kuantitatif sehingga belum dapat menggambarkan secara nyata bagaimana penerapan strategi tersebut digunakan pada UMKM. Padahal pengalaman setiap UMKM dalam penggunaan *omnichannel* dapat berbeda satu sama lain tergantung dari kebutuhan dan kemampuan usaha tersebut.

Bigseller merupakan sebuah aplikasi yang dapat digunakan untuk mendukung implementasi strategi *omnichannel*. Aplikasi *Bigseller* mengintegrasikan berbagai aktivitas bisnis ke dalam satu sistem yang terpusat. Platform tersebut memungkinkan pelaku usaha mengelola penjualan dari berbagai *marketplace* secara lebih efektif. Selain itu, aplikasi *Bigseller* membantu UMKM dalam memantau informasi transaksi, persediaan, dan pesanan secara real-time. Integrasi sistem tersebut meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi risiko kesalahan pencatatan, dan mempercepat proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu, *Bigseller* berpotensi menjadi solusi digital yang mendukung pengelolaan bisnis UMKM secara lebih efektif dan terstruktur (Syahreza et al., 2023).

Beauty Mall Official (BMO) merupakan salah satu UMKM di Kota Malang yang bergerak di bidang perdagangan kosmetik dengan sistem pemasaran berbasis digital. Usaha tersebut berhasil mencatatkan omzet hingga Rp 4 miliar pada tahun 2024. BMO memiliki peluang pengembangan usaha yang cukup besar karena memasarkan produknya melalui berbagai platform digital. Sebelum mengadopsi aplikasi *Bigseller*, BMO mengelola stok persediaan secara manual pada setiap *marketplace* yang digunakan, seperti Shopee dan TikTok Shop. Pengelolaan persediaan secara manual menimbulkan berbagai kendala bagi usaha tersebut. BMO harus memperbarui data persediaan pada masing-masing platform secara berulang, sehingga proses operasional menjadi kurang efisien dan memerlukan waktu

serta tenaga yang lebih besar. Tidak jarang BMO menemukan perbedaan jumlah persediaan antara satu marketplace dengan marketplace lainnya. Sehingga ketidaksinkronan data persediaan tersebut berpotensi menyebabkan pembatalan pesanan oleh pelanggan akibat ketersediaan produk yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya. Pembatalan tersebut secara langsung mempengaruhi omzet penjualan yang akan diperoleh oleh BMO.

Permasalahan tersebut kemudian menginisiasi BMO untuk menggunakan aplikasi *Bigseller* sebagai *platform* pendukung pengelolaan penjualan. Pemilihan aplikasi tersebut berdasarkan saran dari pengusaha lain serta masih terjangkau pada anggaran pengeluaran milik BMO. Berdasarkan pembahasan tersebut, pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha tidak hanya membantu meningkatkan daya saing UMKM, tetapi juga mendorong terciptanya pengelolaan penjualan yang lebih efektif, terintegrasi, dan transparan. Oleh karena itu, penerapan aplikasi *Bigseller* sebagai bagian dari sistem *omnichannel* menjadi dasar penelitian untuk mengkaji efektivitas implementasi sistem *omnichannel* dalam pengelolaan penjualan digital dengan studi kasus pada *Beauty Mall Official*.

TINJAUAN PUSTAKA

UMKM

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 menyatakan bahwa UMKM merupakan usaha ekonomi produktif milik orang perseorangan dan/atau badan usaha perorangan yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha Menengah atau Usaha yang memenuhi kriteria usaha kecil. Undang-Undang tersebut juga mengatur kriteria untuk mengklasifikasikan usaha-usaha ke dalam kategori mikro, kecil, dan menengah berdasarkan jumlah kekayaan dan penjualan yang dimiliki. Kriteria usaha mikro memiliki kekayaan bersih yang tidak melebihi Rp 50.000.000 dengan penjualan tidak lebih dari Rp 300.000.000 per-tahun.

Usaha kecil memiliki kriteria kekayaan antara Rp 50.000.000 hingga Rp 500.000.000 dengan penjualan antara Rp 300.000.000 hingga Rp 2.500.000.000 per-tahun. Kriteria usaha menengah memiliki kekayaan bersih antara Rp 500.000.000 hingga Rp 10.000.000.000 dengan penjualan antara Rp 2.500.000.000 hingga Rp 50.000.000.000. Semakin besar kriteria usahanya semakin signifikan pangsa pasar dapat skala operasi usaha juga lebih besar.

Perkembangan UMKM di kota Malang menunjukkan adanya kenaikan dari tahun ke tahun. Jumlah UMKM di kota Malang pada tahun 2021 sejumlah 6.983 usaha, sedangkan di tahun 2022 hanya mencapai angka 7.920 (Malangkota.bps.go.id, 2024). Berdasarkan informasi dari Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan (Diskoperindag) Kota Malang menyampaikan bahwa pelaku UMKM di tahun 2023 berada di angka 29.058 kemudian meningkat menjadi 48.000 hingga akhir tahun 2024 (Pradana, 2025). Pertumbuhan UMKM pada suatu daerah dapat memicu pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut karena dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, menambah lapangan kerja, bahkan dapat membantu dalam meningkatkan pendapatan pajak daerah.

Sistem Informasi Akuntansi

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) merupakan suatu mekanisme yang digunakan organisasi untuk mengelola data keuangan melalui proses pengumpulan, pencatatan, penyimpanan, dan pengolahan informasi sehingga dapat mendukung perencanaan, pengendalian, serta pengambilan keputusan yang lebih efektif (Wijayanti dkk, 2024). Fokus dari tujuan tersebut, adalah untuk meningkatkan efisiensi, menjamin akurasi, dan

memberikan dukungan dalam pengambilan keputusan, yang semuanya berkontribusi pada kesuksesan suatu perusahaan (Usman, 2024). Penggunaan SIA oleh pelaku usaha dapat mengoptimalkan proses pencatatan dan pelaporan transaksi keuangan, yang sangat diperlukan untuk menjaga kesehatan finansial perusahaan. SIA tidak hanya membantu dalam proses akuntansi tetapi juga sebagai sumber informasi strategis sebagai pengambil keputusan yang baik dan cepat (Sari & Widyawati, 2023). Salah satu bentuk penggunaan SIA adalah penggunaan teknologi seperti aplikasi akuntansi yang mendukung kegiatan usaha.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang berlangsung secara cepat telah memperkuat peran teknologi dalam kegiatan UMKM. Pelaku UMKM menghadapi berbagai tantangan bisnis, seperti tingginya persaingan, perubahan pola konsumen, serta tuntutan efisiensi usaha. Kondisi tersebut mendorong UMKM untuk mengadopsi teknologi sebagai sarana pendukung kegiatan bisnis. Pemanfaatan teknologi tidak lagi dipandang sebagai bentuk inovasi, tetapi juga sebagai kebutuhan strategis untuk meningkatkan daya saing, memperkuat kinerja usaha, dan menjaga keberlanjutan bisnis dalam lingkungan yang terus berkembang (Dewi & Nasution, 2023). Seperti peningkatan daya saing, akses pasar yang lebih luas, pengelolaan data yang lebih baik, inovasi produk dan layanan, efisiensi biaya, peningkatan pengalaman pelanggan.

Bigseller sebagai bagian dari Omichannel

Strategi *omnichannel* menghubungkan berbagai saluran komunikasi dan distribusi ke dalam satu ekosistem yang terintegrasi guna menciptakan pengalaman pelanggan yang berkesinambungan (Verhoef et al., 2015). Integrasi antar saluran tersebut memungkinkan perusahaan menyajikan layanan yang lebih responsif dan konsisten pada setiap titik interaksi pelanggan. Selain meningkatkan kualitas pengalaman pelanggan, penerapan *omnichannel* juga berpotensi meningkatkan efektivitas penjualan (Lee et al., 2019). Keberhasilan implementasi strategi ini bergantung pada dukungan teknologi yang memadai serta pengelolaan operasional yang terintegrasi.

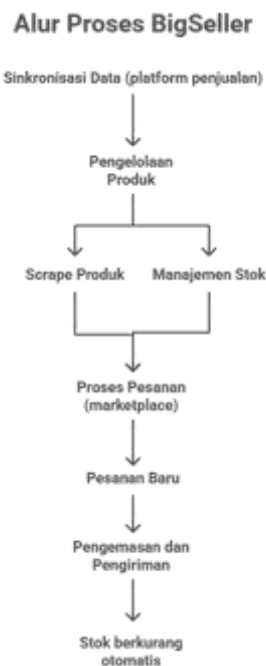
Omichannel memiliki perbedaan dengan *multichannel*. *Multichannel* merujuk pada pendekatan dimana bisnis memiliki beberapa *platform* penjualan yang tidak saling terhubung. Misalnya, sebuah perusahaan memiliki toko fisik, situs web, aplikasi *mobile*, dan *media social* sebagai *Platform* penjualannya, tetapi setiap *Platform* beroperasi secara terpisah (Hutabarat dkk, 2021). Sementara *omnichannel* mengintegrasikan semua *Platform* ini menjadi satu ekosistem yang terpadu, pelanggan dapat bertransaksi dan berinteraksi di berbagai *Platform* dengan cara yang lebih terhubung, dan informasi yang digunakan di satu *Platform* akan selalu terbaru dan konsisten di *Platform* lainnya. *Omnichannel* memastikan bahwa pengalaman pelanggan tetap mulus, saat berbelanja secara *online*, di aplikasi *mobile*, atau langsung di toko fisik (Mughtar, 2025).

Salah satu aplikasi yang dapat menggunakan strategi *omnichannel* adalah *Bigseller*. *Bigseller* memungkinkan integrasi berbagai saluran penjualan dan komunikasi ke dalam satu sistem yang terpusat. Integrasi tersebut mendukung terciptanya pengalaman pelanggan yang konsisten dan terhubung di berbagai platform digital. Pelaku usaha dapat memanfaatkan data yang terintegrasi dan teknologi digital untuk mengoptimalkan pengelolaan operasional, meningkatkan efektivitas proses bisnis, serta memperbaiki kualitas layanan kepada pelanggan. Oleh karena itu, penggunaan *Bigseller* tidak hanya mendukung peningkatan kepuasan pelanggan, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi perusahaan dalam membangun keunggulan kompetitif di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat (Vhatkar et al., 2024).

Bigseller menyediakan berbagai fitur yang mendukung operasional bisnis, mulai dari manajemen inventaris hingga analisis data penjualan. Memfokuskan pada kebutuhan

pengguna, *Bigseller* bertujuan untuk menyederhanakan proses penjualan dan memberikan solusi yang komprehensif bagi para pelaku usaha, terutama di sektor retail. *Bigseller* mendukung strategi *omnichannel* dengan mengintegrasikan berbagai platform penjualan, seperti *website*, media sosial, dan *marketplace*. Sinkronisasi inventaris dan manajemen transaksi yang terpusat, pengguna dapat mengelola semua Platform dari satu platform. Hal tersebut memastikan bahwa informasi produk, stok, dan harga konsisten di seluruh Platform, sehingga pelanggan mendapatkan pengalaman yang mulus tanpa kebingungan.

Berikut gambaran umum mengenai aplikasi *Bigseller*; 1) sinkronisasi data: *Bigseller* akan menyinkronkan data dari berbagai marketplace (seperti Shoppe, Lazada, Tokopedia, dll) ke dalam sistem, 2) Pengelolaan Produk: scrape produk dan manajemen stok, 3) Proses pesanan: pesanan baru, pengemasan produk, pengiriman dan stok persediaan.



Sumber: Data diolah (2025)

Gambar 1. Alur Proses *Bigseller*

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan *Beauty Mall Official* sebagai objek penelitian. Pendekatan tersebut dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai efektivitas penerapan aplikasi *Bigseller* dalam pengelolaan penjualan. Melalui metode kualitatif, peneliti dapat mengeksplorasi pengalaman pengguna, proses implementasi, serta manfaat yang diperoleh dari penggunaan aplikasi *Bigseller* dalam mendukung aktivitas operasional bisnis terutama terkait penjualan. Lokasi penelitian bertempat di Perumahan Bulan Terang Utama (BTU) Blok UJ 22 No. 47 Kelurahan Madyopuro, Kecamatan Kedungkandang Kota Malang.

Penelitian menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari objek penelitian melalui wawancara dengan pemilik BMO, yaitu Saudari Nazila. Proses tersebut digunakan untuk memperoleh informasi mengenai penggunaan aplikasi *Bigseller* dalam kegiatan operasional usaha. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan melalui dokumentasi berupa tangkapan layar (*screen capture*) sebagai bukti visual dalam penggunaan aplikasi *Bigseller*. Data sekunder tersebut berkaitan

dengan aktivitas pengelolaan penjualan serta penerapan strategi omnichannel yang dilakukan oleh BMO.

Analisis data dilakukan dalam beberapa tahapan yang saling berkaitan. Pada tahap awal, peneliti mengumpulkan data melalui wawancara dengan narasumber dan mendokumentasikan proses tersebut menggunakan alat perekam suara. Selanjutnya, hasil rekaman ditranskripsikan ke dalam bentuk teks untuk memudahkan proses pengolahan data. Setelah proses transkripsi selesai, seleksi data dilakukan dengan menyesuaikan informasi yang diperoleh terhadap tujuan penelitian. Data yang relevan kemudian dikelompokkan berdasarkan tema atau kategori tertentu untuk mempermudah proses analisis. Tahap berikutnya dilakukan dengan menganalisis secara mendalam terhadap data yang telah diklasifikasikan guna mengidentifikasi pola, makna, dan informasi yang berkaitan dengan fokus penelitian. Hasil analisis tersebut kemudian disusun menjadi sebuah kesimpulan dengan mengintegrasikan temuan penelitian dan hasil interpretasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Beauty Mall Official merupakan usaha dagang di kota Malang yang berdiri sejak tahun 2021. BMO menjalankan kegiatan usaha di sektor kosmetik dan kecantikan melalui platform penjualan online. Awalnya usaha tersebut masih tergolong usaha perorangan yang kemudian resmi berubah menjadi bentuk badan usaha di tahun 2024. Pemilik BMO mengamati adanya peningkatan tren penggunaan produk perawatan kulit (*skincare*), perawatan tubuh (*bodycare*), dan kosmetik (*make up*) di Indonesia. Kondisi tersebut mendorong pemilik untuk memanfaatkan peluang pasar dengan menjalankan usaha penjualan produk kecantikan melalui platform online hingga akhirnya tokonya memiliki predikat *Mall Store* di Shopee. Produk yang dipasarkan seperti something, Npure, scarlett, hada labo, skin aqua, glow glowing, dll.

Komitmen menjual produk yang 100% authentic dan memiliki status yang sudah terjamin dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) membuat BMO memiliki kepercayaan pelanggan yang tinggi. BMO menerapkan strategi pemasaran digital melalui media sosial dan fitur live shopping untuk meningkatkan visibilitas merek serta penjualan produk. Fitur seperti siaran langsung pada platform Instagram, TikTok Shop, dan Shopee dimanfaatkan sebagai salah satu metode promosi utama. Sehingga penjual dapat berinteraksi secara langsung dengan calon pelanggan, memberikan informasi mengenai produk, serta menjawab berbagai pertanyaan yang diajukan selama sesi berlangsung. Sesi siaran langsung juga membantu selain memperlihatkan produk secara detail, juga memberikan demo penggunaan, dan menawarkan diskon eksklusif yang hanya tersedia selama siaran berlangsung. Interaksi yang terjadi secara real-time memungkinkan terciptanya komunikasi yang lebih personal dan menarik, sehingga dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Sebelum Penggunaan Strategi *Omnichannel*

BMO masih menggunakan sistem pengelolaan stok secara manual pada setiap *marketplace* yang digunakan awal operasional usahanya. Kondisi tersebut menyebabkan proses pengelolaan persediaan memerlukan waktu yang lebih lama dan kurang fleksibel sehingga berpotensi menghambat aktivitas penjualan. BMO melakukan pembaruan data penjualan dan persediaan secara terpisah pada masing-masing platform dengan cara memasukkan serta mengubah jumlah persediaan secara manual. Proses tersebut meningkatkan risiko terjadinya ketidaksesuaian pada data persediaan, keterlambatan pembaruan informasi persediaan, serta potensi pembatalan pesanan oleh pelanggan. Selain

itu, BMO mengalami kesulitan dalam memantau ketersediaan barang secara *real-time*, terutama ketika terjadi peningkatan volume transaksi pada berbagai marketplace secara bersamaan.. Hal tersebut diungkapkan oleh Saudari Nazila yang mengatakan bahwa:

“Sebelum memakai Bigseller itu kesulitannya harus input manual satu persatu, harus membagi stock per SKU satu persatu di masing-masing marketplace.”

BMO mengandalkan sistem manual untuk pengelolaan stok persediaan. Proses tersebut melibatkan pencatatan manual setiap transaksi penjualan dan pembaruan inventaris, yang sering kali menyebabkan kesalahan dan ketidakkuratan data. Penawaran produk dengan tim menghadapi tantangan besar dalam memantau ketersediaan stok secara *real-time*, yang mengakibatkan kebingungan dalam pengelolaan produk dan pelayanan pelanggan. Hingga akhirnya pemilik menemukan aplikasi *Bigseller* yang membantu mengintegrasikan stok persediaan dari berbagai *market place* secara *real time*

Setelah Penerapan Sistem Omnichannel

Penggunaan *Bigseller* tergolong tidak sulit karena pihak penyedia aplikasi menyediakan video tutorial yang berisi tata cara penggunaan setiap fitur-fitur yang ada pada aplikasi. Dukungan layanan pelanggan dari pihak *Bigseller* memberikan kontribusi penting dalam membantu mengatasi berbagai kendala selama penggunaan aplikasi. Ketika BMO mengalami kesulitan dalam mengoperasikan atau mengatur sistem, pihak *Bigseller* menyediakan bantuan melalui layanan konsultasi, termasuk sesi pendampingan secara daring melalui *Google Meet*. Fasilitas tersebut memungkinkan BMO untuk memperoleh penjelasan secara langsung terkait fitur dan pengaturan sistem yang belum dipahami. Adanya dukungan teknis yang responsif dapat membantu menggunakan aplikasi *Bigseller* secara lebih optimal dan efektif dalam mendukung aktivitas operasional bisnis. Hal tersebut diungkapkan oleh Saudari Nazila yang mengatakan bahwa:

“Untuk belajar awal penggunaan itu gak sulit karena pihak Bigseller itu sudah menyediakan video tutorial dalam masing-masing videonya itu lengkap di youtube channel mereka, terus waktu itu juga dibantu oleh CS (customer service) untuk beberapa setting systemnya yang masih aku kurang paham. Jadi waktu itu aku google meet sama mereka.”

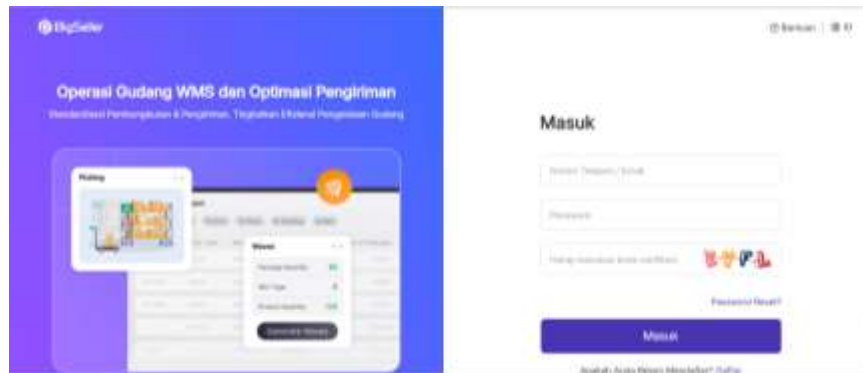
Aplikasi *Bigseller* dirancang untuk menyederhanakan proses pengelolaan stok persediaan sehingga memungkinkan pembaruan otomatis dan *real-time*. Pengguna aplikasi *BigSeller* dapat langsung menginput stok persediaan ke dalam sistem, yang kemudian secara otomatis terhubung dengan *market place* yang digunakan. Memastikan sinkronisasi yang efisien antara inventarisasi persediaan dengan platform penjualan dapat meningkatkan akurasi dalam pengelolaan stok. Hal tersebut diungkapkan oleh Saudari Nazila yang mengatakan bahwa:

“Tapi setelah menggunakan Bigseller stocknya bisa langsung di input di Bigseller, jadi Bigseller langsung otomatis nyambung ke semua marketplace. Jika ada pengurangan barang, otomatis akan kurang, jika ada benar benar barang, jumlahnya akan otomatis bertambah seperti itu, jadi otomatis langsung tersinkron.”

Automatisasi yang diterapkan oleh *Bigseller* dalam pengelolaan persediaan memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mengelola persediaan dengan lebih efisien dan akurat. Fitur tersebut memungkinkan setiap perubahan jumlah persediaan, baik dalam bentuk penambahan maupun pengurangan. Risiko kesalahan dalam pencatatan manual dapat diminimalkan dan informasi mengenai ketersediaan persediaan selalu terjaga.

Indikator Efektivitas Penggunaan Sistem Omnichannel Keamanan Data

Aplikasi digital yang memiliki sistem keamanan yang memadai dapat memberikan rasa aman kepada pengguna dalam menyimpan dan mengelola data, sehingga kerahasiaan informasi pribadi tetap terjaga (Maqableh et al., 2021). Keamanan data pengguna dalam aplikasi Bigseller sangat diutamakan karena menangani informasi sensitif mengenai bisnisnya. Para pelaku UMKM dapat mengatur *username* dan *password* untuk melindungi data dengan lebih efektif.



Sumber: Bigseller (2025)

Gambar 2. Tampilan Login pada Bigseller

Pembatasan hak akses pengguna dalam proses login menjadi langkah penting untuk menjaga keamanan sistem serta mencegah pihak yang tidak berwenang mengakses data maupun fitur-fitur aplikasi. Hak akses login dapat diatur untuk dapat digunakan hanya kepada pengguna yang berwenang untuk dapat mengelola informasi penting, sehingga mengurangi risiko kebocoran data dan penyalahgunaan informasi. *Login* pada akun BMO hanya dapat dilakukan oleh pemilik, tetapi hak akses dapat dilakukan oleh pemilik dan admin toko melalui perangkat elektronik milik entitas. Hal tersebut diungkapkan oleh Saudari Nazila yang mengatakan bahwa:

“Untuk orang yang akses bigseller, yang tahu username dan password itu cuma aku sendiri. Jadi untuk admin itu sudah aku sediakan yaitu HP admin, kalau username sama password mereka tidak tahu, jadi ketika bisellernya log out, mereka datang ke saya untuk minta username sama passwordnya. Yang bisa akses sejauh ini Cuma bagian packing satu orang saja dan saya sendiri.”

Bigseller juga mengutamakan keamanan data pengguna melalui penggunaan API (*Application Programming Interface*). API memungkinkan pertukaran data dan komunikasi antar sistem dilakukan secara terintegrasi, sedangkan penerapan mekanisme autentikasi dan otorisasi membantu menjaga keamanan data serta mencegah akses oleh pihak yang tidak berwenang (Pranata et al., 2018). Teknologi tersebut dapat memastikan bahwa semua data transaksi dan informasi pengguna terjaga dengan baik melalui protokol keamanan yang ketat. Hal tersebut diungkapkan oleh Saudari Nazila yang mengatakan bahwa:

“Untuk secara keamanan menurut aku sejauh ini aman sih, karena mereka kalau ga salah sistemnya terintegrasi sama API.”

Keamanan data dalam aplikasi sangat penting, terutama dalam konteks pengendalian internal, karena data tersebut berisi informasi pribadi sensitif. Pengendalian internal membantu memastikan bahwa data dilindungi dari akses yang pihak tidak berwenang, kebocoran, dan penyalahgunaan. Perlindungan data yang baik tidak hanya menjaga aset perusahaan dari risiko kebocoran atau penyalahgunaan, tetapi juga berkontribusi dalam

meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap sistem yang digunakan. Tingkat kepercayaan tersebut menjadi elemen kunci dalam membentuk hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan (Faradillah et al., 2021).

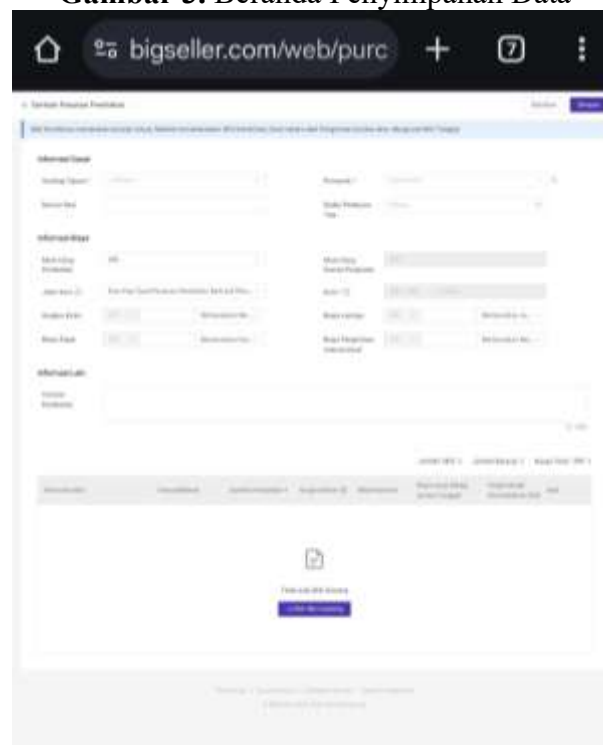
Kecepatan Waktu

Kecepatan pemrosesan data dalam aplikasi *Bigseller* dirancang untuk meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan persediaan. Sistem tersebut membantu untuk memperbarui informasi persediaan secara langsung tanpa melalui tahapan manual yang kompleks, seperti pengurangan jumlah barang terjual pada setiap platform secara terpisah. Integrasi proses ini membantu mengurangi risiko kesalahan input data, mempercepat pembaruan informasi persediaan, serta meningkatkan produktivitas kerja. Selain itu, ketepatan data yang dihasilkan turut berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan melalui ketersediaan informasi persediaan yang lebih akurat dan *real-time*.



Sumber: Aplikasi Bigseller 2025

Gambar 3. Beranda Penyimpanan Data



Sumber: Beauty Mall Official (2025)

Gambar 4. Beranda Penginputan Stok Persediaan

Gambar 4 merupakan proses penginputan stok persediaan. Kendala penggunaan aplikasi adakala dirasakan saat sistem sedang melakukan pemeliharaan aplikasi. Pengguna akan merasakan sedikit gangguan seperti *loading* hingga kesulitan dalam mengakses aplikasi. Pembaharuan aplikasi tersebut dilakukan agar nantinya pengguna dapat menggunakan aplikasi dengan lebih nyaman. Hal tersebut diungkapkan oleh Saudari Nazila yang mengatakan bahwa:

“Mengenai kecepatan waktu penggunaan Bigseller itu kadang aplikasi yang masih suka loading terus juga suka keluar sendiri, mungkin karena kapasitas hpnya, terus kadang kalau di check lewat chrome itu juga suka loading tapi tidak terlalu lama, tapi juga cukup mengganggu kalau misalkan lagi buru-buru gitu.”

Kecepatan aplikasi dalam menyajikan informasi berpengaruh besar terhadap pengalaman pengguna dan efektivitas pengambilan keputusan. Aplikasi yang responsif memungkinkan pengguna mengakses data secara instan, sehingga mempercepat proses analisis dan tindakan yang diperlukan. Adanya pengolahan informasi dengan cepat juga meningkatkan kepuasan pengguna, membuat kepercayaan dan bergantung pada sistem, sehingga dapat mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik (Harahap et al., 2023).

Ketelitian

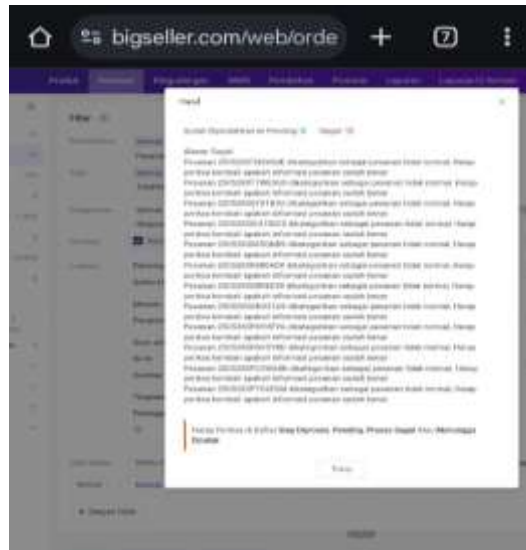
Aplikasi Bigseller memiliki tingkat ketelitian yang baik dalam hal pengelolaan penjualan. Jika ada data yang tidak semestinya atau belum terisi, pengguna diperingatkan lewat notifikasi peringatan.



Sumber: Aplikasi Bigseller 2025

Gambar 5. Proses Input data lokasi Pengguna

BMO akan mendapatkan notifikasi peringatan jika lokasi tidak sesuai penggunaan aplikasi tidak sesuai dengan lokasi yang didaftarkan pada aplikasi seperti pada gambar 5. BMO bisa memasukkan data lokasi toko ke dalam aplikasi tersebut. Fitur tersebut dapat berpengaruh pada penjualan persediaan yang dilakukan untuk mencegahnya adanya kebocoran data karena digunakan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab.



Sumber: Beauty Mall Official 2025

Gambar 6. Notifikasi pada Proses Penjualan

Sistem Bigseller pada gambar 6 menampilkan notifikasi peringatan terkait aktivitas pemesanan yang tidak normal pada akun milik BMO. Notifikasi tersebut mencakup beberapa kondisi, seperti gangguan sinkronisasi akibat koneksi internet yang tidak stabil, ketidaksesuaian atau ketidaktersediaan barang pada Stock Keeping Unit (SKU) di gudang, serta kesalahan dalam proses pencetakan label pengiriman. Informasi peringatan tersebut dapat membantu BMO dalam mendeteksi dan menangani permasalahan lebih awal sebelum berdampak pada proses penjualan selanjutnya.

BMO juga berupaya menghindari terjadinya kendala serupa dengan meningkatkan efisiensi kinerja penjualan. Meskipun aplikasi Bigseller dinilai memiliki tingkat ketelitian yang cukup baik dalam pengelolaan data penjualan, perusahaan tetap melakukan pemeriksaan secara berkala untuk memastikan keakuratan informasi. Selain itu, BMO juga memastikan bahwa seluruh data telah terintegrasi dengan laporan penjualan melalui proses sinkronisasi dari berbagai platform marketplace. Hal tersebut diungkapkan oleh Saudari Nazila yang mengatakan bahwa:

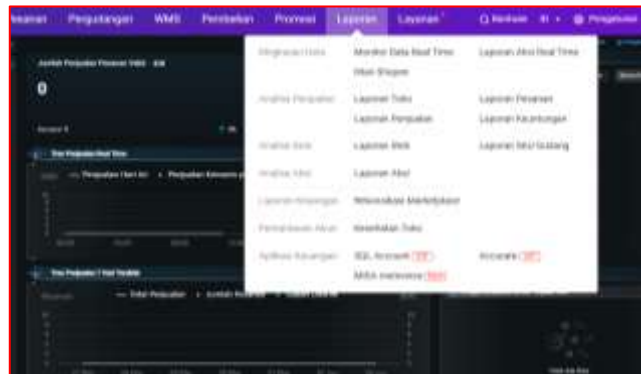
“Mengenai ketelitian pengelolaan penjualan itu lumayan sih, kecuali yang stok itu sih mungkin aku harus cek lagi, sebetulnya ada fitur-fitur yang belum diaktifkan, tapi kalau misalkan mengenai sinkron antar marketplace itu seratus persen sudah sinkron sih datanya kayak misalnya laporan penjualannya gitu.”

Ketelitian aplikasi memiliki dampak signifikan terhadap akurasi informasi yang disajikan kepada pengguna. Aplikasi yang efektif dalam mengolah data dengan presisi menghasilkan informasi yang dapat dipercaya untuk pengambilan keputusan. Proses tersebut mencakup pengumpulan, pengolahan, dan penyajian data, yang harus dilakukan sesuai dengan standar yang tinggi. Informasi yang akurat tidak hanya meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi, tetapi juga mengurangi risiko kesalahan yang dapat berdampak negatif, baik dalam konteks bisnis maupun pribadi (Roestiono & Suharmiati, 2021).

Variasi Laporan

Fitur penjualan yang terdapat pada aplikasi Bigseller memudahkan pengguna dalam memantau laporan penjualan secara harian. Melalui fitur tersebut, pelaku usaha dapat memperoleh informasi transaksi secara lebih cepat dan terstruktur sehingga proses pengawasan penjualan menjadi lebih efektif. Laporan penjualan memuat informasi seperti rincian penjualan dan kinerja penjualan periodik sehingga dapat mempermudah pemahaman

penggunaan dalam pengambilan keputusan berdasarkan tren penjualan dan evaluasi efektivitas pemasaran.



Sumber: Aplikasi Bigseller 2025

Gambar 7. Fitur Laporan Penjualan

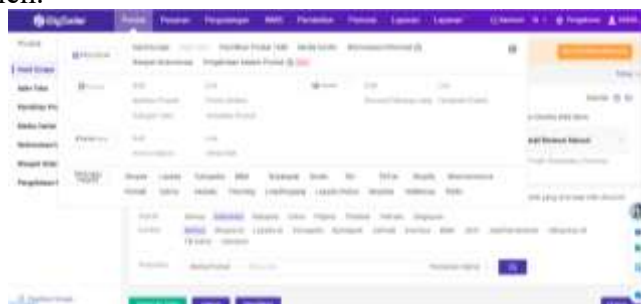
Fitur laporan penjualan pada gambar 7 menunjukkan keberagaman kebutuhan yang tersedia untuk digunakan oleh pengguna. Fitur laporan tersebut terdiri dari laporan toko, laporan penjualan, laporan pesanan, laporan keuntungan, laporan stok, dan laporan SKU. Fitur laporan penjualan tersebut membantu BMO memaksimalkan kebutuhan informasi yang akan digunakan terutama dalam mendukung pengambilan keputusan. Hal tersebut diungkapkan oleh Saudari Nazila yang mengatakan bahwa:

“Untuk fitur laporan biasanya di cek bagian laporan keuntungan tokoh, kemudian laporan per SKU gudang, macem-macam sih itu laporannya. Kalau fitur laporan semuanya ke pakai tinggal kita aja yang mau lihat perhari, perbulan, mau lihat per SKU gudang atau di tiap marketplace nya, tinggal pilih aja sih mereka udah menyediakan gitu.”

Ketersediaan berbagai jenis laporan memiliki peran penting dalam mendukung proses pengambilan keputusan, khususnya dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang. Fitur laporan yang bervariasi memungkinkan pengguna untuk memilih kebutuhan informasi sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi peluang sekaligus tantangan secara lebih akurat. Selain itu, fleksibilitas dalam penyajian laporan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna meningkatkan relevansi informasi yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan (Padriyansyah & Pratiwi, 2024).

Relevansi

Aplikasi *Bigseller* dikatakan relevan karena fitur atau menu memiliki kesesuaian dengan penjualan yang terjadi pada UMKM. Fitur dalam pengelolaan manajemen produk, pemrosesan pesanan, analisis penjualan, dan pengelolaan gudang, dapat dilakukan secara terintegrasi dan efisien.



Sumber: Aplikasi Bigseller (2025)

Gambar 8. Fitur Persediaan Aplikasi *Bigseller*

Fitur-fitur pada aplikasi *Bigseller* tergambar pada Gambar 8 yang menunjukkan kelengkapan dan keakuratan informasi yang dibutuhkan pengguna terkait persediaan. BMO menggunakan fitur tersebut untuk mendukung kebutuhan operasional toko, terutama dalam menyinkronisasikan berbagai informasi yang diperlukan dari masing-masing toko online. Aplikasi *Bigseller* mengintegrasikan berbagai platform *e-commerce*, seperti Shopee, TikTok Shop, dan Lazada, sehingga pengguna dapat mengelola informasi secara terpusat. Adakalanya BMO masih mengalami kendala pada fitur SKU gudang yaitu Ketika sistem *Bigseller* mengubah jumlah persediaan secara otomatis meskipun sebenarnya telah habis. Selain itu, proses pembaruan sistem terkadang menyebabkan aplikasi tidak dapat digunakan untuk sementara waktu sehingga menghambat aktivitas operasional toko. Hal tersebut diungkapkan oleh Saudari Nazila yang mengatakan bahwa:

“Untuk kendalanya sejauh ini sih kadang tuh masih ada tiba-tiba stok yang sudah habis itu kayak stoknya terisi sendiri gitu, bila stoknya nol. Terus tiba-tiba dari marketplace tuh ada yang order satu gitu. Terus habis itu ada lagi upgrade sistem sih biasanya, biasanya gabisa dipake.”

Relevansi aplikasi dalam memenuhi kebutuhan pengguna sangat krusial dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan dan efektif. Memahami preferensi dan harapan pengguna telah dilakukan oleh *Bigseller* dengan mengembangkan fitur yang sesuai, meningkatkan fungsionalitas, dan memastikan bahwa aplikasi tetap relevan dalam konteks bisnis walaupun dalam prosesnya pengguna belum dapat menggunakan fitur ketika dilakukan upgrade. Pengguna cenderung mempertahankan penggunaan suatu aplikasi apabila aplikasi tersebut tetap relevan dengan kebutuhan mereka dan mampu memberikan manfaat dalam mendukung aktivitas serta pencapaian tujuan organisasi. Semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna semakin tinggi pula rasa untuk terus mempertahankan penggunaan aplikasi yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pengguna terhadap aplikasi tersebut (Lutvi et al., 2024).

Keakuratan

Hasil dari pemanfaatan sistem omnichannel dari aplikasi *Bigseller* oleh BMO menunjukkan keakuratan data terutama saat digunakan dalam proses penginputan stok persediaan, laporan penjualan, hasil penjualan selama satu bulan, dan grafik peningkatan penjualan setiap harinya. BMO menilai bahwa keakuratan data dalam grafik penjualan tergolong akurat dan sinkron dengan informasi yang diperoleh dari marketplace. Hal tersebut diungkapkan oleh Saudari Nazila yang mengatakan bahwa:

“Kalau keakuratan data Bigseller yang bagian grafik itu mereka sinkron dengan marketplace, jadi kalau pesanan yang masuk itu udah pasti sama grafiknya dengan yang di marketplace. Grafiknya itu biasanya aku ngecek buat pesanan yang masuk di bulan ini kemudian dibandingkan pesanan yang masuk di bulan kemaren atau di bulan sebelumnya juga, itu bisa di cek apa akan naik turunnya dan kira-kira apa yang menyebabkan naik turunnya di bulan itu.”

BMO melakukan evaluasi penjualan secara berkala melalui pemantauan grafik penjualan yang tersedia pada aplikasi *Bigseller*. Analisis dilakukan dengan membandingkan data penjualan pada bulan berjalan dengan periode sebelumnya untuk mengetahui perkembangan kinerja produk dan pola permintaan konsumen. Informasi tersebut membantu perusahaan dalam mengidentifikasi peluang maupun potensi permasalahan yang dapat memengaruhi penjualan. Oleh karena itu, pemanfaatan laporan penjualan yang tersedia dapat mendukung peningkatan efektivitas operasional dan kualitas pengambilan keputusan bisnis.



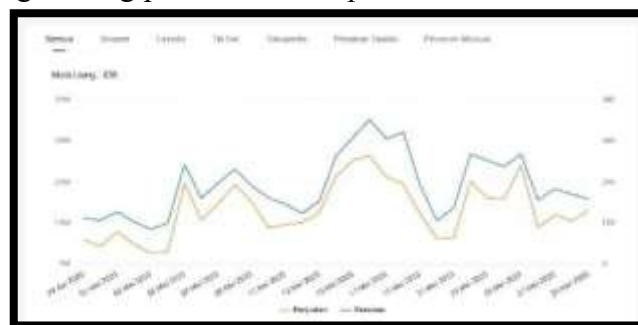
Sumber: Beauty Mall Official 2025

Gambar 9. Grafik Penjualan BMO

Gambar 9 menampilkan grafik penjualan yang dihasilkan oleh *Bigseller* selama satu bulan berjalan. Grafik tersebut menunjukkan peningkatan capaian penjualan dengan memberikan gambaran mengenai perkembangan kinerja penjualan dan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bagi perusahaan. Informasi yang akurat memungkinkan pengguna memperoleh gambaran kondisi bisnis yang lebih tepat sehingga meningkatkan keyakinan dalam menentukan tindakan yang akan diambil. Sebaliknya, data yang tidak akurat berpotensi menimbulkan kesalahan dalam analisis dan keputusan yang dapat berdampak negatif terhadap kinerja perusahaan. Oleh karena itu, tingkat keakuratan data menjadi salah satu faktor utama yang menentukan efektivitas proses pengambilan keputusan (Mayasari & Agussalim, 2023).

Kualitas Informasi

Aplikasi *Bigseller* menunjukkan adanya konsistensi dalam penyajian informasi penjualan, dan kelengkapan informasi sehingga informasi yang dihasilkan sudah sesuai dengan yang diinginkan oleh pengguna. Bigseller dapat menampilkan penjualan dari beberapa periode penjualan seperti harian, bulanan, dan tahunan bahkan membandingkan penjualan dari masing-masing platform *marketplace*.



Sumber: Beauty Mall Official 2025

Gambar 10. Grafik Penjualan *Marketplace*

Gambar 10 menunjukkan grafik penjualan di berbagai platform *marketplace* yang memungkinkan BMO dapat melihat performa penjualan masing-masing toko. BMO dapat mengidentifikasi toko mana yang sedang naik penjualannya dan produk apa yang sedang

digemari oleh pelanggan sehingga nantinya BMO dapat melakukan restok persediaan. Selain itu, performa toko tersebut dapat membantu BMO dalam mengoptimalkan promosi melalui iklan toko untuk mengurangi risiko produk tidak terjual. Hal tersebut diungkapkan oleh Saudari Nazila yang mengatakan bahwa:

“Untuk kualitas informasi sendiri itu kan sama dengan grafik diatas jadi kemungkinan sudah terjawab, cuma grafik itu lebih mengarah ke seluruh dari bulan-bulan kemarin jadi lebih banyak. Karena aku tau nya grafik itu bisa lihat keuntungan setiap bulannya berapa, produk yang paling banyak terjual apa, jadi kalau misal ada barang yang terjual banyak aku jadi tau kalau performa penjualanku di bulan ini tuh untung gitu.”

Kualitas informasi yang dihasilkan pada aplikasi Bigseller menjadi aspek yang penting karena digunakan sebagai dasar dalam pengelolaan penjualan dan pengambilan keputusan bisnis. Informasi yang akurat, relevan, dan mudah diakses membantu pengguna memantau kondisi penjualan dan mengidentifikasi perubahan yang terjadi pada aktivitas bisnis. Selain itu, penyajian data yang jelas dan mudah dipahami memungkinkan pengguna melakukan analisis secara lebih efektif sehingga keputusan yang diambil dapat lebih tepat dan sesuai dengan kondisi yang dihadapi. Oleh karena itu, kualitas informasi yang dihasilkan oleh sistem berperan penting dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan penjualan dan mendukung pencapaian tujuan bisnis (Suradi et al., 2021).

Kepuasan Pengguna

Indikator kepuasan pengguna pada aplikasi *Bigseller* dapat dinilai melalui beberapa elemen, seperti tingkat kemudahan dalam penggunaan, kecepatan transaksi, dan kualitas layanan pelanggan. Pengguna memberikan respon positif mengenai kecepatan aplikasi dalam menangani transaksi, yang berkontribusi pada peningkatan efisiensi operasional. Aspek dukungan pelanggan yang cepat dan responsif juga menjadi faktor penting yang meningkatkan kepuasan pengguna, memungkinkan para pengguna untuk mengatasi masalah dengan cepat dan efektif.

BMO menyatakan bahwa penggunaan *Bigseller* sangat mudah dipahami dengan proses pengelolaan yang tergolong cepat sehingga memberikannya bintang lima sebagai bentuk apresiasi atas kepuasan penggunaan. Fitur yang terdapat pada *Bigseller* tergolong lengkap dan sesuai dengan kebutuhan penggunaan BMO. Serta adanya video tutorial memudahkan BMO dalam mempelajari aplikasi. Hal tersebut diungkapkan oleh Saudari Nazila yang mengatakan bahwa:

“Untuk sejauh ini aku puas banget sih dengan sistem Bigseller, karena aku bisa lebih menghemat waktu buat atur stok di beberapa marketplace, mereka udah terintegrasi dengan satu sistem gitu jadi aku lebih hemat waktu. Kemudian juga video tutorialnya juga lengkap.”

Kepuasan pengguna terhadap aplikasi *Bigseller* dipengaruhi oleh berbagai aspek, seperti kemudahan dalam pengoperasian sistem, kecepatan proses transaksi, serta kualitas layanan yang diberikan. Faktor-faktor tersebut berkontribusi dalam menciptakan pengalaman penggunaan yang positif dalam mendukung aktivitas bisnis (Kwirndhany & Magdalena, 2022). Selain itu, dukungan pelanggan yang responsif serta ketersediaan fitur bantuan yang mudah dipahami, salah satunya video tutorial yang informatif, ikut meningkatkan tingkat kepuasan pengguna. Fasilitas tersebut membantu pengguna memahami fungsi aplikasi dengan lebih cepat, menghemat waktu dalam proses operasional, serta mempermudah penyelesaian kendala yang muncul selama penggunaan sistem.

KESIMPULAN DAN SARAN

Aplikasi *Bigseller* sebagai bagian dari sistem *Omnichannel* dapat membantu penggunaanya dalam mengelola penjualan dan juga stok persediaan. Aplikasi tersebut dapat membantu dalam pengisian stok persediaan sehingga dapat terintegrasi antar platform *markeplace* dan meminimalkan risiko kesalahan pencatatan persediaan. Integrasi sistem *Bigseller* dapat memantau stok persediaan secara cepat, tepat, dan akurat bahkan *real time*, sehingga proses penjualan yang dilakukan diberbagai *marketplace* dapat langsung tersinkronisasi.

Bigseller menunjukkan efektivitas dalam mendukung pengelolaan penjualan melalui sistem yang aman, terintegrasi, dan informatif. Keamanan data pengguna terjaga melalui mekanisme login yang diterapkan, sementara integrasi data antarplatform memungkinkan pembaruan informasi persediaan dilakukan secara cepat dan efisien. Selain itu, tingkat ketelitian aplikasi dalam mengolah data menghasilkan informasi yang akurat dan berkualitas. Ketersediaan berbagai jenis laporan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna semakin membantu proses pemantauan kinerja penjualan serta mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, N., & Nasution, D. A. D. (2023). Pentingnya Penerapan E-Commerce Bagi UMKM Sebagai Salah Satu Bentuk Pemasaran Digital Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Pijar*, 1(3), 566–577.
- Faradillah, Astuti, L. W., Purnamasari, E. D., & Desitama, L. (2021). Pelatihan Dan Pendampingan Audit Internal Sistem Informasi Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 5(1), 1–6.
- Harahap, W., Salat, J., & Mufrizal, R. (2023). Pengaruh Penerapan Human & Computer Interaction Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi e-Commerce di Aceh. *Jurnal Administrasi Dan Sosial Sains*, 2(September), 44–51. <https://doi.org/https://journal.unigha.ac.id/index.php/JASS/index>
- Hasanuddin, S. (2024). *Jumlah UMKM Go Digital 2024*. Antarafoto.
- Hutabarat, P. melianty, Altamira, melisa bunga, & Adelina, E. (2021). Pemanfaatan Strategi Omnichannel Marketing di Perguruan Tinggi. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 9(1). <https://doi.org/10.7454/jvi.v9i1.243>
- Kwirndhany, A., & Magdalena, P. (2022). *Information System Analysis with Delone & Mclean Model Approach on Online Services of Perbanas Institute library*. III(1), 25–35.
- Lee, Z. W. Y., Chan, T. K. H., Chong, A. Y.-L., & Thadani, D. R. (2019). Customer engagement through omnichannel retailing: The effects of channel integration quality. *Industrial Marketing Management*, 77, 90–101. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.12.004>
- Lutvi, N., Putri, A., & Puspawati, D. (2024). *Pengaruh Kualitas Informasi , Kualitas Layanan , dan Kualitas Sistem Terhadap Continuance Intention dalam Penggunaan Mobile Banking Melalui E-Satisfaction*. 4, 8816–8828.
- Malangkota.bps.go.id. (2024). *Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Kecamatan di Kota Malang (Unit), 2023*. Badan Pusat Statistik Kota Malang.

- Maqableh, M., Hmoud, H. Y., Jaradat, M., & Masa'deh, R. (2021). Integrating an information systems success model with perceived privacy, perceived security, and trust: the moderating role of Facebook addiction. *Heliyon*, 7(9), e07899. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07899>
- Mayasari, eka, & Agussalim, A. (2023). Literature Review: Big Data dan Data Analys pada Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(3), 171–187. <https://doi.org/10.55606/juisik.v3i3.680>
- Muchtar, K. (2025). *Buku Transformasi Integrated Marketing Communication (Imc Di Era Digital)* (neneng sri wahyuni (ed.); digitalisa). widina media utama.
- Mustika, M., Lovita, E., & Rianto, A. (2024). Efektifitas Sistem Informasi Akuntansi dengan Penerapan Omnichannel dalam Penjualan Marketplace. *Jurnal Accounting Information System (AIMS)*, 7(1), 44–54.
- Padriyansyah, & Pratiwi, T. S. (2024). *Peranan Sistem Informasi Dalam Penyajian Laporan Keuangan: Sebuah Kajian Literatur*. 14(2), 116–123. <https://doi.org/https://doi.org/10.52333/strategi.v14i2.1063>
- Pradana, A. (2025). *Pemkot Malang dukung 48 ribu UMKM naik kelas di 2025*. AntaraJatim.
- Pranata, B. A., Hijriani, A., & Junaidi, A. (2018). Perancangan Application Programming Interface (Api) Berbasis Web Menggunakan Gaya Arsitektur Representational State Transfer (Rest) Untuk Pengembangan Sistem Informasi Administrasi Pasien Klinik Perawatan Kulit. *Jurnal Komputasi*, 6(1), 33–42. <https://doi.org/10.23960/komputasi.v6i1.1554>
- Razak, I. (2023). Omnichannel Marketing: Connecting Consumer Experiences from Online to Offline. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia (JIM-ID)*, 2, 89–95. <https://doi.org/10.58471/esaprom.v2i02.3999>
- Roestiono, H., & Suharmiati, S. (2021). Pelatihan Merancang Sistem Informasi Akuntansi Accurate Pada PT. Mahatani Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(2), 113–126. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v2i2.780>
- Sari, D., & Widyawati, D. (2023). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit Terhadap Efektivitas Pengendalian Intern Piutang Dagang (Studi Pada PT Samudera Teknik Abadi). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(3), 1–18.
- Suradi, A., Windarti, M., & Hidayat, S. K. (2021). *Analisis Pengaruh System Quality , Information Quality , Service Quality Terhadap Net Benefit Pada*. 10, 259–263.
- Syahreza, A. E., Moko, W., & Rahayu, M. (2023). *Predicting intention to adopt omnichannel retailing of SMEs in Indonesia using UTAUT: the moderating role of personal innovativeness*. 12(5), 30–41.
- Thaichon, P., Phau, I., & Weaven, S. (2022). Moving from multi-channel to Omni-channel retailing: Special issue introduction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65, 102311. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102311>
- Usman, E. (2024). *Sistem Informasi Akuntansi* (miko andi wardana (ed.); digitalisa). CV. intelektual manifes media.
- Verhoef, P. C., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2015). From Multi-Channel Retailing to Omni-Channel Retailing Introduction to the Special Issue on Multi-Channel Retailing &. *Journal of Retailing*. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2015.02.005>

- Vhatkar, M. S., Raut, R. D., Gokhale, R., Kumar, M., Akarte, M., & Ghoshal, S. (2024). Leveraging digital technology in retailing business: Unboxing synergy between omnichannel retail adoption and sustainable retail performance. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 81, 104047. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.104047>
- Wijayanti, lilis endang, Syahputra, briyan efflin, & W, P. kristianto. (2024). *Sistem Informasi Akuntansi* (Lilis endang (ed.); edisi digi). CV. adanu abimata.