

STRATEGIC IMPLEMENTATION OF AUTOMATED ONLINE SALES INFORMATION SYSTEM FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE'S (SME's) (Case Study at Tiara Handicraft Surabaya)

Zakky Zamrudi

Riyadi

Devi Farah Azizah

Faculty of Administrative Science

University of Brawijaya

Malang

Email: jzakky@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan solusi alternatif untuk perusahaan-perusahaan Kecil dan Menengah (UKM) untuk menerapkan sistem informasi e-commerce atau disebut juga sebagai sistem informasi penjualan online. Alternatif yang diberikan oleh penelitian ini adalah dengan mencari implementasi e-commerce alternatif yang lebih murah dan lebih mudah yang mudah dikontrol oleh UKM itu sendiri. Implementasi sistem ini mengadopsi kerangka Stewart dalam implementasi sistem. Metodologi penelitian yang digunakan di sini adalah menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus pada Tiara Handicraft Surabaya-. Hasilnya menunjukkan bahwa penerapan sistem baru akan memberikan dampak langsung baik terhadap sistem kontrol dan pengendalian biaya jika implementasi sistem dilakukan.

Kata Kunci: Prestashop, Implementation framework, front-office, back-office, installation

ABSTRACT

This research purposes are to give an alternative solution for the Small and Medium enterprises (SME's) to implement an ecommerce information system or also called as online sales information system. The alternative given by this research is by searching for a cheaper and easier alternative ecommerce implementation that easily controlled by the SME's itself. The system implementation was adopting the Stewart framework in system implementation. The research methodologies employed here was using a qualitative research by using case study approach at Tiara-Handicraft Surabaya. The result shows that the new system implementation will give a good direct impact against system control and cost control if the system implementation is carried out.

Keywords: Prestashop, Implementation framework, front-office, back-office, installation

I. INTRODUCTION

Small and medium enterprise's (SME's) today is become a fundamental subject for economic growth in a country. There is some reason why SME's become a main reason of economic growth in countries.

Partomo (2004) stated some advantage of SME's compared to large companies as follow:

1. Innovations in technology have easily happened in product development.
2. Familiar human relationships in small firms.
3. The ability creates enough employment opportunities for labor or absorption.
4. Flexibility and ability to adapt to changing market conditions quickly compared with large-scale enterprises in general bureaucratic.

5. The presence of dynamism managerial and entrepreneurial roles.

In Indonesia, SME's has support the economic growth continuously by its growth and contribution. Syarifudin Hasan in tempo.com (2013) as a State Minister of Cooperatives and Small Medium Micro Enterprises stated that the contribution of SMEs to GDP by 56 percent and 97 percent of its contribution to employment. This is a fact that SME's has an important role in the state economic growth.

In order to increase the production and sales capacity of SME's most of them was used the new systems by using online systems. Today's trend among SME's is by selling their product through internet rather than using direct selling. Online

selling is being regarded to increase the selling volume with low-cost promotion and distribution. For today's Online-marketing-strategies, by promoting through social media only is not enough anymore. Today's customer are has a higher understanding towards the online business and ecommerce. The potential and educated customer needs deeper information about the product, company business profile. The limitation of social media is they only have several feature and application that fulfill the SME's needs to promote their business. . It doesn't mean that using social media as a promotion media would be used. Yet, it still used as a secondary promotion media that will be linked to the main personal website of SME's.

This personal website would be functioned as a sales information systems which is contain product catalog, company profile, the payment procedure, and user information that would not be published.

In adopting the information systems for SME's which is most of them didn't have a special division that handle the information systems, is a problem. By using an instant and user friendly e-commerce software, it is expected that this information systems are able to support SME in organizing and move to next stage of marketing strategies. From these problems this research is entitled as "STRATEGIC IMPLEMENTATION OF AUTOMATED ONLINE SALES INFORMATION SYSTEMS FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE'S (SME's)"

II. THEORETICAL FRAMEWORK

A. Small and medium enterprises

SME's definition has varies meaning around the world. SMEs are usually enterprises that employ no more than 250 employees. The technical definition varies from country to country in the Asia-Pacific region but is usually based on employment, assets, or a combination of the two (Kotelnikov, 2007:2).

Today's, most of firms are using technology and information system to help their business. Most of SME use third parties help to develop their system to reduce the cost, which is collaborate between the IT consultant and the SME's CEO (Levi and Powell, 2004:46). In adopting the information system there is several issues by Levi and Powell (2004:47) as follows:

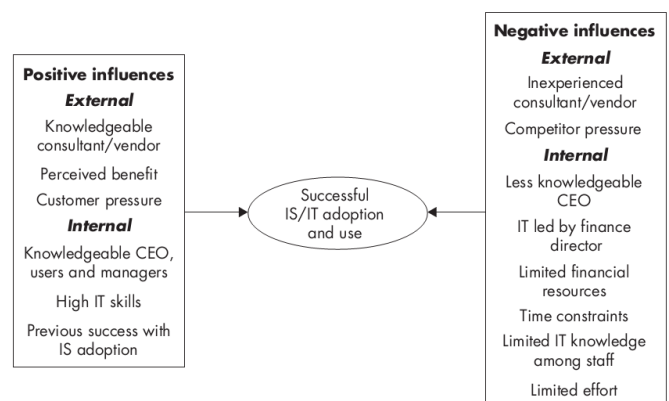


Figure 1: IS an adoption issue in SME's
Sources : Levi and Powell (2004:47)

SME's use the roles of technology to help them in running their business effectively and efficiently. There will several steps on how SME's will adopt the role of ICT based on their necessity.

B. Strategic Implementation of Information System

The strategy implementation is the sum total of the activities and choices required for the execution of a strategic plan. It is the process by which objectives, strategies, and policies are into action through the development of programs, budgets, and procedures. System implementation is one stage of The SDLC approach. SDLC assumes that the life of an IS starts with a need, followed by an assessment of the functions that a system must have to fulfill that need, and ends when the benefits of the system no longer outweigh its maintenance costs.

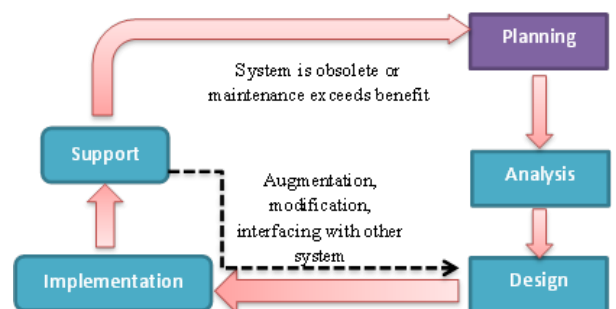


Figure 2 :System Development Life Cycles
Source : Oz (2008:415)

Before Information system is being implemented to the corporate, there is several step in implementing system. There are 6 steps in implementing system as follows (Stewart et. al 2002:682).

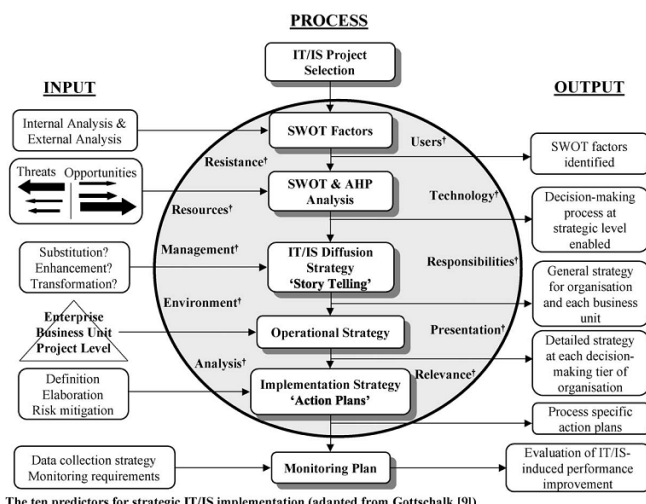


Figure 3 : Strategic is implementation framework

Source : Stewart et. al (2002:682)

1. **SWOT factors:** The system analyst is needed to undertake an external and internal analysis.
2. **SWOT analysis:** is a commonly used tool for analyzing internal and external environments in order to attain a systematic approach and support for a design situation.
3. **IS diffusion strategy 'story telling':** The data gathered from previous step, must be carefully analyzed, the recommendation must be reviewed by whole involved parties.
4. **Operational strategy:** From the IS diffusion strategy, the operational strategy is derived. The detailed operational performance and strategies were developed from previous story telling.
5. **Implementation strategy 'action plans':** The implementation strategy is the most detailed component of the proposed strategic IT/IS implementation framework
6. **Monitoring plan:** There are many consideration should be noted. The activity involved here is including the consider performance measures and data collection strategies required for each IS project implemented by the organization.

C. Automated Sales Information System

Automated sales are sales generated with the use of electronic media to place, process, and schedule delivery of the goods and services ordered (Wisageek, 2013).

There are customer relationship management (CRM), sales force automation (SFA), and the marketing automation.

Marketing automation is a category of software. It streamlines, automates, and measures marketing tasks and workflows. So companies like yours can increase operational efficiency and grow revenue faster (Miller, 2013:6).

SFA is the application of information technology to support the sales function (Ang and Iriana, 2006:214). Thus, SFA is an integration of information and technology (hardware and software) that able to be used to help sales function works efficiently.

D. Strategic Implementation of Automated Online Sales Information system

The first step of system implementation is called as initiation step where there are 6 steps in implementing system as follows (Stewart et. al 2002:682). The steps are SWOT factors, SWOT analysis, IT diffusion strategy, Operational strategy, implementation strategy, and monitoring plan.

One of the most used online store software today is prestahop. Prestahop provide many features such as Catalog, Orders, Customers, Price Rules, Shipping, Localization, Modules, Preferences, Advanced Parameters, Administration, and Stats. This features is a standard modules from prestahop. The more and better feature is available as a separated module that can be purchased directly from prestahop.com.

In creating a relationship between the customers, suppliers, and store a Data flow diagrams (DFDs) that reveal relationships among and between the various components in a program or system. A data flow diagram (DFD) is a drawing that shows how a system's environmental entities, processes, and data are interconnected.

Prestahop provides two basic interfaces for its users, the Front office and Back-Office. Front office provides basic interfaces for user to check their chart and choose an expedition to deliver product. Back Office welcome page is made up of three different areas such as, navigation, dashboard, and prestashop live feed.

III. RESEARCH METHOD

This research will use qualitative method by using case study approach. Qualitative method is a research that tries to reveal the social phenomenon narratively by asking directly to the source of data. Based on Astalin (2013:118) qualitative research is a systematic scientific inquiry which

seeks to build a holistic, largely narrative, description to inform the researcher understands of a social or cultural phenomenon

In analyzing data there is several steps that well known to be done sequentially. In the reality, data analyzing has different treatment for every single research. Data analysis is not off-the-self; rather, it is custom built, revised and choreographed (Huberman and Miles in Creswell 2007:150)

To analyze qualitative data, the researcher engages in the process of moving in analytic circles rather than using a fixed linear approach as shown in figure 4 (Creswell 2007:150).

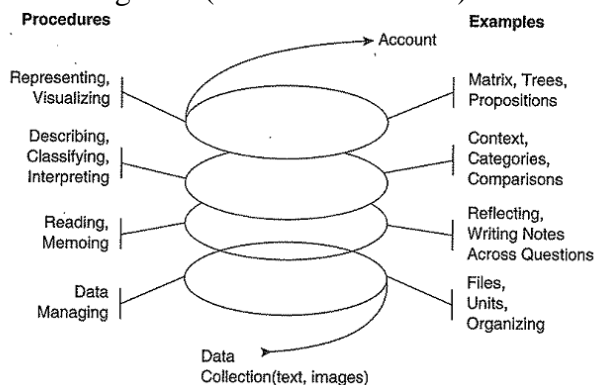


Figure 4 : Loop Data Analysis

Source : Creswell (2007:150)

- 1. First loop (Data Management):** At this stage researcher organize data into file, indexing, or computer database.
- 2. Second loop (Reading, Memoing):** In this step researcher try to read the transcript that already collected in whole database.
- 3. Third loop (Describing, Classifying, and Interpreting):** In this process researcher try to develop the themes through some classification system that already build in the first stage and provide necessary information based on the problems formulation
- 4. Fourth loop (Representing, Visualizing):** In the last stage researcher present the data into necessary information that can be well understood by readers.

IV. RESULT AND DISCUSSION

A. DESCRIPTION SECTION

Tiara Handicraft was established in 1995 and it is just a hobby in the beginning. Start From a hobby to recycle unused goods and another hobby related with cloth material, Mrs. Titik start to combine between unused good and cloth material.

Along with the evolvement of production capacity, Tiara is focus on producing:

- 1) Gifts for newly born babies and other things for babies.
- 2) Household, such as curtain, table clothes, pillows, bed sheets, etc.
- 3) Wedding accessories (souvenirs, bedroom ornaments, ceremony equipment etc.)
- 4) Handbags
- 5) Clothes for children and adults

In Tiara Handicraft the total amount of members is 35 people in which 21 of them is under the training which is most of them is disability people.

The organizational structure in Tiara Handicraft is consisting of one general manager, one creative director which is directly under the general manager supervision. There are four divisional structure in which consists of operational, financial, marketing, and also the material handling and shipping.

B. DATA REDUCTION

Tiara Handicraft sales activity is included into directs selling. Direct selling is a marketing and transaction activity with consumer directly to the consumer.

From the figure above it is explained that there is two customers that Tiara handled. The retail customer is ordinary customer that only would buy the available product in show room or in website.

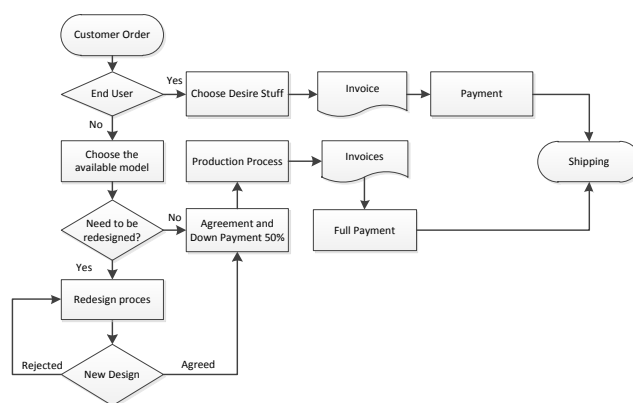


Figure 5: Tiara handicraft selling procedure

Source : Tiara Handicraft, 2014

Tiara handicraft also has its own websites addressed www.tiara-handicraft.com. This is established in order to promote them via internet media. This existing website is categorized as a content management software (CMS) in which is not suitable with the Tiara handicraft needs towards the telemarketing activity and also ecommerce activity.

Basically this website is consisting of two parts. There are the user page and the admin page.

The user page is a main page where the domain page is set, in this case www.tiara-handicraft.com will direct to user main page. While at the admin page, there are several features to manage websites content.

C. DATA ANALYSIS AND INTERPRETATION

Step 1: SWOT Factors

The external factor that Tiara Handicraft has is a relation with its customer, raw material supplier, partner such as BAPENAS and etc. Internal factor that arise from the existing online IS is the difficulties to maintain the system by the marketing department.

Step 2: SWOT Analysis

From the description above it is understood that there were strength, weaknesses, threat, and opportunity when the new system were trying to be implemented at tiara handicraft. The SWOT analyses were described in the table below. This table is written based on the observation process, interview involved employee and also the owner.

Table 1 SWOT Analysis

Strengths 1. High order 2. Qualify member to handle production 3. Qualified member to handle IS 4. Strong business development	Weaknesses 1. Insufficient time for IS maintenance 2. Existing website only provide one direction communication 3. Expensive maintenance of existing websites 4. The less understanding in IS development
Opportunity 1. Interconnected network 2. Cheaper solution is by using <i>Prestashop</i> as ecommerce software 3. Self-management for future ecommerce software	Threat 1. Potential similarities IS with other SME's that use <i>prestashop</i> 2. Lack of maintenance 3. Very competitive industry 4. Hosting system down

Source: Data processed

Step 3: IS Diffusion Strategy

According to Stewart (2006:689), the predictors for the IS benefit constraint is (1) relevance to the organization (2) project environment (3) user utility. The list of these predictors in case of this implementation is as follows:

- 1) Reduce the semi manual communication media such as email, SMS, mail and phone call that not being integrated in the system.
- 2) Several employees will have an access to the *Prestashop* that will be categorized in the administration panel. In which those employee that involved in the sales procedure.

- 3) Customer satisfaction will increase due to fast response of the sales system information and also the fast response from the company employees.

In order to achieve the expected and planned benefit above, the system must consist of the asset and process that will affected by the system (stewart, 2006:684). The Asset and also the processes that will be affected by the implementation of the new sales information system are:

- 1) Improved service activity related to online sales services by using integrated network
- 2) Reduced the paper-based database
- 3) The marketing department will take fully control of the online sales activity followed by involved department such as shipping.
- 4) The sales activity would be reported daily and processed on the same day after the production has been finished.

Step 4: Operational Strategy

This operational strategy is aimed to make a clear step in operating and handle the initial implementation. In the figure 9 below, it is understood that the preliminary step to handle the implementation strategy:

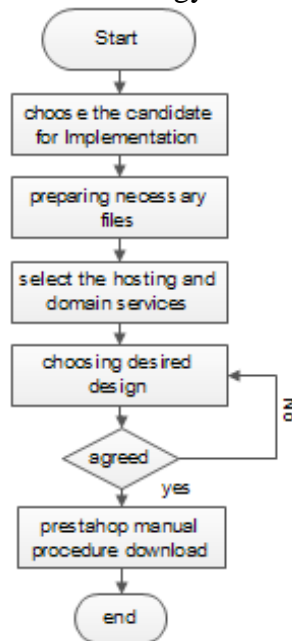


Figure 6: Operational Strategy for proposed Prestashop Implementation

Source : Data Processed

In operating the new system there are several infrastructure requirements in order to support the system. The infrastructure is including the computer set, internet connection, and also a digital camera to capture the product. The

minimum infrastructure requirements are set in the lower requirement.

Table 2 Infrastructure Minimum Requirements

No.	Necessary Infrastructure	Description
1.	Computer	1 Ghz Intel Processor 1 GB RAM Memory 64 MB Graphic Card 1 GB free space on Harddrive (the space may vary depend on the file) LCD Monitor Keyboard and Mouse
2.	Internet Connection	ADSL Modem 350/Kbps or Broadband Modem 100/Kbps
3.	Digital Camera	Pocket camera with more than 12 Mega Pixel sensor for better picture quality

Source: Data processed

This operational strategy is started by choosing the employee from TIARA handicraft that will be a candidate to help the researcher in implementing the strategies.

The next step is by preparing the necessary files and application such as the virtual host software, the prestashop files, and also the other necessary files.

After the necessary files has been chosen, it is the time to choose the hosting provider. After the hosting provider has been chosen the next step is choosing the design desired for prestashop. When the design is agreed then it is finished to be continuing to the implementation stage.

Step 5: Implementation Strategy

In this step the involved employee that would operate the system, will directly handle the system, start from the installation until prestashop back-office integration in which, every single features of ecommerce software (online shop) would be managed. In implementing for the initial step, there are several steps in implementing the ecommerce software shown on table below.

Table 3 Action plan for prestashop installation

1.	Installation of the prestashop web based software <ul style="list-style-type: none"> - System requirements - Hosting integration - Back office initial used
2.	Time dimension <ul style="list-style-type: none"> - This activity is including in the site establishment - This project would be done in two weeks (14)
3.	Cost dimension <ul style="list-style-type: none"> - Prestashop software is free ecommerce software. - The cost that for this project is only to pay the hosting that also covers the domain.
4.	Human resource dimension <ul style="list-style-type: none"> - There will an involvement of the capable employee to works from start to finish of this project.

Source: Data processed

In operating the Prestashop as ecommerce software, it is necessary to understand several steps in implementing this system. Basically there will three basic steps in implementing the system as stated on the table 7 which is in the installation procedure, there will consist of system requirements, hosting integration, and also the initial back office setup.

Table 4 Minimum system requirements

To install on computer	To install on web server
a. Supported operating system: Windows, Mac and Linux	a. A domain name
b. A prepared package: Wamp (for Windows) or Xampp (for Windows and Mac)	b. Web server: Apache 1.3, Apache 2.x, Nginx or Microsoft IIS
c. Web server: Apache 1.3, Apache 2.x, Nginx or Microsoft IIS	c. PHP 5.1+ installed and enabled
d. PHP 5.1+ installed and enabled	d. MySQL 5.0+ installed with a database created
e. MySQL 5.0+ installed with a database created	e. FTP access (ask for your credentials)

Source: www.prestashop.com

From the system requirements above, it is understood that the further implementation steps are as follows:

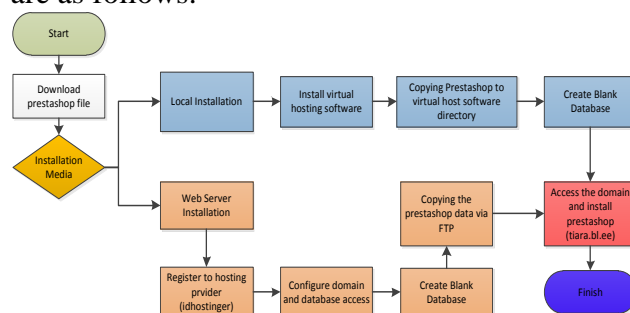


Figure 7 : Detailed Installation procedures

Source : Data processed

In the detailed procedure, basically there will two options to install the prestashop on as shown on figure 7. There will installing on host computer and also installing on the web server. The system interface and the installation would be almost the same between them.

Back-Office

After the installation has been done, the first page will be the front office, but for the admin panel is in the back office. The back office page can be accessed through adding the specific folder of the administrator page where the admin files saved (<https://tiara.bl.ee/admineka>). The initial used of the back office is really matter to understand the function of the back office which is consist of following function such as “Catalog”, “Sales”, “Customer”, “Price Rule”, “Shipping”, “Localization”, “Module”, “Preferences”, “Advanced Parameters”, “administration”, and also the “Statistic” function as shown on the picture 4.

Front-Office

The other part of prestashop that take the larger attention is the front office in tiara.bl.ee in which this web page is similar with the showroom in physical store. This front office is used to interact with the potential customer. This websites front-office is customizable through the back-office page. The navigation page itself is constructed from modules that's why it will looks like building block that can be change whenever the administrator want to change the part.

Sales Procedure by using prestashop

In the implementation stage of prestashop, the sales procedure involved in the previous system, would be rearrange following the prestashop sales procedure. The sales procedure would be shown in the figure 8 below:

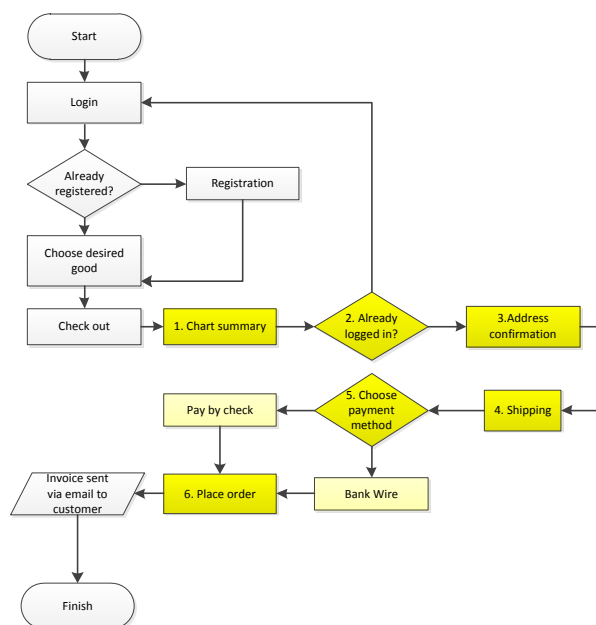


Figure 8: Sales procedure by using prestashop

Source : Data processed

After the sales (purchase) method has been done, the payment method can be done through semi manual procedure adjusting to the prestashop data as follows:

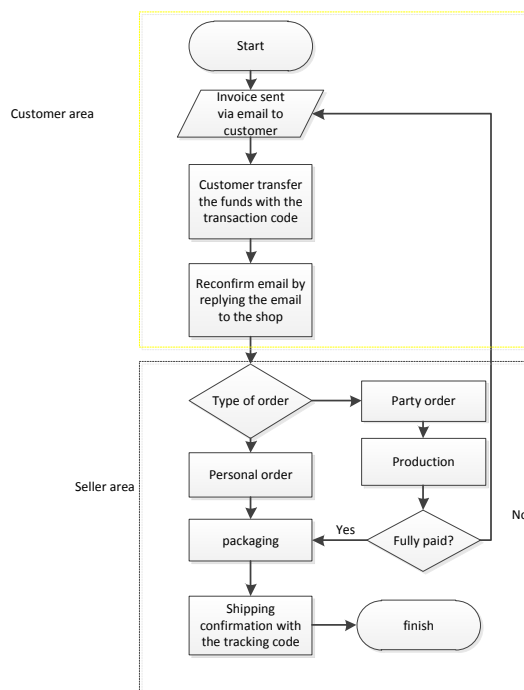


Figure 9: Payment and shipping procedure

Source : Data processed

Step 6: Monitoring Plans

When the system is already implemented, the further step is by analyzing the system usefulness from the end users and also the administrator in which they are involved in this system implementation strategies. In monitor the system performance it can be seen from the statistical data that recorded into the back office feature in the “stats menu”.

D. PROPOSITION

Proposition of this research is stated as follows:

1. If the prestashop as an ecommerce software is being implemented at Tiara Handicraft, it will give the more useful features in ecommerce rather than that the existing one that only contain the product information.
2. If the prestashop as an instant ecommerce software were be implemented at Tiara Handicraft it will reduce the time duration and also built cost of system implementation rather than using the customized software that built by web-developer based on order.
3. If prestashop is being implemented at Tiara Handicraft, it will create an effective sales process, especially at the online sales to widen the market reach.
4. If prestashop is implemented at Tiara Handicraft, the system security would be the more secured rather than that the customized one since it has been used by so many SME's around the world.

V. Closing

A. Conclusion

According to the research conducted at Tiara Handicraft, Surabaya, related with strategic implementation of automated online sales information systems for small and medium enterprise's (SME'S), it is concluded that:

1. Ecommerce networking is a right solution for SME's to move their market and also broaden the market area to move overseas.
2. The competition today's are heating not only for the large enterprise but also for the SME's.
3. In today's IS product, establishing the information system is no longer related with the cost dimension issues in which it may be great barriers for the SME's to use the ecommerce.
4. By using the free software like prestashop it will give the more benefit rather than using the fully customized one that built by web developers or by using the free Content Management System (CMS) in which this kind of IS product only provide several function for ecommerce function.
5. Using prestashop is a whole solution for a low budget SME's that want to have an ecommerce as sales information system since this allow the SME's as user to manage the sites from start to finish of the system implementation.

B. Suggestion

1. In order to maintain the competition especially to reach the outer space of market, implementing the ecommerce software is an alternative that cost effective and efficient.
2. For the next researcher, it is important to find and solve the problem related with the payment procedure.
3. The next researcher may able to increase the system stability and the security level.
4. By using prestasop as ecommerce instant software, the cost of operational can be minimized since the program is not a custom built.
5. By using Prestashop it is expected that the user can draw the sales valuation and evaluation directly from the statistical features included in prestashop.

References

- Ang & Iriana. 2006. Sales force automation: review, critique, research agenda. *International Journal of Management Reviews*: 213-231
- Astalin, Phrasant K. 2013. Qualitative Research Designs: A Conceptual Framework. *International Journal of Social Science & Interdisciplinary Research*: 118-124
- Creswell, John W. 2007. *Qualitative Inquiry & Research Design*. California: Sage Publication
- Kotelnikov, Vadim. 2007. *Small and Medium Enterprises and ICT*. Thailand: Keen Media (Thailand) Co., Ltd
- Levi, Margie and Powell, Philip. 2005. *Strategies for Growth in SME's*. Burlington: Elsevier Limited
- Miller, John. 2013. *The Definitive Guide To Marketing Automation*. San Mateo: Marketo
- Oz, Effi. 2008. *Management Information System Sixth Edition*. Massachutes: Cengage Learning, Inc.
- Partomo, Tiktik. 2004. *Usaha Kecil Menengah Dan Koperasi*. Center for Industry and SME's Studies Faculty of Economics University of Trisakti
- Stewart, et.al. 2002. Strategic implementation of IT/IS projects in construction: a case study. *Automation in Construction* 11 681 – 694. Australia: Elsevier
- Online**
- Wisegeek. 2013. What Is Automated Sales?. [Online] (<http://www.wisegeek.com/what-is-automated-sales.htm>, 29/01/2013 08.01 WIB)
- Tempo news. 2013. UKM Dorong Pertumbuhan Ekonomi Tembus 6,3 Persen, [online] <http://www.tempo.com/read/news/2013/07/03/092493157/UKM-Dorong-Pertumbuhan-Ekonomi-Tembus-63-Persen>, accessed 11/11/2013 10.36 WIB)

STRATEGI IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI PENJUALAN ONLINE TEROTOMATISASI UNTUK USAHA KECIL DAN MENENGAH'S (UKM) (Studi Kasus di Tiara Handicraft Surabaya)

Zakky Zamrudi

Riyadi

Devi Farah Azizah

Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya

Malang

Email: jzakky@gmail.com

ABSTRACT

This research purposes are to give an alternative solution for the Small and Medium enterprises (SME's) to implement an ecommerce information system or also called as online sales information system. The alternative given by this research is by searching for a cheaper and easier alternative ecommerce implementation that easily controlled by the SME's itself. The system implementation was adopting the Stewart framework in system implementation. The research methodologies employed here was using a qualitative research by using case study approach at Tiara-Handicraft Surabaya. The result shows that the new system implementation will give a good direct impact against system control and cost control if the system implementation is carried out.

Keywords: Prestashop, Implementation framework, front-office, back-office, installation

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan solusi alternatif untuk perusahaan-perusahaan Kecil dan Menengah (UKM) untuk menerapkan sistem informasi e-commerce atau disebut juga sebagai sistem informasi penjualan online. Alternatif yang diberikan oleh penelitian ini adalah dengan mencari implementasi e-commerce alternatif yang lebih murah dan lebih mudah yang mudah dikontrol oleh UKM itu sendiri. Implementasi sistem ini mengadopsi kerangka Stewart dalam implementasi sistem. Metodologi penelitian yang digunakan di sini adalah menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus pada Tiara Handicraft Surabaya-. Hasilnya menunjukkan bahwa penerapan sistem baru akan memberikan dampak langsung baik terhadap sistem kontrol dan pengendalian biaya jika implementasi sistem dilakukan.

Kata Kunci: Prestashop, Implementation framework, front-office, back-office, installation

I. PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) saat ini menjadi subjek mendasar bagi pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Ada beberapa alasan mengapa UKM menjadi alasan utama pertumbuhan ekonomi di negara-negara, terutama Negara berkembang.

Partomo (2004) menyatakan beberapa keuntungan dari UKM dibandingkan dengan perusahaan besar sebagai berikut:

1. Inovasi dalam teknologi dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
2. Hubungan manusia di perusahaan kecil familiar.

3. Kemampuan menciptakan kesempatan kerja yang cukup untuk tenaga kerja atau penyerapan.
4. Fleksibilitas dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar dengan cepat dibandingkan dengan perusahaan skala besar pada umumnya birokrasi.
5. Kehadiran dinamisme manajerial dan peran kewirausahaan.

Di Indonesia, UKM mendukung pertumbuhan ekonomi secara terus menerus oleh pertumbuhan dan kontribusi. Syarifudin Hasan di tempo.com (2013) sebagai Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Mikro menyatakan bahwa kontribusi UKM terhadap PDB sebesar 56 persen

dan 97 persen dari kontribusinya terhadap dunia pekerjaan. Ini adalah fakta bahwa UKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi negara.

Dalam rangka meningkatkan kapasitas produksi dan penjualan UKM sebagian besar menggunakan sistem baru dengan menggunakan sistem online. Tren hari ini antara UKM adalah dengan menjual produk mereka melalui internet daripada menggunakan penjualan langsung. Penjualan online saat ini dianggap untuk meningkatkan volume penjualan dengan biaya promosi murah dan distribusi yang mudah.

Saat hari ini online-marketing-strategi, dengan mempromosikan melalui media sosial saja tidak cukup lagi. Pelanggan saat ini sudah memiliki pemahaman yang lebih tinggi terhadap bisnis online dan e-commerce. Potensi dan pendidikan pelanggan membuat para pelanggan lebih mendalam tentang profil bisnis produk, perusahaan. Keterbatasan media sosial adalah mereka hanya memiliki beberapa fitur dan aplikasi yang memenuhi kebutuhan UKM untuk mempromosikan bisnis mereka. Ini tidak berarti bahwa menggunakan media sosial sebagai media promosi akan diabaikan. Namun, itu masih digunakan sebagai media promosi sekunder yang akan dihubungkan dengan situs pribadi utama UKM.

Situs pribadi ini akan difungsikan sebagai sistem informasi penjualan yang berisi katalog produk, profil perusahaan, prosedur pembayaran, dan informasi pengguna yang tidak akan dipublikasikan.

Dalam mengadopsi sistem informasi untuk UKM yang sebagian besar dari mereka tidak memiliki divisi khusus yang menangani sistem informasi, adalah masalah. Dengan menggunakan perangkat lunak instant dan user-friendly, e-commerce, diharapkan sistem informasi ini dapat mendukung UKM dalam mengatur dan pindah ke tahap berikutnya dari strategi pemasaran. Dari masalah ini penelitian ini berhak sebagai "IMPLEMENTASI STRATEGIS OTOMATIS ONLINE INFORMASI PENJUALAN SISTEM UNTUK USAHA KECIL DAN MENENGAH'S (UKM)".

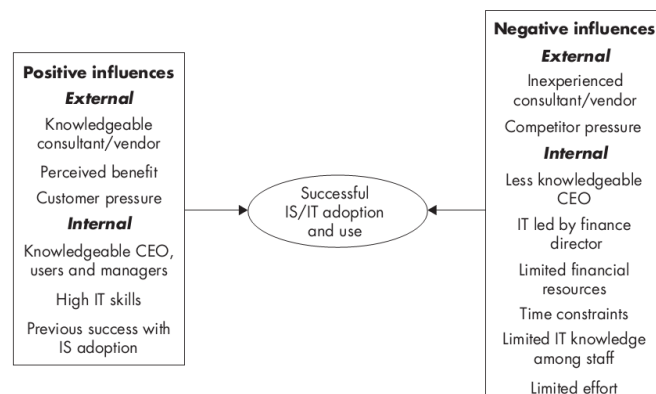
II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Small and medium enterprises

Definisi UKM bervariasi artinyadiseluruh dunia. Pada dasarnya UKM biasanya perusahaan yang mempekerjakan tidak lebih dari 250 karyawan. Definisi teknispun bervariasi dari satu negara ke negara di kawasan Asia-Pasifik, akan

tetapi biasanya didasarkan pada pekerjaan, aset, atau kombinasi dari keduanya (Kotelnikov, 2007: 2).

Saat ini, sebagian besar perusahaan menggunakan teknologi dan sistem informasi untuk membantu bisnis mereka. Sebagian besar UKM menggunakan pihak ketiga membantu mengembangkan sistem mereka untuk mengurangi biaya, yang berkolaborasi antara konsultan IT dan CEO UKM (Levi dan Powell, 2004: 46). Dalam mengadopsi sistem informasi ada beberapa masalah dengan Levi dan Powell (2004: 47) sebagai berikut:



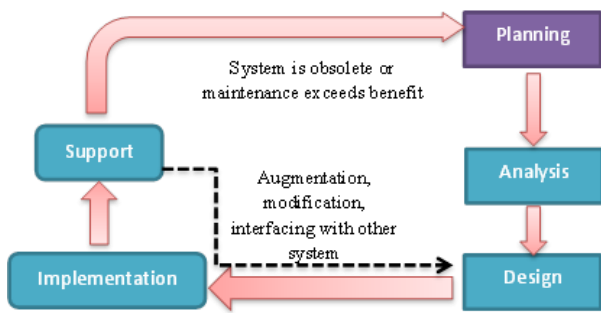
Gambar 1: Masalah adopsi IS di UKM

Sumber: Levi dan Powell (2004: 47)

UKM menggunakan peran teknologi untuk membantu mereka dalam menjalankan bisnis secara efektif dan efisien. Akan ada beberapa langkah tentang bagaimana UKM akan mengadopsi peran ICT berdasarkan kebutuhan mereka.

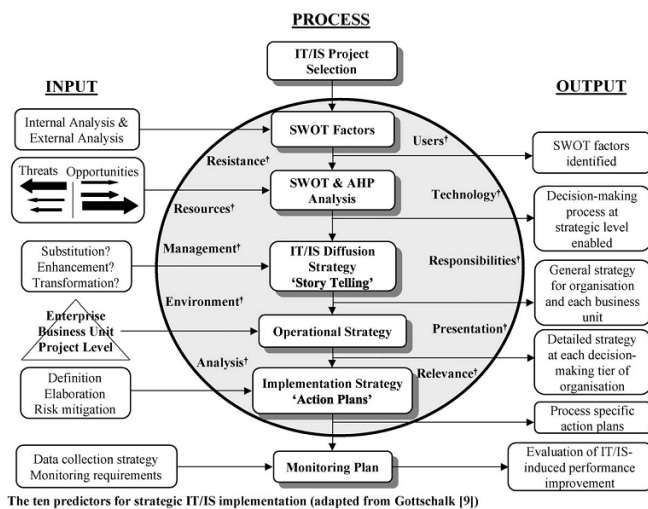
B. Strategi Pelaksanaan Sistem Informasi

Implementasi strategi adalah jumlah total dari kegiatan dan pilihan yang diperlukan untuk pelaksanaan rencana strategis. Ini adalah proses di mana tujuan, strategi, dan kebijakan ke dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Implementasi sistem adalah salah satu tahap pendekatan SDLC. SDLC mengasumsikan bahwa kehidupan seorang IS dimulai dengan kebutuhan, diikuti dengan penilaian terhadap fungsi bahwa sistem harus memiliki untuk memenuhi kebutuhan itu, dan berakhir ketika manfaat dari sistem tidak lagi lebih besar daripada biaya pemeliharaan.



Gambar 2: System Development Life Cycles
Sumber: Oz (2008: 415)

Sebelum sistem informasi dilaksanakan dengan perusahaan, ada beberapa langkah dalam sistem pelaksanaan. Ada 6 langkah dalam pelaksanaan sistem sebagai berikut (Stewart et al 2002: 682).



Gambar 3: Kerangka Implementasi system
Sumber: Stewart et. al (2002:682)

- 1. Faktor SWOT:** Analisis Sistem yang perlu untuk melakukan analisis eksternal dan internal.
- 2. Analisis SWOT:** adalah alat yang umum digunakan untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal untuk mencapai pendekatan yang sistematis dan dukungan untuk situasi desain.
- 3. Strategi difusi IS “Telling Story”:** Data yang dikumpulkan dari langkah sebelumnya, harus dianalisis dengan cermat, rekomendasi harus ditinjau oleh seluruh pihak yang terlibat.
- 4. Strategi Operasional:** Dari strategi difusi IS, strategi operasional berasal. Kinerja operasional yang rinci dan strategi dikembangkan sebelumnya bercerita.
- 5. Implementasi strategi “Action Plan”:** Strategi implementasi merupakan komponen yang paling rinci dari IT strategis yang diusulkan / IS kerangka implementasi

6. Rencana Monitoring: Ada banyak pertimbangan harus diperhatikan. Kegiatan yang terlibat di sini adalah termasuk mempertimbangkan langkah-langkah kinerja dan strategi pengumpulan data yang diperlukan untuk setiap IS proyek yang dilaksanakan oleh organisasi.

C. Sistem Informasi Penjualan Otomatis

Penjualan otomatis adalah penjualan yang dihasilkan dengan menggunakan media elektronik ke tempat, proses, dan jadwal pengiriman barang dan jasa yang dipesan (WiseGeek, 2013).

Ada manajemen hubungan pelanggan (CRM), tenaga penjualan otomatis (SFA), dan otomatisasi pemasaran.

Otomatisasi pemasaran termasuk kategori perangkat lunak. Ini arus, secara otomatis, dan mengukur tugas pemasaran dan alur kerja. Jadi perusahaan seperti Anda dapat meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan pendapatan lebih cepat (Miller, 2013: 6).

SFA adalah aplikasi informasi techno-logi untuk mendukung fungsi penjualan (Ang dan Iriana, 2006: 214). Dengan demikian, SFA merupakan integrasi dari informasi dan teknologi (hardware dan software) yang dapat digunakan untuk membantu fungsi penjualan bekerja secara efisien.

D. Strategis Pelaksanaan Sistem informasi Penjualan Automated online

Langkah pertama implementasi sistem ini disebut sebagai inisiasi langkah di mana ada 6 langkah dalam sistem pelaksanaan sebagai berikut (Stewart et al 2002: 682). Langkah-langkahnya adalah faktor SWOT, analisis SWOT, strategi difusi IT, strategi operasional, strategi implementasi, dan rencana pemantauan.

Salah satu yang paling sering digunakan perangkat toko online hari ini adalah prestahop. Prestahop menyediakan banyak fitur seperti katalog, Pesanan, Pelanggan, Harga Aturan, Pengiriman, Localization, Modul, Preferences, Advanced Parameter, Administrasi, dan Statistik. Modul yang dimiliki adalah modul standar dari prestahop. Semakin banyak dan lebih baik fitur yang tersedia sebagai modul terpisah yang dapat dibeli langsung dari prestahop.com.

Dalam menciptakan hubungan antara pelanggan, pemasok, dan took, sebuah Data flow diagram (DFD) akan mengungkapkan hubungan antara dan antara berbagai komponen dalam program atau sistem. Sebuah diagram aliran data (DFD) adalah gambar yang menunjukkan

bagaimana entitas suatu sistem lingkungan, proses, dan data yang saling berhubungan.

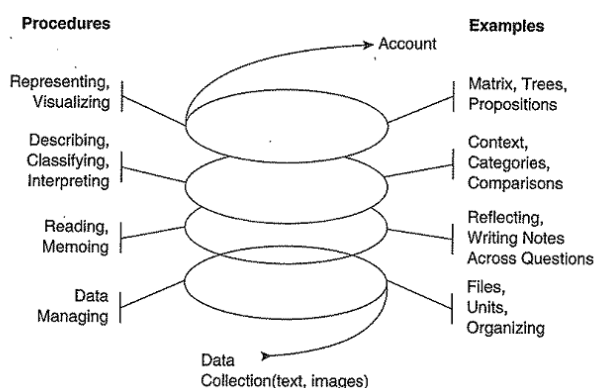
Prestahop memberikan dua antarmuka dasar bagi pengguna, yaitu Front-office dan Back-Office. Front office memberikan interface dasar bagi pengguna untuk memeriksa grafik mereka dan memilih sebuah ekspedisi untuk memberikan produk. Kembali halaman selamat datang Office terdiri dari tiga wilayah yang berbeda seperti, navigasi, dashboard, dan prestashop pakan hidup.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif merupakan penelitian yang mencoba untuk mengungkapkan fenomena sosial naratif dengan meminta langsung ke sumber data. Berdasarkan Astalin (2013: 118) penelitian kualitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis yang bertujuan untuk membangun holistik, sebagian besar narasi, deskripsi untuk menginformasikan peneliti memahami fenomena sosial atau budaya

Dalam menganalisis data ada beberapa langkah yang dikenal harus dilakukan secara berurutan. Pada kenyataannya, data analisis memiliki perlakuan yang berbeda untuk setiap penelitian tunggal. Analisis data tidak off-the-diri; melainkan custom, direvisi dan koreografer (Huberman dan Miles dalam Creswell 2007: 150)

Untuk menganalisis data kualitatif, peneliti terlibat dalam proses bergerak dalam lingkaran analitik daripada menggunakan pendekatan linear tetap seperti pada gambar 4 (Creswell 2007: 150).



Gambar 4: Loop Analisis Data

Sumber: Creswell (2007: 150)

1. Lingkaran pertama (Data Management): Pada tahap ini peneliti mengatur data ke dalam file, pengindeksan, atau database komputer.
2. Lingkaran Kedua (Reading, Memoing): Pada langkah ini peneliti mencoba untuk membaca transkrip yang sudah dikumpulkan dalam seluruh database.

3. Lingkaran ketiga (Menggambarkan, Klasifikasi, dan Juru Bahasa): Dalam proses ini peneliti berusaha mengembangkan tema melalui beberapa sistem klasifikasi yang sudah membangun di tahap pertama dan memberikan informasi yang diperlukan berdasarkan perumusan masalah
4. Lingkaran Keempat (Mewakili, Visualisasi): Dalam peneliti tahap terakhir menyajikan data menjadi informasi yang diperlukan yang dapat dipahami dengan baik oleh pembaca.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Tiara Handicraft didirikan pada tahun 1995 dan itu hanya hobi di awal. Mulai Dari hobi untuk mendaur ulang barang-barang yang tidak terpakai dan hobi lain yang terkait dengan bahan kain, Ny Titik mulai menggabungkan antara terpakai baik dan bahan kain.

Seiring dengan perkembangan kapasitas produksi, Tiara adalah fokus pada menghasilkan:

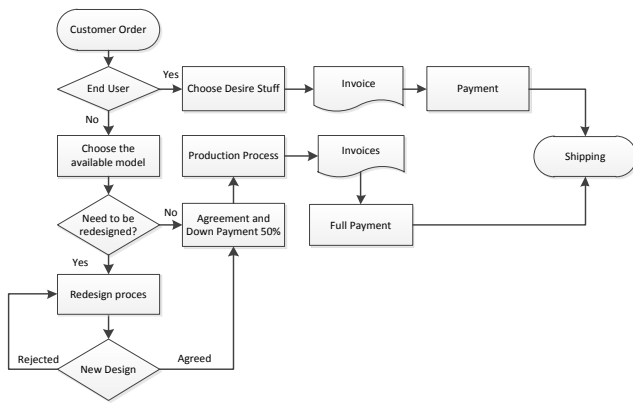
- 1) Hadiah untuk bayi baru lahir dan hal-hal lain untuk bayi.
- 2) Rumah Tangga, seperti tirai, taplak meja, bantal, seprai, dll
- 3) aksesoris pernikahan (souvenir, hiasan kamar tidur, peralatan upacara dll)
- 4) Handbags
- 5) Pakaian untuk anak-anak dan orang dewasa

Di Tiara Handicraft jumlah total anggota 35 orang di mana 21 di antaranya berada di bawah pelatihan yang sebagian besar dari mereka adalah orang-orang cacat.

Struktur organisasi di Tiara Handicraft yang terdiri dari satu manajer umum, seorang direktur kreatif yang langsung di bawah manajer pengawasan umum. Ada empat struktur divisi yang terdiri dari operasional, keuangan, pemasaran, dan juga penanganan material dan pengiriman.

B. Reduksi Data

Aktivitas penjualan Tiara Handicraft termasuk dalam mengarahkan penjualan. Penjualan langsung adalah kegiatan pemasaran dan transaksi dengan konsumen secara langsung ke konsumen. Dari gambar di atas dijelaskan bahwa ada dua pelanggan yang Tiara ditangani. Pelanggan ritel pelanggan biasa yang hanya akan membeli produk yang tersedia di show room atau di situs web.



Gambar 5: prosedur penjualan kerajinan Tiara
 Sumber: *Tiara Handicraft, 2014*

Tiara Handicraft juga memiliki website sendiri ditujukan www.tiara-handicraft.com. Hal ini didirikan dalam rangka untuk mempromosikan mereka melalui media internet. Website ini ada dikategorikan sebagai perangkat lunak manajemen konten (CMS) yang tidak sesuai dengan kebutuhan Tiara kerajinan terhadap kegiatan telemarketing dan juga aktivitas e-commerce.

Pada dasarnya website ini terdiri dari dua bagian. Ada halaman pengguna dan halaman admin. Halaman pengguna adalah halaman utama di mana halaman domain diatur, dalam hal ini www.tiara-handicraft.com akan langsung ke pengguna halaman utama. Sementara di halaman admin, ada beberapa fitur untuk mengelola konten website.

C. ANALISIS DATA DAN INTERPRETASI

Langkah 1: Faktor SWOT

Faktor eksternal yang Tiara Handicraft memiliki adalah hubungan dengan pelanggan, pemasok bahan baku, mitra seperti BAPENAS dan lain-lain Faktor internal yang muncul dari yang sudah ada secara online IS kesulitan untuk mempertahankan sistem oleh departemen pemasaran.

Langkah 2: Analisis SWOT

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa ada kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang ketika sistem baru mencoba untuk diimplementasikan pada tiara kerajinan. Analisis SWOT digambarkan dalam tabel di bawah. Tabel ini ditulis berdasarkan proses observasi, wawancara terlibat karyawan dan juga pemilik.

Tabel Analisis SWOT 1

Strengths	Weaknesses
1. High order 2. Qualify member to handle production 3. Qualified member to handle IS 4. Strong business development	1. Insufficient time for IS maintenance 2. Existing website only provide one direction communication 3. Expensive maintenance of existing websites 4. The less understanding in IS development
Opportunity	Threat
1. Interconnected network 2. Cheaper solution is by using Prestashop as ecommerce software 3. Self-management for future ecommerce software	1. Potential similarities IS with other SME's that use prestashop 2. Lack of maintenance 3. Very competitive industry 4. Hosting system down

Sumber: *Data diolah*

Langkah 3: IS Strategi Difusi

Menurut Stewart (2006: 689), prediktor untuk kendala manfaat IS (1) relevansi dengan organisasi (2) lingkungan proyek (3) utilitas pengguna. Daftar prediktor tersebut dalam hal pelaksanaan ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengurangi media komunikasi semi manual seperti email, SMS, email dan panggilan telepon yang tidak terintegrasi dalam sistem.
- 2) Beberapa karyawan akan memiliki akses ke PrestaShop yang akan dikategorikan dalam panel administrasi. Di mana karyawan mereka yang terlibat dalam prosedur penjualan.
- 3) Kepuasan pelanggan akan meningkat karena respon yang cepat dari sistem informasi penjualan dan juga respon yang cepat dari karyawan perusahaan.

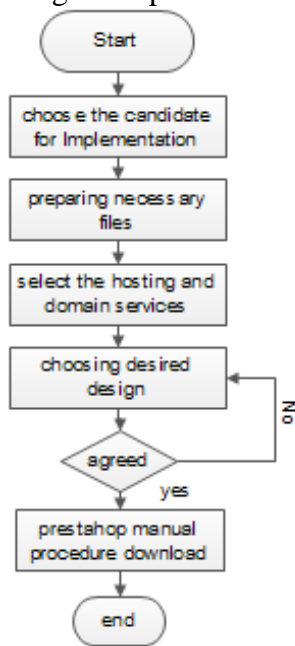
Untuk mencapai manfaat yang diharapkan dan direncanakan di atas, sistem harus terdiri dari aset dan proses yang akan dipengaruhi oleh sistem (stewart, 2006: 684). The Asset dan juga proses-proses yang akan dipengaruhi oleh pelaksanaan sistem informasi penjualan baru adalah:

- 1) Peningkatan kegiatan pelayanan yang berkaitan dengan layanan penjualan online dengan menggunakan jaringan terpadu
- 2) Mengurangi database berbasis kertas
- 3) Departemen pemasaran akan mengambil sepenuhnya kendali aktivitas penjualan online diikuti oleh departemen yang terlibat seperti pengiriman.
- 4) aktivitas penjualan akan dilaporkan setiap hari dan diproses pada hari yang sama setelah produksi telah selesai.

Langkah 4: Strategi Operasional

Strategi operasional ini bertujuan untuk membuat langkah yang jelas dalam operasi dan menangani pelaksanaan awal. Pada gambar 9 di

bawah ini, dapat dipahami bahwa langkah awal untuk menangani implementasi strategi:



Gambar 6: Strategi Operasional untuk diusulkan Pelaksanaan PrestaShop

Sumber: Data Olahan

Dalam mengoperasikan sistem baru ada beberapa kebutuhan infrastruktur dalam rangka mendukung sistem. Infrastruktur tersebut termasuk set komputer, koneksi internet, dan juga kamera digital untuk menangkap produk. Kebutuhan infrastruktur minimum yang dibutuhkan oleh system adalah sebagai berikut.

Tabel 2 Infrastruktur Persyaratan Minimum

No.	Necessary Infrastructure	Description
1.	Computer	1 Ghz Intel Processor 1 GB RAM Memory 64 MB Graphic Card 1 GB free space on Harddrive (the space may vary depend on the file) LCD Monitor Keyboard and Mouse
2.	Internet Connection	ADSL Modem 350/Kbps or Broadband Modem 100/Kbps
3.	Digital Camera	Pocket camera with more than 12 Mega Pixel sensor for better picture quality

Sumber: Data diolah

Strategi operasional ini dimulai dengan memilih karyawan dari TIARA yang akan menjadi kandidat untuk membantu peneliti dalam menerapkan strategi.

Langkah berikutnya adalah dengan mempersiapkan file yang diperlukan dan aplikasi seperti software virtual tuan rumah, file prestashop, dan juga file-file lain yang diperlukan.

Setelah file yang diperlukan telah dipilih, itu adalah waktu untuk memilih penyedia hosting. Setelah penyedia hosting telah dipilih langkah berikutnya adalah memilih desain yang diinginkan

untuk prestashop. Ketika desain disepakati maka selesai akan berlanjut ke tahap implementasi.

Langkah 5: Strategi Implementasi

Pada tahap ini karyawan yang terlibat yang akan mengoperasikan sistem, langsung akan menangani sistem, mulai dari instalasi sampai integrasi prestashop back-office di mana, setiap fitur dari perangkat lunak e-commerce (toko online) akan dikelola. Dalam melaksanakan untuk langkah awal, ada beberapa langkah dalam melaksanakan e-commerce software ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 3 Rencana Aksi 3 untuk instalasi prestashop

1.	Installation of the prestashop web based software - System requirements - Hosting integration - Back office initial used
2.	Time dimension - This activity is including in the site establishment - This project would be done in two weeks (14)
3.	Cost dimension - Prestashop software is free ecommerce software. - The cost that for this project is only to pay the hosting that also covers the domain.
4.	Human resource dimension - There will an involvement of the capable employee to works from start to finish of this project.

Sumber: Data diolah

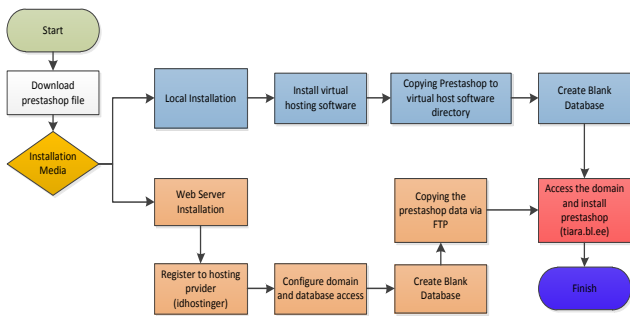
Dalam operasi PrestaShop sebagai perangkat lunak e-commerce, perlu untuk memahami beberapa langkah dalam menerapkan sistem ini. Pada dasarnya ada tiga langkah dasar akan dalam menerapkan sistem sebagaimana tercantum pada tabel 7 yang dalam prosedur instalasi, akan terdiri dari persyaratan sistem, tuan integrasi, dan juga pengaturan awal back office.

Tabel 4 Persyaratan sistem minimum

To install on computer	To install on web server
a. Supported operating system: Windows, Mac and Linux	a. A domain name
b. A prepared package: Wamp (for Windows) or Xampp (for Windows and Mac)	b. Web server: Apache 1.3, Apache 2.x, Nginx or Microsoft IIS
c. Web server: Apache 1.3, Apache 2.x, Nginx or Microsoft IIS	c. PHP 5.1+ installed and enabled
d. PHP 5.1+ installed and enabled	d. MySQL 5.0+ installed with a database created
e. MySQL 5.0+ installed with a database created	e. FTP access (ask for your credentials)

Sumber: www.prestashop.com

Dari persyaratan sistem di atas, dapat dipahami bahwa langkah-langkah pelaksanaan lebih lanjut adalah sebagai berikut:



Gambar 7: Detil prosedur Instalasi

Sumber: Data diolah

Dalam prosedur terperinci, pada dasarnya ada dua pilihan akan menginstal prestashop pada seperti yang ditunjukkan pada gambar 7 Akan menginstal pada komputer host dan juga menginstal pada server web. Sistem antarmuka dan instalasi akan hampir sama di antara mereka.

Back-Office

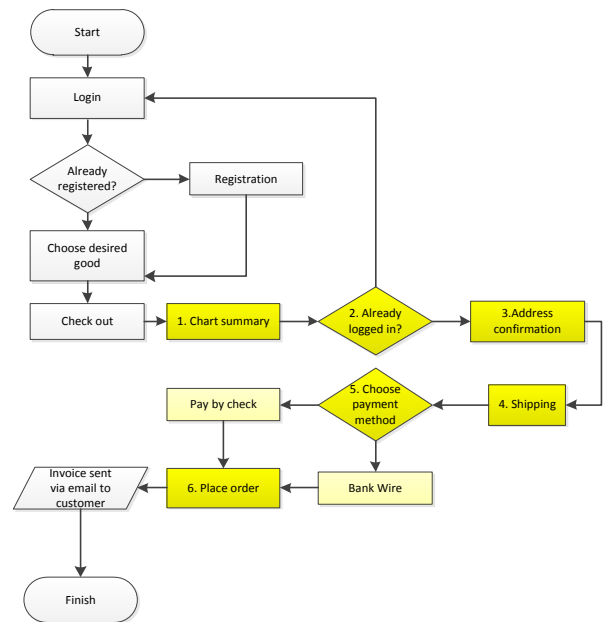
Setelah instalasi telah dilakukan, halaman pertama akan menjadi front office, tapi untuk panel admin adalah di belakang kantor. Halaman back office dapat diakses melalui menambahkan folder tertentu dari halaman administrator dimana file admin disimpan (<https://tiara.bl.ee/admineka>). Awal yang digunakan dari back office benar-benar peduli untuk memahami fungsi back office yang terdiri dari fungsi berikut seperti "Katalog", "Penjualan", "pelanggan", "Rule Harga", "Pengiriman", "Lokalisasi", "Modul", "Preferences", "Advanced Parameter", "administrasi", dan juga "Statistik" fungsi seperti yang ditunjukkan pada gambar 4.

Front-Office

Bagian lain dari prestashop yang menarik perhatian yang lebih besar adalah front office di tiara.bl.ee di mana halaman web ini mirip dengan showroom di toko fisik. Kantor depan ini digunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan potensial. Situs ini front-office disesuaikan melalui halaman back-office. Halaman navigasi itu sendiri dibangun dari modul itu sebabnya itu akan terlihat seperti blok bangunan yang dapat berubah setiap kali administrator ingin mengubah bagian.

Prosedur Penjualan dengan menggunakan prestashop

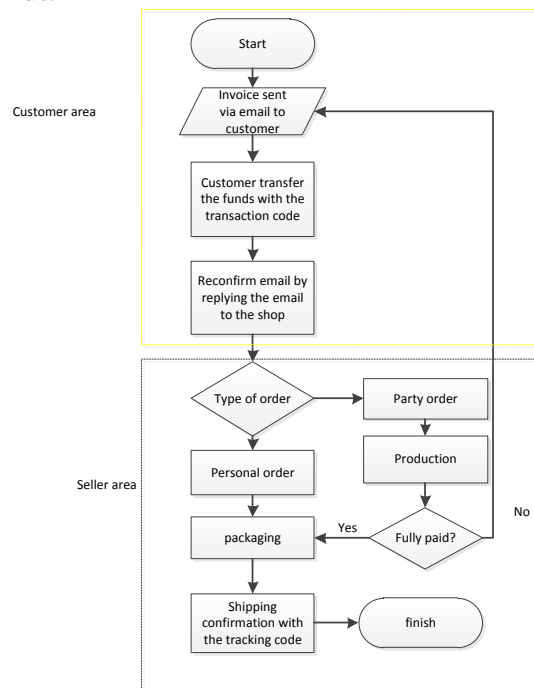
Pada tahap pelaksanaan prestashop, prosedur penjualan yang terlibat dalam sistem sebelumnya, akan mengatur ulang mengikuti prosedur penjualan prestashop. Prosedur penjualan akan ditampilkan pada gambar 8 di bawah ini:



Gambar 8: Prosedur Penjualan dengan menggunakan prestashop

Sumber: Data diolah

Setelah (pembelian) metode penjualan yang telah dilakukan, metode pembayaran dapat dilakukan melalui prosedur semi manual menyesuaikan diri dengan data prestashop sebagai berikut:



Gambar 9: Pembayaran dan pengiriman prosedur

Sumber: Data diolah

Langkah 6: Pemantauan Rencana

Ketika sistem sudah diterapkan, langkah selanjutnya adalah dengan menganalisis sistem kegunaan dari pengguna akhir dan juga administrator di mana mereka terlibat dalam hal ini strategi implementasi sistem. Dalam monitor

kinerja sistem dapat dilihat dari data statistik yang direkam ke dalam fitur back office dalam "stats menu".

D. PROPOSISI

Proposisi penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

1. Jika prestashop sebagai perangkat lunak e-commerce yang dilaksanakan di Tiara Handicraft, akan memberikan fitur yang lebih berguna dalam e-commerce bukan bahwa sudah ada yang hanya berisi informasi produk.
2. Jika prestashop sebagai perangkat lunak e-commerce instan yang dilaksanakan di Tiara Handicraft akan mengurangi durasi waktu dan biaya juga dibangun dari implementasi sistem daripada menggunakan perangkat lunak yang disesuaikan yang dibangun oleh web-developer berdasarkan pesanan.
3. Jika prestashop sedang dilaksanakan di Tiara Handicraft, itu akan membuat proses penjualan yang efektif, terutama pada penjualan online untuk memperluas jangkauan pasar.
4. Jika prestashop dilaksanakan di Tiara Handicraft, sistem keamanan akan menjadi lebih aman daripada yang yang disesuaikan karena telah digunakan oleh begitu banyak UKM di seluruh dunia.

V. Penutup

A. Kesimpulan

Menurut penelitian yang dilakukan di Tiara Handicraft, Surabaya, terkait dengan implementasi strategis sistem informasi penjualan online otomatis untuk kecil dan menengah perusahaan itu (UKM'S), dapat disimpulkan bahwa:

- B. 1 jaringan E-commerce merupakan solusi yang tepat untuk UKM untuk memindahkan pasar mereka dan juga memperluas wilayah pasar untuk bergerak di luar negeri.
- C. 2. today's kompetisi yang memanas tidak hanya untuk perusahaan besar tetapi juga untuk UKM.
- D. 3 Dalam today's IS produk, membangun sistem informasi tidak lagi terkait dengan masalah dimensi biaya yang mungkin hambatan besar bagi UKM untuk menggunakan e-commerce tersebut.
5. Dengan menggunakan perangkat lunak bebas seperti prestashop akan memberikan manfaat lebih daripada menggunakan satu sepenuhnya disesuaikan yang dibangun oleh pengembang web atau dengan menggunakan free Content Management System (CMS) di mana jenis

produk IS hanya menyediakan beberapa fungsi untuk fungsi e-commerce.

6. Menggunakan prestashop adalah solusi keseluruhan untuk anggaran yang rendah UKM yang ingin memiliki e-commerce sebagai sistem informasi penjualan karena ini memungkinkan UKM sebagai pengguna untuk mengelola situs dari awal sampai akhir pelaksanaan sistem.

B. Saran

1. Dalam rangka mempertahankan kompetisi terutama untuk mencapai luar angkasa dari pasar, menerapkan perangkat lunak e-commerce merupakan alternatif yang hemat biaya dan efisien.
2. Untuk peneliti selanjutnya, penting untuk menemukan dan memecahkan masalah yang berkaitan dengan prosedur pembayaran.
3. Peneliti selanjutnya dapat mampu meningkatkan stabilitas sistem dan tingkat keamanan.
4. Dengan menggunakan prestashop sebagai perangkat lunak instan e-commerce, biaya operasional dapat diminimalisir karena program ini bukan merupakan kebiasaan dibangun.
5. Dengan menggunakan Prestashop diharapkan pengguna dapat menggambar valuasi penjualan dan evaluasi langsung dari fitur statistik termasuk dalam prestashop.

Daftar Pustaka

- Ang & Iriana. 2006. Sales force automation: review, critique, research agenda. *International Journal of Management Reviews*: 213-231
- Astalin, Phrasant K. 2013. Qualitative Research Designs: A Conceptual Framework. *International Journal of Social Science & Interdisciplinary Research*: 118-124
- Creswell, John W. 2007. *Qualitative Inquiry & Research Design*. California: Sage Publication
- Kotelnikov, Vadim. 2007. *Small and Medium Enterprises and ICT*. Thailand: Keen Media (Thailand) Co., Ltd
- Levi, Margie and Powell, Philip. 2005. *Strategies for Growth in SME's*. Burlington: Elsevier Limited
- Miller, John. 2013. *The Definitive Guide To Marketing Automation*. San Mateo: Marketo

Oz, Effi. 2008. Management Information System Sixth Edition. Massachutes: Cencage Learning, Inc.

Partomo, Tiktik. 2004. Usaha Kecil Menengah Dan Koperasi. Center for Industry and SME's Studies Faculty of Economics University of Trisakti

Stewart, et.al. 2002. Strategic implementation of IT/IS projects in construction: a case study. Automation in Construction 11 681 – 694. Australia: Elsevier

Online

WisegEEK. 2013. What Is Automated Sales?. [Online] (<http://www.wisegEEK.com/what-is-automated-sales.htm>, 29/01/2013 08.01 WIB)

Tempo news. 2013. UKM Dorong Pertumbuhan Ekonomi Tembus 6,3 Persen, [online] <http://www.tempo.com/read/news/2013/07/03/092493157/UKM-Dorong-Pertumbuhan-Ekonomi-Tembus-63-Persen>, accessed 11/11/2013 10.36 WIB)