

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, PROPOSISI

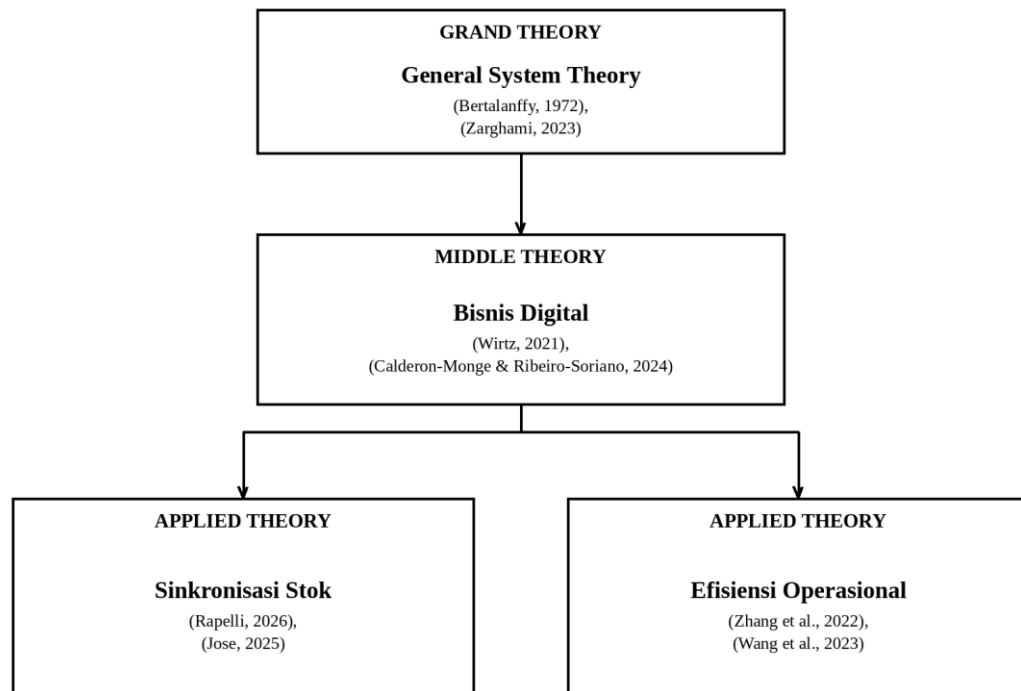
2.1 kajian Pustaka

Menurut pandangan Sugiyono (2023), teori merupakan struktur pengetahuan yang terdiri dari elemen konseptual dan proposisional yang disusun secara sistematis untuk menjelaskan serta memprediksi fenomena melalui keterkaitan antarvariabel. Dalam penelitian ini, tinjauan pustaka disusun menggunakan tiga tingkatan analisis: *Grand Theory*, *Middle Theory*, dan *Applied Theory*.

Penelitian ini mencakup 3 landasan teori, yaitu *Grand Theory*, *Middle Theory*, dan *Applied Theory*. Untuk *Grand Theory* membahas mengenai Manajemen. *Middle Theory* membahas Bisnis Digital, dan untuk *Applied Theory* yakni membahas mengenai sinkronisasi stok dan efisiensi operasional.

2.1.1 Landasan Teori

Landasan teori merupakan kumpulan konsep, teori, dan hasil pemikiran ilmiah yang digunakan sebagai dasar dalam memahami, menjelaskan, dan menganalisis fenomena yang diteliti. Keberadaan landasan teori memberikan arah bagi peneliti dalam mengkaji permasalahan penelitian secara sistematis serta menjadi acuan dalam penyusunan kerangka pemikiran dan pembahasan hasil penelitian. Dalam penelitian ini, landasan teori digunakan untuk memberikan pemahaman mengenai pemanfaatan aplikasi Ginee dalam sinkronisasi stok antara Shopee dan TikTok Shop serta kaitannya dengan efisiensi operasional di Hap-Hap Sports. Berikut peneliti sajikan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini:



Gambar 2. 1 Kerangka Teori

2.1.2 Manajemen

Manajemen merupakan salah satu aspek fundamental dalam setiap organisasi karena berperan sebagai landasan dalam mengarahkan, mengoordinasikan, dan mengendalikan berbagai sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Penerapan manajemen yang efektif memungkinkan organisasi mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya manusia, keuangan, teknologi, maupun informasi sehingga aktivitas operasional dapat berjalan secara efisien dan efektif (Robbins & Coulter, 2021).

2.1.2.1 Pengertian Manajemen

Manajemen berasal dari kata bahasa Inggris “*to manage*” yang memiliki arti mengelola atau mengurus, mengendalikan, mengusahakan dan juga memimpin. Manajemen dapat diartikan sebagai ilmu dan seni. Aktivitas manajemen pada

organisasi ditujukan pada usaha untuk mencapai tujuan organisasi. Pendekatan manajemen dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis, membuat atau membangun konseptual kerja, kemudian melakukan identifikasi. Oleh sebab itu manajemen merupakan seluruh proses yang berkaitan dengan keberadaan jenis lembaga, berbagai aktivitas posisi dalam organisasi dan pengalaman pada lingkungan yang terdapat berbagai macam persoalan kehidupan pada organisasi dan lingkungannya. Berikut ini ada beberapa definisi manajemen yang dikemukakan oleh para ahli, diantaranya:

Menurut Robbins (2019), menyatakan bahwa: *“Management is a process of getting work done effectively and efficiently with and through other people. This is achieved by executing four management functions: planning, organizing, leading, and controlling. These functions ensure that organizational goals are met and resources are utilized optimally”*

Menurut Imbron & Pamungkas (2021), mengatakan bahwa : “Manajemen adalah ilmu dan seni yang melakukan proses pencapaian tujuan dengan pemanfaatan sumber daya yang ada di dalam organisasi secara efisien dan efektif. Terdapat unsur-unsur yang disebut dengan 6M, yaitu *men, money, method, materials, machines, dan market*. Unsur-unsur ini saling berinteraksi untuk mencapai tujuan organisasi”

Menurut Opatha & Abdullah (2026), menyatakan bahwa: manajemen merupakan proses yang berkesinambungan, sistematis, dan berorientasi pada tujuan yang melibatkan koordinasi manusia, pemanfaatan sumber daya secara efektif, serta penyesuaian terhadap faktor-faktor lingkungan organisasi untuk mencapai hasil

yang diinginkan. Definisi ini menekankan bahwa manajemen tidak hanya berfokus pada penggunaan sumber daya, tetapi juga pada kemampuan organisasi dalam beradaptasi dengan perubahan lingkungan.

Dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan ilmu yang melakukan suatu proses untuk mencapai sebuah tujuan secara efektif dan efisien dengan menggunakan berbagai unsur.

2.1.2.2 Fungsi Manajemen

Fungsi Manajemen merupakan serangkaian proses yang terdiri dari berbagai elemen dan kegiatan yang saling berkaitan. Meskipun terdapat perbedaan sudut pandang, para ahli pada dasarnya memiliki kesamaan dalam mengidentifikasi fungsi-fungsi utama manajemen. Menurut Robbins & Coulter (2021:38), terdapat empat fungsi manajemen yang perlu dijalankan secara konsisten, yaitu:

1. Fungsi Perencanaan (*Planning*)

Dalam menjalankan fungsi ini, seorang manajer dituntut untuk menetapkan sasaran yang ingin dicapai, merancang strategi yang tepat, menyusun rencana kerja yang menyeluruh, serta mengkoordinasikan berbagai aktivitas agar seluruh upaya organisasi bergerak ke arah yang sama.

2. Fungsi Pengorganisasian (*Organizing*)

Pada fungsi ini, manajer bertugas merancang pembagian kerja secara jelas, mulai dari menentukan tugas-tugas yang perlu diselesaikan, menetapkan siapa yang bertanggung jawab atas masing-masing tugas,

hingga menentukan bagaimana tugas-tugas tersebut dikelompokkan dalam struktur organisasi serta di mana keputusan penting harus diambil.

3. Fungsi Kepemimpinan (*Leading*)

Fungsi kepemimpinan menuntut seorang manajer untuk mampu menggerakkan dan mengarahkan anggota organisasinya. Hal ini mencakup upaya memotivasi bawahan, membantu menyelesaikan konflik yang muncul, mengarahkan individu maupun kelompok dalam bekerja, serta memilih metode komunikasi yang paling efektif sesuai situasi.

4. Fungsi Pengendalian (*Controlling*)

Untuk memastikan bahwa tujuan organisasi dapat tercapai sebagaimana yang telah direncanakan, manajer perlu melakukan pemantauan dan evaluasi kinerja secara berkelanjutan. Apabila terdapat kesenjangan antara kinerja aktual dan target yang ditetapkan, manajer bertanggung jawab untuk mengambil tindakan korektif guna mengembalikan pekerjaan ke jalur yang seharusnya.

Pendapat yang sejalan juga dikemukakan oleh Griffin (2021), yang menyebutkan empat fungsi manajemen sebagai berikut:

1. Fungsi Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan pada dasarnya adalah proses menetapkan tujuan organisasi sekaligus menentukan cara terbaik untuk mencapainya. Di dalamnya terkandung proses pengambilan keputusan, yaitu memilih tindakan yang paling tepat dari berbagai alternatif yang tersedia. Kejelasan

tujuan dan rencana akan membantu manajer mengalokasikan waktu dan sumber daya secara lebih efektif.

2. Fungsi Pengorganisasian (*Organizing*)

Setelah rencana ditetapkan, langkah berikutnya adalah mengatur sumber daya manusia dan sumber daya lainnya agar dapat mendukung pelaksanaan rencana tersebut. Pengorganisasian mencakup penentuan bagaimana kegiatan dan sumber daya dikelompokkan agar proses kerja berjalan secara sistematis dan efisien.

3. Fungsi Kepemimpinan (*Leading*)

Kepemimpinan sering dipandang sebagai fungsi manajerial yang paling menentukan. Melalui fungsi ini, manajer berupaya mendorong seluruh anggota organisasi untuk bekerja secara sinergis demi tujuan bersama, dengan mengoptimalkan potensi setiap individu yang ada.

4. Fungsi Pengendalian (*Controlling*)

Sebagai fungsi penutup dalam siklus manajemen, pengendalian berperan dalam memantau sejauh mana kemajuan organisasi menuju tujuan yang telah ditetapkan. Manajer perlu memastikan bahwa seluruh proses berjalan sesuai arah yang benar sehingga target organisasi dapat dicapai secara tepat waktu.

Keempat fungsi manajemen tersebut harus dikuasai dan diimplementasikan secara konsisten oleh setiap manajer. Ketika fungsi-fungsi ini berjalan secara efektif dan efisien, seluruh sumber daya organisasi dapat dioptimalkan, sehingga kinerja perusahaan secara keseluruhan dapat meningkat secara berkelanjutan.

2.1.2.3 Unsur Unsur Manajemen

Organisasi harus memiliki unsur-unsur untuk membentuk sistem manajerial yang baik dan harmoni. Peranan unsur ini terkait dengan pelaksanaan fungsi manajemen, apabila salah satu diantaranya tidak ada atau tidak berfungsi dengan baik, maka akan berdampak pada taraf pencapaian tujuan organisasi. Berikut unsur-unsur manajemen yang dikemukakan oleh George R. Terry (2021) dalam Hasibuan (2019:50) sebagai berikut terdapat pada halaman selanjutnya:

1. Manusia (*Man*)

Manusia pada elemen ini merujuk pada sumber daya manusia yang dimiliki organisasi, artinya sumber daya manusia yang sudah memiliki kualifikasi dan kompetensi yang dibutuhkan oleh organisasi. Faktor manusia adalah yang paling menentukan. Manusia yang membuat tujuan dan manusia pula yang melakukan proses untuk mencapai tujuan.

2. Uang (*Money*)

Uang merupakan alat tukar dan alat pengukuran nilai. Besar-kecilnya hasil kegiatan dapat diukur dari jumlah uang yang beredar dalam perusahaan. Oleh karena itu uang merupakan alat yang penting untuk mencapai tujuan karena segala sesuatu harus diperhitungkan secara rasional. Hal ini akan berhubungan dengan berapa uang yang harus disediakan untuk membiayai gaji, alat-alat yang dibutuhkan dan harus dibeli serta berapa hasil yang akan dicapai dari suatu organisasi.

3. Material (*Materials*)

Material merupakan bahan mentah, bahan setengah jadi dan bahan jadi. Dalam dunia usaha untuk mencapai hasil yang lebih baik, selain manusia yang ahli dalam bidangnya juga harus dapat menggunakan bahan/material-material sebagai salah satu sarana. Sebab material dan manusia tidak dapat dipisahkan, tanpa material tidak akan tercapai hasil yang dikehendaki.

4. Mesin (*Machines*)

Penggunaan mesin dalam proses produksi adalah hal yang mutlak. Penggunaan mesin akan membawa kemudahan atau menghasilkan keuntungan yang lebih besar serta menciptakan efisiensi kerja.

5. Metode (*Methods*)

Metode dapat diartikan sebagai suatu cara untuk melakukan kegiatan agar diperoleh hasil yang berkualitas, efektif dan efisien. Suatu tata cara kerja yang baik akan memperlancar jalannya pekerjaan.

6. Pasar (*Market*)

Pasar merupakan tempat memasarkan produk atau jasa. Bagi organisasi yang bergerak di bidang industri yang motifnya adalah keuntungan, maka pasar merupakan unsur manajemen yang penting. Dengan adanya pasar, maka produk yang diproduksi dapat terjual dengan sukses

2.1.3 Teori Sistem Umum (*General System Theory*)

General System Theory merupakan teori yang memandang organisasi sebagai suatu sistem yang terdiri atas berbagai elemen yang saling berhubungan, saling

memengaruhi, dan berinteraksi dengan lingkungan untuk mencapai tujuan tertentu Zarghami (2024). Teori yang dikembangkan oleh Ludwig von Bertalanffy ini digunakan sebagai landasan untuk memahami suatu fenomena secara menyeluruh, termasuk dalam bidang organisasi, manajemen, dan sistem informasi. Dalam penelitian ini, *General System Theory* digunakan untuk menjelaskan bahwa pemanfaatan aplikasi Ginee dalam sinkronisasi stok Shopee dan TikTok Shop melibatkan berbagai komponen yang saling terintegrasi sehingga dapat mendukung terciptanya efisiensi operasional.

2.1.3.1 Pengertian *General System Theory*

General System Theory (GST) merupakan teori yang dikembangkan oleh Ludwig von Bertalanffy untuk menjelaskan bahwa suatu fenomena tidak dapat dipahami hanya melalui analisis terhadap bagian-bagiannya secara terpisah, tetapi harus dipandang sebagai suatu sistem yang utuh. Menurut Bertalanffy (1972), sistem didefinisikan sebagai sekumpulan elemen yang saling berhubungan satu sama lain serta memiliki interaksi dengan lingkungan di sekitarnya. Dengan demikian, setiap perubahan yang terjadi pada salah satu elemen akan memengaruhi elemen lainnya maupun kinerja sistem secara keseluruhan.

General System Theory menekankan bahwa perilaku suatu sistem tidak hanya ditentukan oleh karakteristik masing-masing elemen, tetapi juga oleh hubungan yang terbentuk antar elemen serta interaksinya dengan lingkungan eksternal. Oleh karena itu, suatu sistem dipandang sebagai sistem terbuka (*open system*) yang senantiasa melakukan pertukaran informasi, sumber daya, maupun

umpan balik dengan lingkungannya untuk mempertahankan keberlangsungan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Zarghami (2024) yang mengembangkan pemikiran Bertalanffy dalam konteks *Open Systems Theory*, terdapat tiga dimensi utama yang membentuk suatu sistem, yaitu elemen-elemen penyusun sistem, hubungan antar elemen, dan lingkungan eksternal. Ketiga dimensi tersebut saling berkaitan sehingga perilaku suatu sistem tidak dapat dijelaskan hanya berdasarkan elemen penyusunnya, melainkan juga melalui interaksi yang terjadi di antara elemen-elemen tersebut serta hubungan timbal balik antara sistem dengan lingkungannya.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *General System Theory* merupakan teori yang memandang organisasi sebagai suatu sistem terbuka yang terdiri atas berbagai elemen yang saling terhubung, saling memengaruhi, dan berinteraksi dengan lingkungan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini, teori tersebut digunakan untuk memahami bahwa pemanfaatan aplikasi Ginee merupakan bagian dari suatu sistem yang mengintegrasikan berbagai komponen, seperti Shopee, TikTok Shop, data stok, dan proses operasional, sehingga mampu mendukung terciptanya efisiensi operasional di Hap-Hap Sports.

2.1.3.2 Konsep *Open System* dalam *General System Theory*

Menurut Zarghami (2023), konsep *Open Systems Theory* yang dikembangkan berdasarkan pemikiran Ludwig von Bertalanffy dibangun atas tiga dimensi utama, yaitu elemen sistem (*system elements*), hubungan antar elemen (*interdependencies among elements*), dan hubungan antara sistem dengan lingkungan eksternal (*system environment interaction*), sebagai berikut:

1. *Elemen system*

Elemen System, yaitu komponen atau bagian penyusun yang membentuk suatu sistem. Setiap elemen memiliki fungsi, tugas, dan peran yang berbeda sesuai dengan tanggung jawabnya, namun seluruh elemen bekerja secara terpadu untuk mencapai tujuan sistem. Dalam *General System Theory*, suatu sistem tidak dapat berfungsi secara optimal apabila salah satu elemennya mengalami gangguan atau tidak menjalankan fungsinya dengan baik karena setiap elemen saling mendukung dan berkontribusi terhadap kinerja sistem secara keseluruhan.

2. Hubungan antar elemen,

Hubungan antar elemen, yaitu keterkaitan dan interaksi yang terjadi di antara setiap elemen dalam suatu sistem. Hubungan ini menunjukkan bahwa setiap elemen saling bergantung dan saling memengaruhi dalam menjalankan proses kerja. Melalui interaksi tersebut terjadi pertukaran informasi, sumber daya, maupun aktivitas operasional yang membentuk suatu mekanisme kerja yang terintegrasi. Oleh karena itu, perubahan pada satu elemen akan berdampak pada elemen lainnya sehingga efektivitas sistem sangat dipengaruhi oleh kualitas hubungan antarelemen.

3. Hubungan sistem dengan lingkungan eksternal

Hubungan sistem dengan lingkungan eksternal, yaitu interaksi antara sistem dengan berbagai faktor di luar sistem yang dapat memengaruhi kinerjanya. Dalam *General System Theory*, organisasi dipandang sebagai sistem terbuka (*open system*) yang terus berinteraksi

dengan lingkungan eksternal, seperti pelanggan, pemasok, pesaing, perkembangan teknologi, maupun perubahan kebijakan. Interaksi tersebut memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, sumber daya, dan umpan balik (*feedback*) yang mendukung proses pengambilan keputusan serta kemampuan sistem untuk beradaptasi terhadap perubahan. Dengan demikian, organisasi dapat mempertahankan keberlangsungan operasional sekaligus meningkatkan efektivitas dalam mencapai tujuannya.

Berdasarkan ketiga dimensi tersebut, *General System Theory* memberikan pemahaman bahwa keberhasilan suatu sistem tidak hanya ditentukan oleh kualitas masing-masing komponen, tetapi juga oleh keterpaduan hubungan antar komponen serta kemampuan sistem dalam merespons perubahan lingkungan.

2.2.3.3 Karakteristik *General System Theory*

General System Theory memiliki beberapa karakteristik yang menjadi dasar dalam memahami bagaimana suatu sistem bekerja. Adapun karakteristik *General System Theory* adalah sebagai berikut:

1. Sistem Terbuka (*Open System*)

General System Theory memandang organisasi sebagai sistem terbuka (*open system*), yaitu sistem yang senantiasa berinteraksi dengan lingkungan eksternal. Interaksi tersebut dapat berupa pertukaran informasi, sumber daya, maupun umpan balik yang memengaruhi proses kerja sistem. Melalui hubungan dengan lingkungan, sistem mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan sehingga tetap dapat mempertahankan keberlangsungan operasional dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2. Saling Ketergantungan (*Interdependence*)

Hubungan saling ketergantungan antar elemen dalam sistem. Setiap elemen memiliki fungsi yang berbeda, tetapi seluruh elemen bekerja secara terpadu dan saling memengaruhi. Oleh karena itu, perubahan yang terjadi pada satu komponen akan memberikan dampak terhadap komponen lainnya sehingga efektivitas sistem bergantung pada koordinasi dan integrasi antar elemen.

3. Umpan Balik (*Feedback*)

General System Theory menempatkan umpan balik (*feedback*) sebagai mekanisme yang memungkinkan sistem melakukan evaluasi dan perbaikan secara berkelanjutan. Informasi yang diperoleh dari hasil suatu proses digunakan untuk mengetahui apakah tujuan telah tercapai atau masih diperlukan penyesuaian. Dengan adanya mekanisme umpan balik, sistem dapat meningkatkan kinerjanya serta beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi di lingkungan internal maupun eksternal.

4. Berorientasi pada Tujuan (*Goal-Oriented*)

Setiap sistem dibentuk untuk mencapai tujuan tertentu sehingga seluruh elemen di dalamnya harus bekerja secara terkoordinasi. Meskipun setiap komponen memiliki tugas yang berbeda, seluruh aktivitas yang dilakukan diarahkan pada pencapaian tujuan bersama. Keberhasilan suatu sistem tidak hanya ditentukan oleh kinerja masing-masing elemen, tetapi juga oleh kemampuan seluruh komponen dalam bekerja secara terpadu untuk menghasilkan keluaran yang diharapkan.

2.1.4 Bisnis Digital

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara perusahaan menjalankan aktivitas bisnisnya. Menurut Wirtz (2021), kemajuan teknologi digital menjadi landasan berkembangnya bisnis digital yang memungkinkan perusahaan meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses bisnis. Oleh karena itu, berbagai aplikasi digital, termasuk Ginee, dimanfaatkan untuk mendukung pengelolaan operasional, seperti sinkronisasi stok pada berbagai platform *e-commerce*.

2.1.4.1. Pengertian Bisnis Digital

Transformasi digital dalam beberapa dekade terakhir telah mengubah cara organisasi menjalankan aktivitas bisnis melalui pemanfaatan teknologi seperti internet, kecerdasan buatan, komputasi awan, dan big data. Perkembangan ini memungkinkan perusahaan bekerja lebih efektif, adaptif, dan efisien, serta melahirkan konsep bisnis digital yang menjadi faktor penting dalam keberhasilan organisasi di era ekonomi digital. Berikut ini ada beberapa definisi manajemen yang dikemukakan oleh para ahli, diantaranya:

Wirtz (2021) menjelaskan bahwa literatur mengenai bisnis digital belum memiliki kesepakatan istilah yang seragam. Beberapa istilah seperti *digital business*, *e-business*, dan *e-commerce* kerap digunakan secara bergantian meskipun sebenarnya memiliki cakupan yang sedikit berbeda. Untuk merumuskan definisi yang komprehensif, Wirtz mengelompokkan berbagai definisi tersebut ke dalam tiga aspek, yaitu aspek subjek (penciptaan proses bisnis dan transaksi melalui

teknologi informasi), aspek fungsional (luas keterlibatan pelaku usaha), dan aspek teleologis (tujuan dan maksud bisnis digital).

Menurut Calderon-Monge & Ribeiro-Soriano (2024), bisnis digital merupakan upaya organisasi dalam memanfaatkan digitalisasi sebagai sarana untuk meningkatkan kinerja bisnis, menciptakan nilai baru, serta mengoptimalkan proses pengambilan keputusan melalui pemanfaatan teknologi digital. Digitalisasi dipandang sebagai faktor strategis yang memengaruhi berbagai aspek manajemen dan operasional perusahaan

Dari berbagai definisi yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa bisnis digital merupakan aktivitas maupun model bisnis yang berorientasi pada pemanfaatan teknologi digital sebagai unsur utama dalam pengelolaan proses bisnis. Teknologi tersebut dimanfaatkan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan, meningkatkan efisiensi operasional, mendorong inovasi, serta memperkuat daya saing perusahaan dalam menghadapi tantangan bisnis pada era digital.

2.1.4.2 Manfaat Bisnis Digital

Wirtz (2021) menguraikan sejumlah manfaat yang diperoleh perusahaan dari penerapan bisnis digital, yang secara ringkas dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Efisiensi biaya dan proses. Bisnis digital khususnya *e-commerce* bertujuan menekan biaya transaksi dan mempermudah proses jual beli baik secara internal maupun dengan pelanggan.
2. Kecepatan dan fleksibilitas proses bisnis. Jaringan elektronik menghindari hambatan media dan menghubungkan banyak pengguna sekaligus secara cepat.

3. Perluasan jangkauan pasar. Teknologi digital memungkinkan perusahaan menjangkau pelanggan tanpa dibatasi kehadiran fisik.
4. Peningkatan nilai tambah produk. Layanan berbasis digital dapat meningkatkan nilai produk fisik sehingga menciptakan keunggulan kompetitif.
5. Kemudahan penggunaan (*ease of use*). Desain proses dan antarmuka digital yang efisien mempermudah transaksi bagi pengguna maupun pelaku usaha.

Manfaat-manfaat tersebut relevan dengan penelitian ini, di mana pemanfaatan aplikasi Ginee sebagai alat sinkronisasi stok diharapkan memberikan efisiensi proses operasional pada Hap-Hap Sports, khususnya dalam kecepatan pembaruan data stok antarkanal penjualan.

2.1.2.3 Jenis-Jenis Bisnis Digital

Kemajuan teknologi digital telah mengubah aktivitas bisnis perusahaan, dari sekadar alat pendukung menjadi elemen utama dalam pengembangan model bisnis modern. Dalam ekonomi digital, perusahaan dituntut mengintegrasikan teknologi ke dalam strategi bisnis untuk meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, dan menciptakan nilai bagi pelanggan. Berikut jenis-jenis bisnis digital yang dikemukakan oleh Sewpersadh (2023), sebagai berikut:

1. E-commerce (Electronic Commerce)

E-commerce merupakan salah satu bentuk bisnis digital yang memanfaatkan jaringan internet untuk memfasilitasi aktivitas perdagangan barang maupun jasa. Pada model ini, berbagai proses bisnis seperti promosi

produk, transaksi pembelian, pembayaran, hingga penyampaian informasi kepada pelanggan dilakukan secara elektronik melalui platform digital. Pemanfaatan teknologi internet memungkinkan perusahaan menjangkau konsumen dari berbagai wilayah tanpa terikat oleh batas geografis sehingga aktivitas bisnis dapat berlangsung secara lebih efektif dan efisien.

2. *Platform Based Business*

Platform based business atau bisnis berbasis platform merupakan model bisnis yang berperan sebagai penghubung antara berbagai kelompok pengguna dalam suatu lingkungan digital. Nilai yang dihasilkan tidak semata-mata berasal dari produk yang dimiliki perusahaan, melainkan dari kemampuannya dalam memfasilitasi interaksi, pertukaran informasi, serta transaksi antara pihak-pihak yang terlibat di dalam platform tersebut.

3. *Subscription Based Business*

Subscription based business merupakan model bisnis yang menerapkan sistem pembayaran berulang dalam periode tertentu sebagai sumber pendapatannya. Dalam model ini, pelanggan diwajibkan membayar biaya berlangganan secara rutin, baik bulanan maupun tahunan, untuk memperoleh akses terhadap layanan atau produk yang ditawarkan perusahaan.

4. *Software as a Service (SaaS)*

Software as a Service (SaaS) merupakan model bisnis digital yang menyediakan perangkat lunak melalui internet dengan memanfaatkan teknologi komputasi awan (*cloud computing*). Pengguna dapat mengakses

aplikasi secara langsung tanpa perlu melakukan instalasi permanen pada perangkat yang digunakan karena seluruh sistem dikelola melalui layanan berbasis *cloud*.

5. *Digital Content Business*

Digital content business merupakan model bisnis yang berfokus pada kegiatan produksi, distribusi, dan pemanfaatan konten digital sebagai sumber utama penciptaan nilai ekonomi. Konten yang dihasilkan dapat berupa artikel, video, *podcast*, buku elektronik, musik digital, maupun bentuk informasi lainnya yang disajikan melalui media digital.

2.1.2.4 Tujuan Bisnis Digital

Merujuk pada aspek tujuan utama yang dijelaskan Wirtz (2021), tujuan utama penerapan bisnis digital dapat dirangkum sebagai berikut.

1. Menginisiasi dan memfasilitasi transaksi secara elektronik sehingga proses bisnis dapat berlangsung tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.
2. Meningkatkan efisiensi operasional melalui pengurangan biaya operasional, penyederhanaan proses kerja, serta percepatan alur bisnis perusahaan.
3. Meningkatkan daya saing perusahaan dengan memanfaatkan inovasi digital untuk menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif.
4. Mendorong fleksibilitas strategis dan organisasional agar perusahaan mampu beradaptasi secara cepat terhadap perubahan lingkungan bisnis.

5. Mewujudkan integrasi yang efektif antarproses, layanan, dan produk perusahaan sehingga mampu menciptakan sistem bisnis yang lebih terhubung, efisien, dan bernilai tambah.

Dengan demikian, tujuan bisnis digital pada dasarnya sejalan dengan tujuan penelitian ini, yaitu bagaimana pemanfaatan aplikasi Ginee dapat mendukung efisiensi operasional perusahaan melalui otomatisasi dan sinkronisasi data stok secara *real-time*.

2.1.5 Sinkronisasi Stok

Sinkronisasi stok diperlukan agar pembaruan data persediaan berlangsung otomatis dan *real-time* di seluruh *platform* penjualan. Melalui sistem *omnichannel* seperti Ginee, sinkronisasi stok membantu meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi kesalahan pencatatan, serta mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih cepat dan tepat. Dibawah ini terdapat beberapa pengertian harga menurut para ahli sebagai berikut:

Menurut Rapelli (2026) menjelaskan bahwa sinkronisasi stok merupakan mekanisme yang bertujuan memastikan visibilitas persediaan secara *real-time* di berbagai titik penjualan sehingga kesenjangan antara jumlah stok fisik dan data yang tercatat dalam sistem (*ghost inventory*) dapat dihindari. Penerapan sinkronisasi stok yang optimal berkontribusi pada peningkatan akurasi data persediaan, yang pada akhirnya mampu menekan risiko pembatalan pesanan, meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, serta mengurangi potensi kerugian yang timbul akibat ketidaksesuaian informasi stok.

Menurut Jose (2025) menjelaskan bahwa sinkronisasi stok (*inventory synchronization*) sebagai proses pembaruan data persediaan secara instan dan otomatis ke seluruh kanal penjualan ketika terjadi perubahan stok pada satu titik, baik karena transaksi penjualan, retur, maupun penyesuaian gudang. Ia menjelaskan bahwa pergeseran dari sistem pemrosesan *batch* tradisional menuju sistem berbasis peristiwa (*event-driven*) memberikan peningkatan signifikan terhadap konsistensi data, performa sistem, dan hasil bisnis pada lingkungan ritel *omnichannel*.

Sinkronisasi stok merupakan proses pembaruan data persediaan secara otomatis dan *real-time* pada berbagai *marketplace* untuk menjaga keakuratan informasi stok. Penerapan sinkronisasi stok membantu mencegah terjadinya *overselling* dan *stockout* yang dapat merugikan pelanggan maupun perusahaan. Dalam penelitian ini, Ginee berfungsi sebagai penghubung antara Shopee dan TikTok Shop sehingga perubahan stok pada satu *marketplace* dapat langsung diperbarui pada *marketplace* lainnya, yang pada akhirnya meningkatkan efisiensi operasional dan akurasi pengelolaan persediaan.

2.1.4.1 Tujuan Sinkronisasi Stok

Dalam lingkungan bisnis digital dan *omnichannel*, sinkronisasi stok menjadi aspek penting karena perusahaan harus memastikan bahwa jumlah stok yang ditampilkan pada berbagai platform penjualan selalu sesuai dengan kondisi fisik yang tersedia. Ketidaksesuaian data stok dapat menyebabkan terjadinya *overselling*, pembatalan pesanan, penurunan kepuasan pelanggan, hingga meningkatnya biaya operasional. Oleh karena itu, penerapan sinkronisasi stok

bertujuan untuk menjaga akurasi informasi persediaan serta mendukung efisiensi operasional Perusahaan. Ada beberapa tujuan menurut Jose (2025), sebagai berikut:

1. Menyediakan Visibilitas Stok Secara *Real-Time*

Menyediakan informasi persediaan secara real-time sehingga setiap perubahan stok akibat transaksi penjualan, pengembalian barang, maupun penyesuaian inventaris dapat langsung diketahui oleh seluruh sistem yang terhubung. Dengan visibilitas yang lebih baik, perusahaan dapat memantau kondisi stok secara akurat dan cepat.

2. Mengurangi Risiko Kehabisan Stok (*Stockout*)

Sistem sinkronisasi stok secara *real-time* mampu mengurangi kejadian kehabisan stok hingga 21–35% melalui pembaruan data inventaris yang lebih cepat dan akurat. Dengan demikian, perusahaan dapat memenuhi permintaan pelanggan dengan lebih baik.

3. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Sinkronisasi stok bertujuan memberikan informasi ketersediaan produk yang akurat kepada pelanggan. Ketika pelanggan memperoleh informasi stok yang benar pada setiap kanal penjualan, risiko pembatalan pesanan dapat dikurangi sehingga pengalaman berbelanja menjadi lebih baik.

4. Mendukung Efisiensi Operasional

Meningkatkan efisiensi operasional melalui pengurangan kesalahan inventaris, peningkatan akurasi pemenuhan pesanan, dan optimalisasi proses pengelolaan stok. Implementasi sinkronisasi inventaris *real-time*

terbukti mampu meningkatkan akurasi pemenuhan pesanan dan mengurangi ketidaksesuaian stok antar kanal penjualan.

2.1.6 Efisiensi Operasional

Di tengah persaingan bisnis digital, perusahaan dituntut meningkatkan efisiensi operasional melalui transformasi digital. Penerapan teknologi digital terbukti mampu mengoptimalkan proses bisnis dan meningkatkan produktivitas perusahaan (Zhang et al., 2022). Dalam konteks bisnis ritel omnichannel, salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah memanfaatkan aplikasi Ginee untuk menyinkronkan stok antara Shopee dan TikTok Shop sehingga operasional Hap-Hap Sports dapat berjalan lebih efektif dan efisien.

2.1.6.1 Pengertian Efisiensi Operasional

Efisiensi operasional merupakan kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan penggunaan sumber daya, seperti waktu, biaya, tenaga kerja, dan teknologi, untuk menghasilkan *output* yang maksimal. Dalam bisnis digital dan *e-commerce*, efisiensi operasional berperan penting dalam mendukung pengelolaan stok, pemrosesan pesanan, distribusi produk, dan pelayanan pelanggan secara cepat dan akurat. Dibawah ini terdapat beberapa pengertian efisiensi operasional menurut para ahli sebagai berikut:

Zhang et al. (2022), menjelaskan bahwa efisiensi operasional merupakan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan produktivitas proses bisnis melalui pemanfaatan teknologi digital dan optimalisasi sumber daya sehingga perusahaan mampu menghasilkan output yang lebih tinggi dengan penggunaan input yang relatif sama atau lebih rendah. Efisiensi operasional menunjukkan seberapa baik

organisasi mengelola sumber daya yang dimiliki untuk mencapai hasil yang optimal.

Menurut Wang et al. (2023), efisiensi operasional adalah tingkat kemampuan perusahaan dalam mengelola aktivitas operasional secara efektif sehingga sumber daya yang tersedia dapat dikonversi menjadi hasil kerja yang maksimal. Efisiensi operasional tercermin dari peningkatan produktivitas, pengurangan biaya operasional, serta perbaikan kualitas proses bisnis melalui transformasi digital.

Berdasarkan pendapat para ahli, efisiensi operasional dapat disimpulkan sebagai kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan penggunaan sumber daya untuk mencapai kinerja yang maksimal dengan biaya, waktu, dan tenaga yang efisien. Efisiensi operasional mencakup peningkatan produktivitas, kecepatan proses, akurasi data, dan kualitas layanan melalui pemanfaatan teknologi.

2.1.6.2 Indikator Efisiensi Operasional

Menurut Wang et al. (2023), efisiensi operasional dapat diukur melalui tiga indikator, yaitu:

1. Produktivitas Operasional (*Operational Productivity*)

Produktivitas operasional menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan *output* yang lebih besar dengan sumber daya yang tersedia. Semakin tinggi produktivitas yang dicapai, semakin efisien proses operasional yang dijalankan perusahaan. Penerapan teknologi digital memungkinkan peningkatan produktivitas melalui otomatisasi pekerjaan dan penyederhanaan proses bisnis.

2. Efisiensi Waktu Proses (*Process Time Efficiency*)

Efisiensi waktu proses menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempercepat penyelesaian aktivitas operasional. Penggunaan sistem yang terintegrasi dapat mengurangi waktu yang dibutuhkan dalam pemrosesan data, pengelolaan persediaan, dan pemenuhan pesanan sehingga proses bisnis menjadi lebih cepat dan responsif.

3. Efisiensi Biaya Operasional (*Operational Cost Efficiency*)

Efisiensi biaya operasional menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menekan pengeluaran operasional tanpa mengurangi kualitas layanan maupun hasil kerja. Penerapan teknologi digital dapat membantu perusahaan mengurangi biaya yang timbul akibat pekerjaan manual, kesalahan pencatatan, maupun duplikasi proses kerja.

2.1.6.3 Faktor yang Memengaruhi Efisiensi Operasional

Efisiensi operasional dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pemanfaatan teknologi, pengelolaan proses bisnis, dan kinerja rantai pasok. Bagi bisnis multikanal seperti Hap-Hap Sports, penerapan teknologi seperti Ginee dapat mendukung peningkatan efisiensi operasional sekaligus memperkuat daya saing perusahaan. Ada beberapa tiga faktor utama yang memengaruhi efisiensi menurut Maulina & Natakusumah (2020), sebagai berikut:

1. Kapabilitas Teknologi Informasi (*IT Capability*)

Pengetahuan teknologi informasi sangat membantu dalam mengelola supply chain dan merupakan faktor kritis di antara tiga faktor keberhasilan utama; pengguna pengetahuan TI perlu menyadari penuh

pengetahuan tersebut dan memanfaatkannya untuk kinerja operasional bisnis. Pengetahuan TI dapat diperoleh melalui kursus dan pelatihan, dan kapabilitas konfigurasi ulang (*re-configurability*) teknologi informasi berdampak positif serta signifikan terhadap kinerja manajemen *supply chain*

2. Kapabilitas Relasional (*Relational Capability*)

Faktor ini berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam membangun dan menjaga hubungan kerja sama yang efektif dengan mitra bisnis dalam jaringan *supply chain*, baik dengan pemasok, distributor, maupun platform penjualan. Kapabilitas relasional yang baik memungkinkan perusahaan untuk berkoordinasi secara lebih lancar dalam pertukaran informasi dan barang, sehingga proses operasional termasuk pemenuhan pesanan dan pengelolaan stok antar kanal penjualan dapat berlangsung lebih efisien dan minim gangguan.

3. Kapabilitas Budaya Organisasi (*Organizational Culture Capability*)

Kapabilitas budaya organisasi digambarkan sebagai tingkat perilaku atau pola kerja orang-orang dalam suatu organisasi yang memengaruhi cara individu dan kelompok berinteraksi satu sama lain serta antaranggota di dalamnya. Budaya kerja yang adaptif terhadap perubahan dan terbuka terhadap inovasi teknologi akan mempermudah proses transisi menuju operasional yang lebih efisien, sebaliknya budaya kerja yang resisten terhadap perubahan dapat menghambat optimalisasi proses bisnis meskipun teknologi yang tepat telah tersedia bagi perusahaan.

Berdasarkan penelitian Maulina dan Natakusumah (2020), efisiensi operasional dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu kapabilitas teknologi informasi, kapabilitas relasional, dan kapabilitas budaya organisasi. Dalam penelitian ini, ketiga faktor tersebut tercermin pada pemanfaatan aplikasi Ginee untuk sinkronisasi stok, koordinasi dengan *marketplace*, serta kesiapan Hap-Hap Sports dalam mengadopsi sistem digital. Apabila ketiga faktor tersebut berjalan dengan baik, maka penerapan Ginee dapat meningkatkan efisiensi operasional perusahaan.

2.1.7 Aplikasi Ginee

Perkembangan *e-commerce* menyebabkan perusahaan mengelola penjualan melalui berbagai *marketplace* secara simultan. Kondisi ini menuntut adanya sistem yang mampu mengintegrasikan pengelolaan stok, produk, dan pesanan secara efektif. Ginee hadir sebagai platform *omnichannel* yang memungkinkan sinkronisasi data secara *real-time* antar *marketplace* sehingga dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional perusahaan. Dibawah ini terdapat beberapa pengertian harga menurut para ahli sebagai berikut:

Menurut Ginee Indonesia (2023) menjelaskan bahwa ginee sebagai platform *omnichannel* yang memungkinkan pengguna memusatkan aktivitas operasional toko *online* dalam satu sistem terintegrasi. Melalui fitur sinkronisasi stok, pengelolaan produk, pemrosesan pesanan, dan integrasi berbagai *marketplace*, ginee membantu meningkatkan produktivitas serta efisiensi operasional bisnis digital.

Definisi lain menurut Tiny et al. (2024), menjelaskan bahwa Ginee Omnichannel sebagai sistem manajemen inventori berbasis *omnichannel* yang membantu pelaku usaha mengelola stok pada berbagai kanal penjualan secara terintegrasi. Penggunaan Ginee memungkinkan perusahaan meningkatkan akurasi pencatatan stok, mempercepat proses *restock*, serta mengurangi risiko kehabisan stok pada bisnis *multi-channel*.

Berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwa aplikasi ginee merupakan platform *omnichannel* berbasis ERP yang berfungsi untuk mengintegrasikan berbagai aktivitas operasional bisnis digital, seperti pengelolaan stok, produk, dan pesanan pada berbagai *marketplace* dalam satu sistem terpusat.

2.1.7.1 Fitur-fitur Ginee

Perkembangan bisnis digital menuntut perusahaan untuk mengelola penjualan pada berbagai *marketplace* secara terintegrasi. Ginee sebagai sistem ERP berbasis *omnichannel* menyediakan berbagai fitur yang mendukung pengelolaan produk, stok, dan pesanan dalam satu platform. Fitur-fitur tersebut membantu meningkatkan efisiensi operasional serta mengurangi kesalahan dalam pengelolaan data bisnis. Ada beberapa fitur menurut Caroline & Lufty (2023), sebagai berikut:

1. Manajemen Inventori (*Inventory Management*)

Fitur manajemen inventori memungkinkan pengguna mengelola dan memantau persediaan barang secara terpusat. Melalui fitur ini, data stok dapat dicatat dan diperbarui secara sistematis sehingga membantu

perusahaan mengurangi perbedaan antara stok fisik dan stok yang tercatat pada *marketplace*.

2. Sinkronisasi Stok

Ginee menyediakan fitur sinkronisasi stok yang memungkinkan pembaruan jumlah persediaan dilakukan secara otomatis pada berbagai kanal penjualan yang terhubung. Dengan adanya sinkronisasi tersebut, perubahan stok pada satu platform akan diperbarui pada platform lainnya sehingga dapat mengurangi risiko terjadinya selisih stok maupun *overselling*.

3. Manajemen Produk (*Product Management*)

Fitur manajemen produk digunakan untuk mengelola data produk dalam satu sistem terintegrasi. Pengguna dapat mengatur informasi produk, kategori, maupun variasi produk tanpa harus melakukan penginputan secara terpisah pada setiap *marketplace*.

4. Integrasi *Multi-Marketplace*

Ginee memiliki kemampuan untuk mengintegrasikan berbagai *marketplace* ke dalam satu sistem ERP. Integrasi ini memungkinkan perusahaan mengelola aktivitas penjualan dari berbagai platform secara bersamaan tanpa perlu berpindah-pindah sistem, sehingga meningkatkan efektivitas pengelolaan operasional bisnis.

2.1.7.2 Manfaat Ginee

Perkembangan bisnis berbasis digital dan *e-commerce* menuntut pelaku usaha untuk mampu mengelola aktivitas penjualan secara terintegrasi pada berbagai

marketplace. Kondisi tersebut sering menimbulkan permasalahan seperti ketidaksesuaian data stok, kesulitan monitoring persediaan, serta rendahnya efisiensi operasional akibat pengelolaan yang masih manual. Penerapan sistem *omnichannel* seperti Ginee menjadi salah satu solusi yang dapat membantu perusahaan dalam mengintegrasikan pengelolaan inventori dan operasional bisnis secara lebih efektif. Ada beberapa manfaat menurut Tiny et al. (2024), sebagai berikut:

1. Meningkatkan Akurasi Pengelolaan Stok

Penggunaan Ginee membantu meningkatkan ketepatan data persediaan karena seluruh aktivitas stok dicatat dalam satu sistem terintegrasi. Hal ini mengurangi perbedaan antara stok fisik dan stok yang tercatat pada *marketplace* sehingga data inventori menjadi lebih akurat.

2. Mengurangi Risiko *Out of Stock* dan *Over Selling*

Ginee memungkinkan pembaruan stok secara *real-time* pada seluruh *marketplace* yang terhubung. Kondisi ini membantu perusahaan menghindari kehabisan barang (*out of stock*) maupun penjualan melebihi ketersediaan stok (*overselling*), karena perubahan stok langsung tersinkronisasi antar platform.

3. Meningkatkan Efisiensi Operasional

Implementasi Ginee memberikan dampak pada peningkatan efisiensi operasional melalui otomatisasi proses pengelolaan inventori. Aktivitas yang sebelumnya dilakukan secara manual dapat dilakukan secara terpusat sehingga waktu dan tenaga kerja dapat lebih dihemat.

4. Mempermudah Pengelolaan *Multi-Channel Marketplace*

Ginee memudahkan pelaku usaha dalam mengelola berbagai *marketplace* secara bersamaan dalam satu sistem. Hal ini membantu perusahaan dalam melakukan kontrol terhadap stok, pesanan, dan produk tanpa harus berpindah antar platform secara manual.

2.1.8 Shopee

Shopee merupakan salah satu platform *marketplace* daring (*online marketplace*) yang memfasilitasi kegiatan jual beli barang dan jasa secara mudah dan cepat melalui perangkat seluler. Shopee adalah anak perusahaan Sea Group yang pertama kali diluncurkan pada tahun 2015 secara serentak di tujuh negara, yakni Singapura, Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina, dengan misi meningkatkan kualitas kehidupan para konsumen dan pengusaha kecil melalui teknologi. Sea Group sendiri tercatat di Bursa Efek New York (NYSE) dengan simbol SE, dan Shopee mulai beroperasi di Indonesia pada akhir Juni 2015 (Farida, 2022)

Secara fungsional, Shopee merupakan aplikasi *marketplace* daring yang memungkinkan transaksi jual beli melalui ponsel secara mudah dan cepat, dengan beragam kategori produk mulai dari *fashion* hingga kebutuhan sehari-hari. Aplikasi ini dirancang dalam bentuk *mobile* guna mempermudah penggunanya berbelanja daring tanpa harus mengakses situs web melalui komputer, sekaligus menghadirkan pengalaman belanja baru dengan memfasilitasi penjual untuk berdagang secara mudah serta memberikan pembeli kepastian melalui proses pembayaran yang aman dan sistem logistik yang terintegrasi (Farida, 2022).

2.1.8.1 Peran Shopee dalam Bisnis Digital

Pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia tidak dapat dipisahkan dari kemunculan platform *marketplace* yang mempermudah proses transaksi jual beli secara daring, salah satunya adalah Shopee. Sejak diperkenalkan ke pasar Indonesia pada tahun 2015, Shopee secara konsisten bertransformasi menjadi salah satu *marketplace* terbesar dan terpopuler yang menyediakan beragam produk serta layanan dengan jaminan keamanan transaksi yang memadai (Suryani & Wulandari, 2023). Peningkatan akses internet di Indonesia juga menjadikan Shopee sebagai alat penting bagi pelaku UMKM untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas dan meningkatkan daya saing usaha mereka, di mana adopsi *marketplace* ini terbukti memberikan dampak positif terhadap kinerja bisnis melalui berbagai instrumen pemasaran dan penjualan yang disediakan (Suryawandari et al., 2025)

Keberhasilan Shopee dalam mendominasi pasar *marketplace* Indonesia tidak terlepas dari berbagai inovasi yang diterapkannya, seperti pemanfaatan big data untuk memahami perilaku konsumen, penyajian rekomendasi produk yang lebih tepat sasaran, serta kolaborasi strategis dengan berbagai brand untuk meningkatkan visibilitas dan kredibilitas platform (Veron & Akbar, 2023). Keberadaan *marketplace* ini tidak hanya memberikan kemudahan dalam proses pemasaran, tetapi juga meningkatkan visibilitas produk UMKM, memperluas akses ke pasar yang lebih luas, serta memberikan akses pada teknologi pendukung pengelolaan usaha (Andriatie, 2023). Dengan demikian, Shopee berperan sebagai jembatan yang menghubungkan pelaku usaha skala kecil dengan basis konsumen yang jauh lebih besar dibandingkan model bisnis konvensional.

Shopee juga berperan penting dalam mendukung efisiensi operasional pelaku bisnis melalui berbagai fitur pengelolaan toko pada *Seller Centre*, termasuk pengelolaan stok, pemrosesan pesanan, serta laporan performa penjualan, yang memungkinkan pelaku usaha memantau aktivitas tokonya secara lebih sistematis untuk meningkatkan produktivitas dan profitabilitas usaha (Damayanti, 2021). Dukungan sistem ini menjadi semakin krusial ketika pelaku usaha mulai memperluas operasionalnya ke berbagai kanal penjualan sekaligus, seperti Shopee dan TikTok Shop secara bersamaan, sebab pengelolaan stok yang tidak terintegrasi antarplatform dapat menimbulkan risiko *overstock* maupun *stockout* yang berdampak langsung pada kepuasan pelanggan dan kelangsungan bisnis (Lavinda, 2026).

2.1.9 TikTok Shop

TikTok Shop merupakan fitur perdagangan elektronik yang terintegrasi langsung ke dalam aplikasi TikTok, memungkinkan transaksi jual beli berlangsung tanpa harus berpindah ke platform lain. TikTok Shop merupakan platform social commerce yang bertujuan untuk membantu pelaku bisnis menjual produk mereka kepada para pengguna TikTok (Brilianita & Sulistyowati, 2023). Karakteristik utama yang membedakan TikTok Shop dari *e-commerce* konvensional adalah keterpaduannya dengan ekosistem konten dengan kehadiran TikTok Shop, pengguna dapat menelusuri dan membeli produk tanpa harus meninggalkan aplikasi TikTok, menjadikannya toko serba ada untuk hiburan dan berbelanja sekaligus (Brilianita & Sulistyowati, 2023).

Secara konseptual, keberadaan TikTok Shop tidak dapat dilepaskan dari paradigma *social commerce*, yakni model perdagangan yang menggabungkan interaksi sosial dengan aktivitas transaksi daring. Lin, Wu, dan Lim (2021) menjelaskan bahwa *social commerce* sebagai bentuk perdagangan elektronik yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memfasilitasi interaksi dan kontribusi pengguna guna mendukung pembelian serta penjualan produk dan jasa secara daring.

2.1.9.1 Peran TikTok Shop dalam Bisnis Digital

TikTok Shop telah mengubah dinamika bisnis digital di Indonesia melalui model *social commerce* "shoppertainment" yang menggabungkan hiburan dan belanja, dengan keunggulan berupa pengalaman interaktif lewat video pendek, *live streaming*, dan personalisasi algoritma yang meningkatkan kepuasan pengguna (Sulam & Fasa, 2025). Platform ini juga membuka peluang besar bagi UMKM untuk memasarkan produk secara kreatif, berkolaborasi dengan *influencer*, serta berinteraksi langsung dengan calon pembeli melalui fitur *live shopping*, sehingga proses penjualan menjadi lebih personal dan visibilitas produk meningkat (Maria & Janah, 2024).

Keberadaan TikTok Shop juga memunculkan dinamika regulasi, terbukti dari diterbitkannya Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 yang sempat melarang media sosial berfungsi sebagai *e-commerce*, sebelum platform ini kembali beroperasi melalui kemitraan dengan Tokopedia (Savilia et al., 2024). Tingginya volume transaksi dari *live selling* serta dinamika regulasi tersebut menegaskan pentingnya sistem pengelolaan stok yang terintegrasi antarplatform,

agar data persediaan antara TikTok Shop dan kanal lain seperti Shopee tetap konsisten secara *real-time*.

2.1.10 Penelitian Terdahulu

Ketika melakukan penelitian, penelitian terdahulu digunakan sebagai referensi. Penelitian berikut berasal dari berbagai jurnal yang telah disusun oleh peneliti:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Judul, Tahun & Sumber	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dengan Penelitian Ini	Perbedaan dengan Penelitian Ini
1.	Beck & Rygl (2015) "Categorization of Multiple Channel Retailing in Multi-, Cross-, and Omni-Channel Retailing for Middle-Sized and Large Online Retailers" Journal of Retailing & Consumer Services, Vol. 27, pp. 170–178 DOI: 10.1016/j.jretconser.2015.08.001	Mengklasifikasi perkembangan dan karakteristik multi-channel, cross-channel, dan omnichannel retailing.	Konseptual/kategorisasi.	Mengklasifikasi evolusi dari multi-channel ke cross-channel hingga omnichannel retailing. Omnichannel memungkinkan integrasi penuh kendali pelanggan dan proses bisnis.	Memberikan landasan teoritis tentang perbedaan multi-channel dan omnichannel yang relevan untuk memahami fungsi Ginee sebagai platform omnichannel.	Kajian bersifat konseptual/kategorisasi pada retailer menengah-besar Eropa. Tidak membahas aplikasi Ginee maupun konteks <i>marketplace</i> Asia Tenggara.
2.	Neslin et al. (2006) "Challenges and Opportunities in Multichannel Customer Management" Journal of Service Research, Vol. 9(2), pp. 95–112	Mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam pengelolaan pelanggan pada	Konseptual/fundamental.	Mengidentifikasi tantangan manajemen pelanggan dalam lingkungan multichannel.	Relevan sebagai landasan manajemen multichannel yang berkaitan	Penelitian klasik/fundamental yang bersifat konseptual. Tidak membahas teknologi terkini seperti Ginee

No	Peneliti, Judul, Tahun & Sumber	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dengan Penelitian Ini	Perbedaan dengan Penelitian Ini
	DOI: 10.1177/1094670506293559	lingkungan multisaluran.		Konsistensi layanan dan informasi produk di semua kanal meningkatkan kepuasan dan retensi pelanggan.	dengan pengelolaan toko di Shopee dan TikTok Shop secara bersamaan.	maupun platform <i>marketplace</i> Asia.
3	Pricilia Caroline & Lufty Abdillah (2023). <i>Implementasi Inventory Menggunakan Sistem ERP Ginee pada Toko Online Sembilan Nine Shop.</i> KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi. DOI: 10.53008/kalbisia.na.v9i3.628.	Mengkaji implementasi sistem ERP Ginee untuk mendukung pengelolaan inventori pada toko online Sembilan Nine Shop.	Tidak dijelaskan secara eksplisit dalam tabel penelitian terdahulu.	Penelitian menunjukkan bahwa implementasi ERP Ginee membantu pengelolaan inventori menjadi lebih terstruktur, mengurangi selisih stok, dan mempermudah pencatatan persediaan pada toko yang menjual di beberapa <i>marketplace</i> .	Sama-sama membahas implementasi Ginee sebagai sistem pengelolaan inventori.	Penelitian berfokus pada implementasi ERP Ginee pada toko bahan kue, sedangkan penelitian Anda mengkaji pemanfaatan Ginee untuk sinkronisasi stok Shopee dan TikTok Shop terhadap efisiensi operasional Hap-Hap Sports.
4	Park & Thaichon (2024) "Exploring the Role of Omnichannel Retailing Technologies" Journal of Strategic Marketing, Vol. 32(2), pp. 122–141	Mengkaji peran teknologi omnichannel dalam mendukung efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan ritel.	Studi literatur.	Teknologi omnichannel seperti sistem manajemen inventori terpadu, AI, dan platform cloud berperan krusial dalam	Membahas teknologi omnichannel yang berperan meningkatkan efisiensi operasional,	Studi literatur bersifat luas tanpa fokus pada aplikasi Ginee atau konteks <i>marketplace</i> Indonesia. Tidak meneliti UMKM

No	Peneliti, Judul, Tahun & Sumber	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dengan Penelitian Ini	Perbedaan dengan Penelitian Ini
	DOI: 10.1177/14413582231167664			mendorong efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan ritel modern.	sesuai dengan kajian pemanfaatan aplikasi Ginee dalam penelitian ini.	secara spesifik.
5	Afiah et al. (2022) "Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok dalam Meningkatkan Penjualan UMKM" Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya, Vol. 8(4), pp. 1257–1268 DOI: 10.32884/ideas.v8i4.1040	Menganalisis pemanfaatan aplikasi TikTok dalam meningkatkan penjualan UMKM.	Tidak dijelaskan secara eksplisit dalam tabel penelitian terdahulu.	Aplikasi TikTok secara efektif meningkatkan penjualan UMKM kuliner melalui konten kreatif dan live streaming. Kemudahan penggunaan aplikasi mendorong adopsi lebih cepat.	Relevan karena membahas pemanfaatan TikTok (TikTok Shop) sebagai saluran penjualan UMKM di Indonesia.	Fokus pada strategi konten dan pemasaran TikTok, bukan manajemen stok atau sinkronisasi <i>multi-platform</i> . Objek penelitian UMKM kuliner, bukan sektor olahraga.
6	Hübner et al. (2016) "Retail Logistics in the Transition from Multi-Channel to Omni-Channel" International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 46(6/7), pp. 562–583 DOI: 10.1108/IJPDLM-08-2014-0179	Menganalisis perubahan logistik ritel dari model multi-channel menuju omnichannel serta kebutuhan integrasi stok dan gudang.	Tidak dijelaskan secara eksplisit dalam tabel penelitian terdahulu.	Menganalisis transformasi logistik ritel dari multi-channel ke omnichannel. Sinkronisasi stok dan manajemen gudang terpadu menjadi faktor kunci keberhasilan	Fokus pada sinkronisasi stok dan efisiensi logistik yang selaras dengan pemanfaatan Ginee untuk sinkronisasi stok Shopee dan	Konteks penelitian ritel Jerman berskala besar. Tidak membahas platform manajemen omnichannel berbasis cloud seperti Ginee dalam konteks UMKM Asia.

No	Peneliti, Judul, Tahun & Sumber	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dengan Penelitian Ini	Perbedaan dengan Penelitian Ini
				an omnichannel.	TikTok Shop.	
7	Ghiffari & Aryanto (2026) "Transformasi Digital Manajemen Stok UMKM Melalui Implementasi Sistem E-Inventory Mobile Real-Time" MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science, Vol. 6(1), pp. 11–22 DOI: 10.57152/malcom.v6i1.2334	Menganalisis implementasi sistem e-inventory mobile real-time untuk meningkatkan akurasi dan efisiensi pengelolaan stok UMKM.	Tidak dijelaskan secara eksplisit dalam tabel penelitian terdahulu.	Implementasi sistem e-inventory berbasis mobile real-time berhasil meningkatkan akurasi data stok UMKM secara signifikan. Sistem otomatisasi mengurangi kesalahan pencatatan manual dan mempercepat proses pengambilan keputusan operasional.	Isu utama penelitian—digitalisasi manajemen stok UMKM agar lebih akurat dan real-time selaras langsung dengan masalah yang dipecahkan oleh Ginee di Hap-Hap Sports.	Mengembangkan aplikasi mobile mandiri (bukan platform omnichannel <i>marketplace</i>). Tidak mencakup sinkronisasi lintas <i>marketplace</i> seperti Shopee dan TikTok Shop secara bersamaan.
8	Verhoef et al. (2015) "Omni-Channel Retailing: Research Agenda" Journal of Retailing, Vol. 91(2), pp. 174–183 DOI: 10.1016/j.jretai.2015.02.006	Menyusun agenda/kerangka penelitian omnichannel retailing dan mengidentifikasi area penting dalam integrasi saluran.	Review/agenda penelitian konseptual.	Mengidentifikasi kerangka konseptual omnichannel retailing, menekankan integrasi semua saluran penjualan untuk menciptakan pengalaman	Sama-sama membahas integrasi saluran penjualan dan efisiensi operasional melalui platform terpusat. Relevan sebagai dasar	Berfokus pada perspektif konsumen dan pengalaman belanja, tidak membahas aplikasi spesifik seperti Ginee. Konteks penelitian di negara maju (Barat),

No	Peneliti, Judul, Tahun & Sumber	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dengan Penelitian Ini	Perbedaan dengan Penelitian Ini
				n pelanggan yang mulus. Penelitian menemukan bahwa konsistensi antar kanal meningkatkan loyalitas pelanggan dan efisiensi bisnis.	teori omnichannel.	bukan UMKM Indonesia.
9	Giovanna Tiny Sagita Gayatri (2025). <i>Meningkatkan Efisiensi Pengelolaan Stok pada UMKM Online Shop X: Studi Kasus Penggunaan Ginee Omnichannel.</i> Jurnal Pendidikan Tambusai. DOI: 10.31004/jptam.v9i2.30687	Menganalisis penggunaan Ginee untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan stok pada UMKM Online Shop X.	Studi kasus dengan analisis deskriptif.	Menggunakan metode studi kasus dengan analisis deskriptif. Implementasi Ginee mampu menurunkan selisih stok, mempercepat waktu restock, dan mengurangi kejadian <i>out of stock</i> sehingga efisiensi pengelolaan inventori meningkat.	Sama-sama membahas pemanfaatan Ginee dalam sinkronisasi stok dan kaitannya dengan efisiensi operasional.	Penelitian Gayatri dilakukan pada UMKM umum yang menggunakan beberapa <i>marketplace</i> , sedangkan penelitian saya berfokus pada Hap-Hap Sports dengan sinkronisasi stok antara Shopee dan TikTok Shop serta menelaah dampaknya terhadap efisiensi operasional perusahaan secara spesifik.

No	Peneliti, Judul, Tahun & Sumber	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dengan Penelitian Ini	Perbedaan dengan Penelitian Ini
10.	Sultan Akmal Ghiffari & Joko Aryanto. <i>Transformasi Digital Manajemen Stok UMKM Melalui Implementasi Sistem E-Inventory Mobile Real-Time.</i> MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science. DOI: 10.57152/malcom.v6i1.2334.	Menganalisis transformasi digital manajemen stok UMKM melalui sistem e-inventory mobile real-time.	Tidak dijelaskan secara eksplisit dalam tabel penelitian terdahulu.	Penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi manajemen stok melalui sistem e-inventory meningkatkan akurasi data persediaan, mengurangi kesalahan pencatatan, dan mempercepat proses operasional UMKM.	Sama-sama membahas digitalisasi pengelolaan stok untuk meningkatkan efisiensi operasional UMKM.	Penelitian menggunakan sistem e-inventory yang dikembangkan sendiri, sedangkan penelitian ini mengkaji penggunaan Ginee sebagai platform omnichannel yang menyinkronkan stok Shopee dan TikTok Shop.
11.	Fernando & Christiari (2025). <i>Transforming Indonesia's Omnichannel E-commerce Strategy: Driving Consumer Channel Choice in the Digital Shopping Era.</i> Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan. DOI: 10.37641/jimkes.v13i6.3963	Menganalisis strategi omnichannel di Indonesia serta pengaruhnya terhadap pilihan kanal pembelian konsumen.	Tidak dijelaskan secara eksplisit dalam tabel penelitian terdahulu.	Menunjukkan bahwa strategi omnichannel mampu meningkatkan pengalaman pelanggan dan memengaruhi pilihan kanal pembelian konsumen.	Sama-sama menganalisis implementasi omnichannel dalam bisnis digital.	Penelitian tersebut meninjau strategi pemasaran dan perilaku konsumen, sedangkan penelitian saya mengkaji aspek manajemen inventori menggunakan Ginee.
12.	Luo et al. (2023) "A Historical Review on Omnichannel Consumer Research" Operations and	Mengidentifikasi arsitektur rantai pasok untuk omnichannel	Studi empiris pada perusahaan ritel besar di Jerman.	Review historis menunjukkan riset omnichannel berkembang	Mendukung urgensi penelitian omnichannel di	Merupakan review literatur bukan penelitian empiris. Tidak

No	Peneliti, Judul, Tahun & Sumber	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dengan Penelitian Ini	Perbedaan dengan Penelitian Ini
	Supply Chain Management, Vol. 16(4), pp. 435–449 DOI: 10.31387/oscm0560368	efisiensi fulfillment dan kaitannya dengan integrasi inventori.		Hasil dari fokus pada pengalaman pelanggan menuju efisiensi operasional dan integrasi teknologi. Gap utama adalah penelitian di negara berkembang.	konteks Indonesia (negara berkembang) sesuai dengan topik penelitian ini.	membahas platform Ginee atau Shopee/TikTok Shop secara spesifik.
13.	Wollenburg et al. (2018) "From Fulfillment to Omni-Channel Fulfillment: Retail Supply Chain Architectures" International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 48(4), pp. 415–434 DOI: 10.1108/IJPDLM-08-2017-0255	Menganalisis pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan efisiensi operasional UMKM.	Tidak dijelaskan secara eksplisit dalam tabel penelitian terdahulu.	Mengidentifikasi arsitektur rantai pasok dalam omnichannel fulfillment. Integrasi inventori secara terpusat terbukti mengurangi biaya operasional dan meningkatkan akurasi pemenuhan pesanan.	Konsep integrasi inventori terpusat relevan dengan fungsi Ginee yang menyinkronkan stok dari Shopee dan TikTok Shop dalam satu dashboard.	Studi empiris pada perusahaan ritel besar Jerman. Belum membahas UMKM, <i>marketplace</i> Indonesia, atau aplikasi spesifik seperti Ginee.
14.	Hasan et al. (2022) "Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional UMKM" Jurnal Bisnis Digital,	Meningkatkan akurasi inventori melalui penerapan stock opname yang terstruktur	Studi kasus kualitatif melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen.	Pemanfaatan teknologi digital, termasuk sistem manajemen berbasis cloud, terbukti	Fokus pada efisiensi operasional UMKM melalui teknologi digital—	Tidak spesifik membahas Ginee atau sinkronisasi stok <i>marketplace</i> . Lingkup teknologi lebih umum

No	Peneliti, Judul, Tahun & Sumber	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dengan Penelitian Ini	Perbedaan dengan Penelitian Ini
	Vol. 2(1), pp. 45–58 DOI: 10.36590/jbd.v2i1.178	pada gudang semi-digital.		meningkatkan efisiensi operasional UMKM melalui otomatisasi proses dan pengurangan human error.	inti dari penelitian tentang Ginee di Hap-Hap Sports.	(tidak terfokus pada <i>e-commerce</i> multichannel).
15.	Zaenal & Suardi Bakri (2025). <i>Enhancing Inventory Accuracy through Structured Stock Opname in Semi Digital Warehousing: A Case Study from PT. Sumber Alfaria Trijaya</i> . Sinergi International Journal of Logistics. DOI: 10.61194/sijl.v3i2.751.	Meningkatkan akurasi inventori melalui penerapan stock opname yang terstruktur pada gudang semi-digital.	Studi kasus kualitatif melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen.	Menggunakan studi kasus kualitatif melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbaikan SOP <i>stock opname</i> meningkatkan akurasi inventori dan mendukung efisiensi operasional gudang.	Sama-sama membahas peningkatan akurasi stok dan efisiensi operasional.	Penelitian dilakukan pada gudang ritel modern, sedangkan penelitian ini berfokus pada implementasi aplikasi Ginee dalam mendukung sinkronisasi stok Shopee dan TikTok Shop serta meningkatkan efisiensi operasional Hap-Hap Sports.

2.2 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini memiliki dua variabel utama yang saling berhubungan. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pemanfaatan aplikasi Ginee untuk sinkronisasi stok Shopee dan TikTok Shop, yang dikaji melalui tiga aspek, yaitu

proses implementasi aplikasi Ginee, dampak pemanfaatan aplikasi Ginee terhadap efisiensi operasional Hap-Hap Sports, serta kondisi pendukung dan kendala dalam pemanfaatan aplikasi Ginee beserta upaya mengatasinya. Variabel terikat adalah efisiensi operasional Hap-Hap Sports, yang diukur melalui tiga dimensi, yaitu akurasi stok, efisiensi waktu dan biaya operasional, serta performa toko di Shopee dan TikTok Shop (Panigrahi et al., 2024).

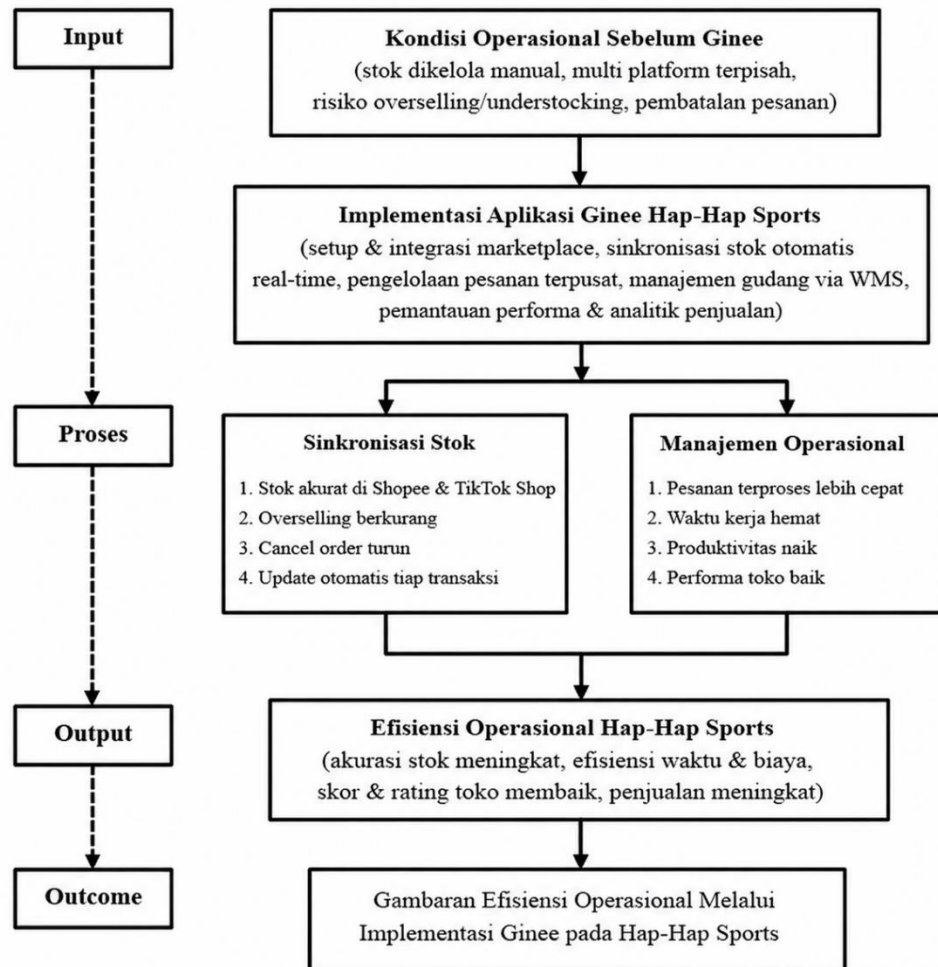
Hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini bersifat langsung dan positif. Pemanfaatan aplikasi Ginee sebagai sistem sinkronisasi stok secara real-time diharapkan mampu meningkatkan efisiensi operasional Hap-Hap Sports melalui pengelolaan persediaan yang lebih akurat, proses kerja yang lebih efisien, serta pengurangan kesalahan dalam pembaruan stok. Saghiri et al. (2023) menyatakan bahwa keterbatasan visibilitas inventori merupakan hambatan utama terhadap efisiensi operasional dan dapat diatasi melalui integrasi sistem berbasis teknologi. Sejalan dengan itu, Hui et al. (2025), menjelaskan bahwa sistem manajemen inventori terpadu pada ekosistem multichannel mampu mengurangi distorsi data persediaan dan meningkatkan efisiensi operasional bisnis.

Hubungan antara pemanfaatan teknologi sinkronisasi stok dan efisiensi operasional bersifat positif. Alamin et al. (2023), membuktikan bahwa implementasi sistem manajemen inventori yang terstruktur berkorelasi positif dengan peningkatan efisiensi operasional, perbaikan layanan pelanggan, dan efisiensi biaya distribusi. juga menegaskan bahwa manajemen inventori secara *real-time* berkontribusi terhadap pengurangan *stockout*, penghematan biaya operasional,

dan peningkatan pengalaman konsumen. Temuan-temuan tersebut menjadi dasar bahwa implementasi Ginee yang optimal dapat meningkatkan efisiensi operasional Hap-Hap Sports.

Proses implementasi aplikasi Ginee pada Hap-Hap Sports dimulai dengan integrasi akun Shopee dan TikTok Shop ke dalam satu sistem sehingga data stok dapat diperbarui secara otomatis setiap kali terjadi transaksi pada salah satu platform. Implementasi tersebut didukung oleh fitur sinkronisasi stok secara real-time yang membantu menjaga akurasi persediaan. Meskipun demikian, dalam penerapannya masih terdapat berbagai kondisi pendukung dan kendala, baik yang berasal dari aspek teknis maupun operasional. Oleh karena itu, diperlukan upaya penanganan yang tepat agar pemanfaatan aplikasi Ginee dapat berjalan secara optimal dan memberikan dampak nyata terhadap peningkatan efisiensi operasional Hap-Hap Sports.

Berdasarkan uraian di atas, kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan secara skematis sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian

2.3 Proposisi

Proposisi penelitian ini sebagai berikut:

1. Aplikasi Ginee berperan sebagai sistem yang mengintegrasikan subsistem operasional Hap-Hap Sports, yaitu gudang, Shopee, dan TikTok Shop, sehingga proses sinkronisasi stok dapat berjalan secara terintegrasi.
2. Integrasi sistem melalui aplikasi Ginee mendukung kinerja dan efisiensi operasional dengan mempercepat pembaruan stok serta mengurangi kesalahan operasional.

3. Efektivitas pemanfaatan aplikasi Ginee dipengaruhi oleh faktor penghambat, baik teknis (misalnya kendala sistem/koneksi) maupun non-teknis (misalnya kesiapan sumber daya manusia).
4. Strategi penanganan yang tepat terhadap faktor penghambat menentukan optimalisasi pemanfaatan aplikasi Ginee dan pencapaian efisiensi operasional Hap-Hap Sports secara berkelanjutan.