

Faktor – Faktor Yang Dipertimbangkan Dalam Memilih Moka POS Sebagai Sistem *Point Of Sale* di Surabaya

Olivia Agatha Indah Susilowaty^{1*}, Martinus Rukismono²

^{1,2}Universitas Widya Kartika Surabaya

Abstrak

Indonesia merupakan negara berkembang, seiring dengan perkembangan zaman yang ada maka kebutuhan semakin meningkat namun pendapatan negara tidak sepadan dengan jumlah penduduk yang ada di Indonesia. Salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan negara yaitu dengan meningkatkan jumlah lapangan pekerjaan dan dengan banyaknya badan usaha yang berjalan dengan baik, maka badan usaha dapat membayar pajak guna pembangunan negara. Badan usaha dapat berjalan dengan baik jika memiliki sistem pengelolaan keuangan yang baik, oleh sebab itu sangat diperlukan sistem Moka POS yang dapat memudahkan segala transaksi dalam suatu badan usaha. Saat ini masih banyak badan usaha yang belum menggunakan sistem Moka POS ini. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk mencari faktor – faktor apa yang dipertimbangkan dalam memilih Moka POS sebagai sistem *Point of Sale* di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan objek penelitian PT. MOKA POS yang bergerak di bidang jasa aplikasi sistem kasir. Sumber data diperoleh dari kuesioner. Hasil penelitian ini yaitu telah ditemukan 4 faktor yang dipertimbangkan dalam memilih Moka POS sebagai sistem *point of sale* di Surabaya yaitu faktor kualitas produk, faktor kepercayaan, faktor motivasi, dan faktor pemasaran. Peneliti memberikan saran agar Moka POS menambahkan iklan di media sosial, meningkatkan keamanan data pengguna, meningkatkan kecepatan dalam sistem Moka, meningkatkan pelayanan dalam mengatasi keluhan pengguna, serta senantiasa memperbarui fitur aplikasi Moka sesuai dengan kebutuhan pengguna. Saran ini diharapkan dapat memberikan perbaikan dan membantu perusahaan agar menjadi lebih baik ke depannya serta menambah jumlah pengguna Moka POS.

Kata Kunci : Sistem *Point of Sale*, Aplikasi Kasir, Fitur Aplikasi.

Abstract

Considering Factors in Choosing Moka POS as A Point of Sale System in Surabaya. Indonesia is a developing country, along with the times, the need is increasing, but state income is not commensurate with the population in Indonesia. One of the ways to increase state income is by increasing the number of jobs and with the number of business entities running well, the business entity can pay taxes for state development. Business entities can run well if they have a good financial management system, therefore it is necessary to have a Moka POS system that can facilitate all transactions within a business entity. Currently, there are still many business entities that have not used the Moka POS system. Therefore, this research aims to find out what factors are considered in choosing Moka POS as a *Point of Sale* system in Surabaya. This study uses quantitative methods with the object of research is PT. MOKA POS, which is engaged in cashier application system services. Sources of data obtained from questionnaire. The results of this study were found to be 4 factors that were considered in choosing Moka POS as a *point of sale* system in Surabaya, the factor were quality factors, trust factors, motivation factors, and marketing factors. Researchers provide suggestions for Moka POS to add advertisements on social media, improve user data security, increase speed in the Moka system, improve services in dealing with user complaints, and always update Moka application features according to user needs. This suggestion is expected to provide improvements and help the company to be better in the future and increase the number of Moka POS users.

Keywords: *Point of Sale* Systems, Cashier Application, Application Features

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang, banyak faktor yang menjadikan Indonesia

B-8-1

negara berkembang, yang pertama karena tingkat pertumbuhan penduduk di Indonesia yang tinggi. Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terpadat ke-4 di dunia setelah Cina, India dan Amerika Serikat. Jumlah penduduk Indonesia saat ini mencapai kurang lebih 255,5 juta jiwa. Pertumbuhan penduduk yang tinggi memunculkan berbagai masalah dan dampak negatif bagi rakyat dan negara. Peningkatan populasi di Indonesia menyebabkan meningkatnya permintaan terhadap sandang, pangan dan papan, sayangnya penawaran terhadap barang-barang ini tidak dapat disuplai dalam jangka waktu pendek karena kurangnya faktor pendukung, seperti modal, bahan baku, tenaga kerja terlatih, dan sebagainya. Hal ini menyebabkan harga barang naik, sehingga biaya hidup rakyat menjadi lebih mahal dan memunculkan kemiskinan.

Seiring dengan peningkatan jumlah populasi maka akan terjadi peningkatan jumlah permintaan karena kebutuhan yang bervariasi dari masyarakat. Permintaan yang meningkat ini selayaknya di respon oleh dunia usaha dengan penyediaan produk yang sesuai kebutuhan. Kebutuhan yang disediakan tentunya perlu dikelola oleh perusahaan dengan lebih profesional untuk menghindari kebangkrutan dan kegagalan dalam badan usaha. Saat ini masih banyak badan usaha di Indonesia yang masih belum bisa mengelola perusahaan dengan baik.

Tentu suatu badan usaha memerlukan sistem pengelolaan keuangan, pembukuan, dan stok barang yang tepat agar seluruh kegiatan usaha dapat terorganisir dengan baik. Sebelum era modern seperti sekarang ini, masyarakat jaman dulu pastinya menggunakan pengelolaan keuangan secara tradisional, yaitu pembukuan dengan cara manual, perhitungan stok, *cash flow*, perhitungan pajak, rekap transaksi harian, mingguan, bulanan, bahkan tahunan.

Kekurangan metode seperti ini adalah dapat terjadi ketidaktepatan dalam melakukan perhitungan, kesalahan dalam perhitungan stok, serta selisih neraca. Sehingga dapat menimbulkan kerugian besar bagi badan usaha tersebut. Dengan menggunakan cara manual juga membutuhkan lebih banyak tenaga dan menguras waktu yang cukup banyak, serta dengan menggunakan metode yang manual memerlukan biaya tambahan untuk memperkerjakan seorang akuntan khusus untuk mengerjakan pembukuan, selain itu seorang pengusaha juga akan mengalami kesusahan dalam mengawasi, mengamati, dan memonitor arus perputaran kas dan keuangan dari usahanya, menggunakan metode yang manual ini memiliki peluang terjadinya manipulasi data dalam keuangan, kerugian lainnya yang dapat terjadi adalah peluang hilangnya data rekapan keuangan akibat kelalaian kerja.

Oleh karena itu, teknologi sangatlah penting untuk membantu suatu badan usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya, dengan menggunakan aplikasi dapat membantu dalam mengakses data penjualan dan riwayat transaksi semua outlet secara *real-time*, mengumpulkan semua catatan tipe pembayaran yang digunakan pada tiap-tiap outlet seperti tunai, kartu debit/kredit, e-wallet, atau lainnya, mengirim dan melacak invoice atau bukti penjualan saat itu juga dari perangkat seluler.

Dengan menggunakan aplikasi juga dapat membantu manajemen pegawai seperti pengelolaan manajemen sif para pegawai, menghindari kecurangan yang dilakukan pegawai dengan adanya hak akses pegawai, serta melihat secara langsung kinerja para pegawai serta data sif penjualan pada tiap-tiap outlet. Manajemen inventori juga merupakan hal yang penting dalam suatu badan usaha, dengan menggunakan teknologi dapat mengkustomisasi produk dengan menambahkan varian, harga, serta foto,

memantau pengaturan inventori secara real-time dan mendapatkan pemberitahuan

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang berguna untuk menunjukkan hubungan antar variabel, menguji teori, mencari generalisasi yang mempunyai nilai prediktif. Jenis penelitian ini adalah eksploratori menurut Kotler adalah “penelitian yang bertujuan menghimpun informasi awal yang akan membantu upaya menetapkan masalah dan merumuskan hipotesis.” Pendekatan eksploratori berupaya menemukan informasi umum mengenai sesuatu topik/masalah yang belum dipahami sepenuhnya oleh seorang peneliti.

Alasan peneliti menggunakan jenis penelitian ini adalah untuk menganalisis sejumlah faktor yang dipertimbangkan terhadap keputusan pembelian Moka Pos. Serta untuk menjelaskan hasil mengenai faktor – faktor yang akan ditemukan berpengaruh terhadap keputusan pembelian saat penelitian telah dilakukan.

Berdasarkan data yang peneliti dapat dari Moka Pos jumlah *merchant* yang menggunakan Moka Pos di Surabaya adalah 500 *merchant* (*sumber : intern perusahaan*). Populasi penelitian ini adalah *merchant* yang menggunakan MOKA POS di Surabaya.

Jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden *merchant* di Surabaya yang telah menggunakan aplikasi kasir Moka Pos.

Penelitian ini menggunakan analisis faktor eksploratori atau analisis komponen utama (PCA = *principle component analysis*) yaitu suatu teknik analisis faktor di mana beberapa faktor yang akan terbentuk berupa variabel laten yang belum dapat ditentukan sebelum analisis dilakukan. Pada prinsipnya analisis faktor eksploratori di mana terbentuknya faktor-faktor atau variabel laten baru adalah bersifat acak, yang selanjutnya dapat

otomatis untuk persediaan stok barang yang hampir habis untuk tiap-tiap outlet.

diinterpretasi sesuai dengan faktor atau komponen atau konstruk yang terbentuk. Analisis faktor eksploratori persis sama dengan analisis komponen utama (PCA). Dalam analisis faktor eksploratori di mana peneliti tidak atau belum mempunyai pengetahuan atau teori atau suatu hipotesis yang menyusun struktur faktor-faktornya yang akan dibentuk atau yang terbentuk, sehingga dengan demikian pada analisis faktor eksploratori merupakan teknik untuk membantu membangun teori baru.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari analisis faktor yang telah dilakukan, terbentuk empat faktor baru yang menjadi faktor-faktor yang dipertimbangkan, keempat faktor tersebut adalah :

1. Faktor Kualitas Produk

Berdasarkan hasil Nilai Komulatif sebesar 39,037%, Faktor Kualitas Produk yang menjadi Faktor 1 merupakan salah satu faktor yang paling dominan dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian suatu produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:272) Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.

Faktor Kualitas Produk terbentuk dari X₁, X₂, X₈, X₁₀, X₁₁, X₁₂, X₁₇, dan X₁₈. Dimana X₁ informasi tentang Moka sangat jelas. X₂ Moka memiliki sales yang merespon konsumen dengan baik, X₈ harga member Moka sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, X₁₀ sistem Moka mudah digunakan, X₁₁ fitur Moka sangat canggih, X₁₂ kecepatan dalam penggunaan aplikasi Moka sangat baik, X₁₇ Moka dapat mengklasifikasikan pelanggan dari suatu usaha, dan X₁₈ Moka memberikan penjelasan yang akurat melalui salesnya. Dari situ dapat

disimpulkan bahwa kualitas produk dari Moka yang menjadi pertimbangan utama dan yang paling dominan bagi suatu usaha dalam memilih Moka POS sebagai sistem *Point Of Sale* di Surabaya.

2. Faktor Kepercayaan

Yang kedua terdapat Faktor Kepercayaan dengan nilai kumulatif varians sebesar 7,811%. Kepercayaan sangat dibutuhkan agar transaksi jasa berjalan dengan baik, karena jasa bersifat tidak berwujud melainkan dirasakan, sehingga penting bagi konsumen untuk mempercayai jasa tersebut, terutama dalam mengelola bisnisnya. Faktor Kepercayaan yang memainkan peran penting dalam membangun dan mempertahankan *relationship* dan merupakan prediktor yang signifikan terhadap komitmen. Pelanggan dapat komit pada pihak lain yang diyakini dapat dipercaya. Demikian juga dengan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang mempunyai kepuasan yang tinggi akan memiliki komitmen terhadap perusahaan. Kepercayaan dan kepuasan, merupakan variabel antara yang dapat menimbulkan keinginan pelanggan untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan perusahaan (*relationship commitment*). Dikutip dari Saparso (2014) dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan, Kepuasan dan *Relationship Commitment* Pelanggan pada Industri Jasa”

Faktor Kepercayaan terbentuk dari X_{13} , X_{14} , dan X_{15} , X_{19} , dan X_{20} . Dimana X_{13} outlet yang menggunakan Moka percaya bahwa menggunakan Moka dapat menguntungkan untuk jangka yang panjang. X_{14} Moka menjamin keamanan data *outlet* tersebut X_{15} Moka memiliki pengalaman lebih dari 5 tahun, X_{19} Sales Moka aktif mengunjungi dan melakukan edukasi terhadap outlet, dan X_{20} *outlet* memutuskan untuk melanjutkan member Moka 1 bulan ke depan. Dengan adanya kepercayaan terhadap suatu produk jasa dapat membuat *outlet* menjadi loyal dan

memutuskan untuk melanjutkan berlangganan Moka. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor kepercayaan menjadi salah satu faktor pertimbangan dalam memilih Moka POS sebagai Sistem *Point Of Sale* di Surabaya.

3. Faktor Motivasi

Berdasarkan hasil nilai kumulatif varians faktor ketiga mempunyai nilai kumulatif sebesar 6,702. Faktor motivasi menjadi faktor ketiga dalam penelitian ini. “Ada 3 teori motivasi yang dominan dalam mempengaruhi pembentukan perilaku konsumen dalam keputusan pembelian suatu produk. Ketiga teori tersebut adalah teori yang dikemukakan oleh Abraham Maslow, Sigmud Freud dan Frederick Herzberg (Philip Kotler, 2005). Abraham Maslow mengemukakan bahwa pada dasarnya setiap manusia dalam bertindak selalu didorong oleh kebutuhan manusia yang tersusun dalam sebuah jenjang (hirarki) dari tingkatan kebutuhan yang paling mendesak hingga tingkatan yang kurang mendesak. Tingkatan kebutuhan tersebut adalah kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan akan harga diri dan kebutuhan aktualisasi diri.” Dalam jurnal Eny Sulistyowati yang berjudul “ Motivasi dan Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Industri Kerajinan Kulit di Yogyakarta”

Faktor Motivasi dalam penelitian ini terbentuk dari X_3 memakai Moka karena kebutuhan, X_6 yaitu karena Moka memiliki legalitas resmi dari pemerintah, X_7 karena harga member Moka sangat terjangkau dan X_{16} Moka dapat diakses secara *real-time*. Keempat hal ini menjelaskan bahwa X_3 motivasi *outlet* menggunakan Moka yaitu karena kebutuhan, X_6 yaitu motivasi *outlet* menggunakan Moka karena Moka memiliki legalitas dari pemerintah sehingga dapat dipercaya, X_7 yaitu motivasi *outlet* menggunakan Moka karena harganya yang

terjangkau, dan yang terakhir X_{16} yaitu motivasi *outlet* menggunakan Moka karena dapat diakses secara *real-time* yang artinya dapat diakses dimanapun, kapanpun, dan dapat memantau langsung aktivitas yang sedang terjadi di aplikasi Moka. Maka dengan hal ini faktor motivasi merupakan faktor yang dipertimbangkan dalam memilih Moka POS sebagai sistem *Point of Sale* di Surabaya.

4. Faktor Pemasaran

Faktor pemasaran terbentuk karena memiliki nilai *eigen* sebesar 1.340 menunjukkan nilai *eigen* > 1 dan dengan nilai kumulatif sebesar 5,553%. Pemasaran merupakan hal yang penting dalam bidang usaha apapun, karena dengan strategi pemasaran yang baik suatu usaha dapat menentukan target pasar, membangun hubungan yang baik dengan konsumen, serta memperluas pasar.

Menurut Reny Maulidia Rahmat dalam “Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Koko Jaya Prima Makassar” menyatakan bahwa strategi pemasaran yang maju dan berkembang senantiasa memperhatikan adanya unsur menarik perhatian segmen pasar atau pangsa pasar yang produktif dalam kegiatan pemasaran. Selain itu berupaya untuk menempatkan posisi pemasaran yang strategis dalam memperoleh keuntungan dan berupaya untuk mencapai target dari realisasi yang diterapkannya.

Faktor pemasaran terbentuk dari X_4 yakni tertarik memakai Moka karena informasi dari teman, X_5 yaitu tertarik memakai Moka karena iklan di sosial media, dan X_9 tertarik dengan diskon yang diberikan Moka. Dari ketiga X ini dapat disimpulkan bahwa faktor pemasaran merupakan faktor terendah dalam memilih Moka POS sebagai sistem *Point Of Sale* di Surabaya.

Selain itu, penulis juga melakukan sedikit wawancara dengan responden, responden memiliki beberapa keluhan mengenai Moka.

Pada saat *outlet* sedang ramai maka aplikasi akan mulai melambat, khususnya pada saat *weekend*. Selain itu aplikasi Moka juga sering *log out* dengan sendirinya sehingga mengganggu transaksi penjualan. Aplikasi Moka juga hanya bisa digunakan dengan tablet android atau IOS, aplikasi Moka tidak dapat digunakan di PC komputer, hal ini menyebabkan responden harus membeli tablet atau *handphone* khusus untuk digunakan di *outlet* nya. Hal ini berhubungan dengan hasil analisa faktor dari penelitian yg sudah dilakukan yaitu faktor kualitas produk dengan jumlah 0,524. Salah satu keluhan yang dikatakan oleh responden ialah mengenai harga Moka yang dikategorikan lebih mahal daripada merek lain hal ini juga berhubungan dengan hasil analisa faktor X_7 yaitu harga Moka sangat terjangkau, faktor ini berada di faktor ketiga. Dari hasil sedikit wawancara kepada responden, responden juga mengatakan bahwa Moka sangat jarang memberikan diskon, oleh karena itu X_9 yaitu tertarik dengan diskon yang diberikan Moka menjadi faktor terakhir dalam penelitian ini.

4. KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dan menemukan hasil serta pembahasan yang sudah dikemukakan pada bab – bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan telah ditemukan 4 faktor baru yang dapat dipertimbangkan dalam memilih Moka POS sebagai sistem *Point Of Sale* di Surabaya.

Moka juga memiliki peningkatan jumlah pelanggan yang tergolong rendah karena dalam 5 tahun terakhir hanya 500 *outlet*. Hal ini dikarenakan Moka memiliki beberapa kelemahan, yaitu kelemahan dalam kecepatan sistem, ketika *outlet* sedang ramai maka aplikasi Moka akan mulai melambat dan hal ini mengganggu transaksi penjualan, tidak hanya melambat, terkadang aplikasi Moka *log out* dengan sendirinya. Selain itu

aplikasi Moka hanya bisa digunakan dengan tablet android dan IOS, hal ini mengakibatkan *outlet* harus membeli android atau IOS khusus untuk berada di *outlet*. Selain itu harga Moka tergolong lebih mahal daripada merek lain, dan Moka juga sangat jarang memberikan diskon.

Keempat faktor baru yang terbentuk setelah penelitian ini dilakukan ialah faktor kualitas produk menjadi faktor yang paling dominan dalam memilih Moka POS sebagai sistem *Point Of Sale* di Surabaya. *Outlet* yang menggunakan Moka sangat mempertimbangkan kualitas dari produk Moka ini. Dan dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa produk Moka POS memang layak digunakan bagi para pebisnis, khususnya bidang Makanan, karena dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner, 59% diantaranya merupakan bisnis di bidang makanan.

Faktor kepercayaan merupakan faktor kedua dalam pertimbangan para *outlet* dalam memilih Moka POS sebagai sistem *Point Of Sale* mereka. Terbukti bahwa Moka dapat dipercaya untuk penggunaan jangka panjang, dipercaya dapat menjamin keamanan data perusahaan, dipercaya karena memiliki pengalaman lebih dari 5 tahun, dipercaya karena sales aktif mengunjungi *outlet* dan memberikan edukasi, serta karena hal tersebut *outlet* memutuskan untuk melanjutkan *member* Moka untuk 1 bulan ke depan.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah ada, dapat disimpulkan bahwa faktor motivasi merupakan faktor yang dipertimbangkan dalam memilih Moka POS sebagai sistem *Point of Sale* di Surabaya. Faktor ini merupakan faktor yang ketiga dalam pertimbangan *outlet*. Hal ini terbentuk dari pertanyaan kuesioner yang menyebutkan memakai Moka karena kebutuhan, Moka memiliki legalitas resmi dari pemerintah, harga *member* Moka sangat terjangkau, dan

Moka dapat diakses secara *real-time*. Keempat hal inilah yang menjadi motivasi *outlet* untuk menggunakan Moka POS.

Faktor pemasaran menjadi faktor terakhir yang dipertimbangkan *outlet* memilih Moka POS sebagai sistem *Point Of Sale* di Surabaya. Faktor ini terbentuk dari *Word Of Mouth* (WOM) yang merupakan pemasaran dari mulut ke mulut, hal ini juga termasuk informasi dari teman yang merupakan pertanyaan yang terdapat di kuesioner dalam penelitian ini. Faktor pemasaran juga terbentuk karena iklan di sosial media, serta karena diskon yang diberikan Moka. Namun faktor ini merupakan faktor terkecil dibandingkan faktor yang lainnya.

Dengan hasil dari uji penelitian menggunakan metode *Principal Component Analysis* (PCA) dapat disimpulkan bahwa terdapat 4 faktor yang dipertimbangkan dalam memilih Moka POS sebagai sistem *Point of Sale* di Surabaya. Dan keempat faktor tersebut adalah faktor kualitas produk, faktor kepercayaan, faktor motivasi dan faktor pemasaran.

4.2 Saran

Memperkuat iklan di media sosial agar Moka dapat lebih diketahui oleh banyak pengusaha lain. Hal ini sangat penting mengingat kembali bahwa Moka sudah berdiri sejak 2015 namun pengguna masih relatif sedikit di Surabaya yaitu 500 *outlet*. Selain untuk memperluas pasar, iklan juga berguna untuk menciptakan citra *brand*, memudahkan komunikasi produk karena iklan *online* bisa berupa gambar, gambar bergerak, video, hingga konten *marketing*. Dari sederet sosial media yang bisa menjadi *platform* untuk memasang iklan, beberapa *platform* yang efektif seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube. Salah satunya karena media sosial tersebut menjadi *platform* yang paling banyak digunakan di Indonesia. Biaya yang dikeluarkan untuk

iklan di sosial media juga relatif terjangkau, sehingga Moka perlu mempertimbangkan untuk memperbanyak iklan.

Untuk mempertahankan *outlet* yang sudah menggunakan Moka, diharapkan Moka senantiasa dapat meningkatkan keamanan data, transaksi yang ada dalam perusahaan. Hal ini perlu terus ditingkatkan karena mengingat seiring perkembangan zaman semakin banyak peretas yang dapat membobol data perusahaan. Hal ini sangat penting bagi perusahaan karena data merupakan privasi dari perusahaan yang perlu dijaga dan dilindungi.

Karena Moka Merupakan Produk Jasa Yang Berupa Sistem Kasir, Maka Kecepatan Dalam Penggunaan Aplikasi Sangatlah Penting Bagi Perusahaan Yang Menggunakan Moka. Diharapkan Moka Dapat Meningkatkan Kecepatan Aplikasi, Karena Dengan Banyak Atau Ramainya Kunjungan Dapat Memperlambat Sistem Aplikasi Ini. Hal Ini Perlu Ditingkatkan Lebih Lagi Agar Perusahaan Yang Menggunakan Moka Dapat Lebih Nyaman.

Pelayanan Yang Terbaik Dapat Mempertahankan Perusahaan Yang Sudah Menggunakan Moka. Moka Diharapkan Dapat Meningkatkan Pelayanannya Dalam Mengatasi Keluhan Yang Diberikan Oleh *Outlet*. Dengan Meningkatkan Pelayanan Dapat Menambah Pemasaran Melalui *Word Of Mouth* Wom Dan Mempertahankan Perusahaan Agar Loyal Kepada Moka. Karena Kepuasan Yang Didapatkan Oleh Perusahaan Sangat Penting Bagi Keberlangsungan Moka Pos.

Seiring perkembangan zaman tentunya kebutuhan juga akan bertambah, Untuk itu Moka diharapkan dapat selalu memperbarui Fitur Yang Ada Sesuai Dengan Kebutuhan Perusahaan. Fitur Yang Bermanfaat Dapat Membantu Jalannya Perusahaan Yang Menggunakan Moka.

Dengan memberikan diskon dapat menarik untuk menggunakan Moka, mempertahankan outlet agar tetap menggunakan Moka, serta memperluas Pasar. Menurut beberapa responden yang telah menggunakan Moka, Moka Sangat jarang memberikan diskon, Oleh karena, itu hal ini menjadi faktor terakhir dalam penelitian Ini.

Daftar Pustaka

- Agus, Komang. B.W., dkk. (2017). Jurnal Aplikasi Penjualan *Point Of Sale* (POS) Menggunakan *Barcode* Pada Koperasi Bina Kasih Sejahtera Berbasis *Desktop* Dengan Metode *First In First Out* (FIFO). Retrieved October, 2017, From Universitas Dhayan Pura. Web site: <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jutik/article/view/292>
- Aldo. 2020. "Keuntungan Menggunakan Point Of Sale", <https://www.olsera.com/en/blog/keuntungan-menggunakan-point-of-sale-untuk-bisnis-yang-anda-miliki/97>
- Amalia, Dina. 2019. "Pengertian, Fungsi, dan Unsur Manajemen", <https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-fungsi-dan-unsur-manajemen/>
- Badan Pusat Statistik. 2019. "Persentase Penduduk Miskin Maret 2019", <https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/07/15/1629/persentase-penduduk-miskin-maret-2019-sebesar-9-41-persen.html>
- Bayu, Hastian., dkk. (2020). Jurnal Analisis Pengujian Sistem Rakoon POS berdasarkan Teori Kualitas McCall. Retrieved January, 2020, From Universitas Brawijaya. Web site: <http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/download/6881/3336/>