

Perencanaan Strategis Sistem Informasi pada UMKM Produk Herbal dengan Metode *Ward and Peppard*

¹Alfat Mutoriq, ²Muhamad Putra Perdana, ³Muhammad Wildan Yasykur, ⁴Asharinnisa Salsabila, ⁵Kholiq Budiman
Universitas Negeri Semarang
Sekaran, Kecamatan Gunung Pati, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

¹alfatmutoriq@students.unnes.ac.id, ²putraperdana138@students.unnes.ac.id,
³dann.wil330@students.unnes.ac.id, ⁴anisqudus2001@students.unnes.ac.id,
⁵kholiq.budiman@mail.unnes.ac.id

*Penulis Korespondensi

Diajukan : 01/02/2022
Diterima : 25/03/2022
Dipublikasi : 01/04/2022

ABSTRAK

Perkembangan sistem informasi dan teknologi informasi pada saat ini memberikan manfaat dalam kehidupan manusia dan merambah hampir ke segala bidang kehidupan, salah satunya adalah dalam perencanaan strategis. Perencanaan strategis sistem informasi didalamnya mencakup pendefinisian tujuan organisasi, penetapan strategi secara menyeluruh guna tercapainya tujuan organisasi, dan penyusunan rencana untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan pekerjaan organisasi. Perencanaan strategis berguna untuk membantu pimpinan dan manajer dalam menjalankan tugasnya untuk meningkatkan efisiensi kerja dengan mengotomatisasi proses pengelolaan informasi, efektivitas manajemen yang ditingkatkan dengan memenuhi kebutuhan akan informasi untuk membantu dalam proses pengambilan keputusan, dan meningkatkan daya saing untuk keunggulan kompetitif organisasi. Penerapan perencanaan strategis yang baik akan memberikan dampak dan pengaruh yang baik pula terhadap organisasi yang menerapkannya, tak terkecuali organisasi bisnis seperti UMKM. UMKM merupakan salah satu usaha di bidang perekonomian tingkat menengah yang merujuk pada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk merencanakan strategi SI/TI pada UMKM Kewirausahaan Produk Herbal di salah satu universitas yang ada di Semarang. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara kepada ketua UMKM Kewirausahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Ward and Peppard dan IT Balance Scorecard*, dengan tahapan analisis Analisis Rantai Nilai, Analisis PEST, Analisis Model Lima Kekuatan Porter. Hasil dari penelitian ini adalah kerangka strategis dan rencana implementasi sistem informasi dan teknologi yang sejalan dengan rencana strategi bisnis organisasi.

Kata Kunci: Perencanaan; Perencanaan Strategis; Sistem Informasi; UMKM; *Ward and Peppard*.

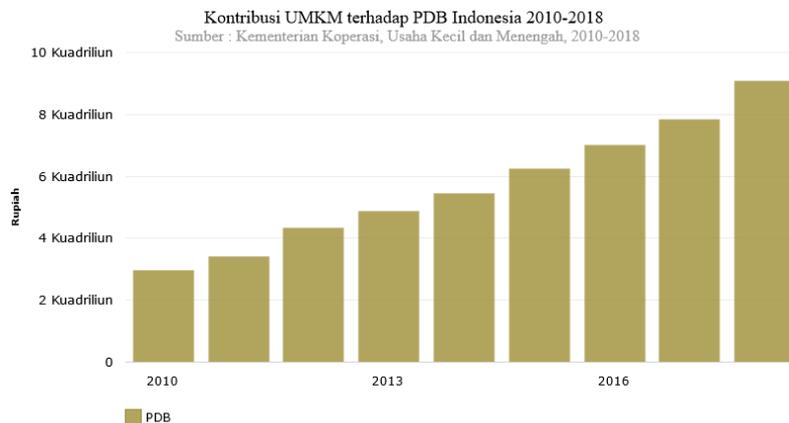
I. PENDAHULUAN

Sistem informasi dan teknologi informasi (SI/TI) saat ini merupakan salah satu faktor keberhasilan suatu organisasi. Hal ini dikarenakan sistem informasi dan teknologi informasi yang berkembang secara pesat pada saat ini membuat organisasi harus bisa memanfaatkan dan menggunakannya. Oleh karena itu sebuah organisasi saat ini memerlukan perencanaan strategis sistem informasi. Tak terkecuali dalam organisasi bisnis. Robbin dan Coutler mengungkapkan bahwa perencanaan strategis sistem informasi didalamnya mencakup pendefinisian tujuan organisasi, penetapan strategi secara menyeluruh guna tercapainya tujuan organisasi, dan

penyusunan rencana untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan pekerjaan organisasi (Utami et al., 2018). Perencanaan strategis sistem informasi yang baik pada suatu organisasi bisnis dapat membuat mereka lebih unggul dalam persaingan bisnis (Kholiq Budiman et al., 2021).

Penerapan sistem informasi dan teknologi informasi menjadi hal yang penting dan diperlukan guna membantu organisasi bisnis menjadi lebih maju, unggul, dan berkembang serta memiliki daya saing yang tinggi. Penerapan sistem informasi dan teknologi informasi mempunyai 3 tujuan utama, yaitu efisiensi kerja dengan otomatisasi proses-proses pengelola informasi, meningkatkan efektivitas manajemen dengan kebutuhan informasi untuk pengambilan keputusan, dan memperbaiki dan meningkatkan daya saing serta meningkatkan keunggulan kompetitif dengan merombak gaya dan cara berbisnis (Ward & Peppard, 2002). Penerapan sistem informasi dan teknologi informasi yang baik dalam suatu organisasi bisnis tentunya akan memberikan manfaat terhadap organisasi bisnis tersebut (K. Budiman et al., 2021). Organisasi bisnis tidak hanya perusahaan-perusahaan besar, tapi juga meliputi usaha-usaha mikro seperti Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM adalah salah satu usaha di bidang perekonomian yang masih ada dan terus berkembang meskipun perekonomian nasional sedang menurun (Asmawati et al., 2017)

UMKM disebut-sebut akan menjadi pilar pertumbuhan ekonomi dengan adanya kontribusi yang diberikan setiap tahun yang terus meningkat (Saputra et al., 2019). Saputra, dkk. juga menyebutkan bahwa terdapat sekitar 400.000 UMKM yang ada di Indonesia dan membantu penyerapan tenaga kerja dalam negeri yang tumbuh dari 96,99% menjadi 97,22% dalam kurun waktu lima tahun terakhir berdasarkan sensus ekonomi tahun 2016. Data lainnya mengenai UMKM dapat dilihat pada databoks.katadata.co.id yang menunjukkan bahwa terdapat sekitar Rp. 8.573,9 triliun disumbang oleh UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dengan angka persentase sebesar 57,8% pada tahun 2018. Selain itu, UMKM juga memberikan lapangan pekerjaan terhadap sekitar 116.978.631 orang atau sekitar 97% total tenaga kerja di Indonesia (Jayani, 2020). Kontribusi UMKM terhadap PDB di Indonesia dari tahun 2010-2018 dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kontribusi UMKM terhadap PDB di Indonesia Tahun 2010-2018 (Jayani, 2020)

Dewasa ini semakin banyak kemunculan UMKM di Indonesia. Salah satunya adalah UMKM Kewirausahaan Jurusan Ilmu Komputer Universitas Negeri Semarang. UMKM Kewirausahaan ini dibentuk sekitar pertengahan tahun 2021. UMKM ini didirikan di bawah Jurusan Ilmu Komputer Universitas Negeri Semarang dan telah bermitra dengan salah satu produsen produk herbal yang ada di Indonesia yaitu HNI HPAI. Pembentukan UMKM Kewirausahaan ini bertujuan agar anggota dalam UMKM dapat belajar berwirausaha, serta mengembangkan skill berwirausaha. Secara kepengurusan UMKM ini memiliki 15 anggota

tetap yang berperan aktif dalam kepengurusan organisasi UMKM ini. Kemudian dalam pelaksanaannya kegiatan transaksi diatur serta dilakukan melalui *e-commerce* Shopee dengan nama toko BC HNI Semarang 5. Permasalahan yang ada dalam UMKM Kewirausahaan ini adalah permasalahan yang umumnya dihadapi oleh UMKM pendatang baru. Salah satunya adalah belum maksimalnya pemanfaatan TI dalam UMKM. Untuk itu diperlukan adanya perencanaan SI/TI untuk membuat UMKM Kewirausahaan ini menjadi lebih baik lagi dan mempunyai daya saing tinggi.

Banyak penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas tentang perencanaan sistem informasi telah dilakukan, namun masih sedikit penelitian yang berfokus pada UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan memperbaiki daya saing UMKM Kewirausahaan Jurusan Ilmu Komputer Universitas Negeri Semarang. Mengingat UMKM Kewirausahaan ini merupakan UMKM yang baru terbentuk, maka perencanaan strategi SI/TI diperlukan untuk proses bisnis yang lebih baik. Proses bisnis yang baik akan memberikan kontinuitas bisnis yang baik pula (Kholiq Budiman et al., 2020). Dengan keunggulan kompetitif, daya saing tinggi, dan proses bisnis yang lebih baik dapat menjadikan UMKM Kewirausahaan Jurusan Ilmu Komputer akan dapat bersaing dan terus berkembang dalam kurun waktu yang lama. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan dan literatur mengenai perencanaan strategis pada UMKM.

II. STUDI LITERATUR

Penelitian Terdahulu

Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Mulyani, dkk., (2020) yang membahas tentang perencanaan strategis sistem informasi pada sektor pariwisata. Penelitian ini studi kasus pada pariwisata di Taman Satwa Cikembulan di Kabupaten Garut dengan menggunakan metode Ward and Peppard yang bertujuan untuk merencanakan dan menerapkan strategi SI untuk meningkatkan jumlah pengunjung taman. Hasil dari penelitian ini adalah Mulyani, dkk., menyarankan bahwa untuk melakukan upaya-upaya yang mengubah dan mengimplementasikan sistem dan teknologi informasi sesuai dengan hasil perencanaan strategis, seperti pembuatan aplikasi koleksi hewan, aplikasi penjualan tiket, dan layanan Wifi gratis di taman (Mulyani et al., 2020).

Penelitian lainnya yang membahas tentang perencanaan strategi SI juga dilakukan oleh Utami, dkk., (2018) yang membahas tentang penerapan strategis sistem informasi pada Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja (Disperinaker) Kota Salatiga. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dan *Ward and Peppard* yang berguna untuk menganalisis dan mendeskripsikan aktivitas sosial yang ada. Adapun pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan melakukan wawancara dan observasi langsung. Hasil dari penelitian ini adalah rekomendasi portofolio aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi Disperinaker Kota Salatiga yang dapat diterapkan dalam kurun waktu 4 tahun ke depan (Utami et al., 2018).

Penelitian lainnya yang membahas tentang perencanaan strategis sistem informasi juga dilakukan oleh Setiawan & Yulianto (2017) yang membahas tentang perencanaan SI menggunakan IT *Balance Scorecard* dalam metode Ward and Peppard. Mereka melakukan pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan studi literatur terhadap organisasi yang mereka teliti. Hasil dari penelitian tersebut adalah mereka merekomendasikan penambahan departemen SI/TI ke dalam struktur organisasi dengan project & change management di bawahnya sehingga implementasi *Master Plan* SI/TI dapat berjalan dengan baik sesuai dengan roadmap yang direkomendasikan (Setiawan & Yulianto, 2017).

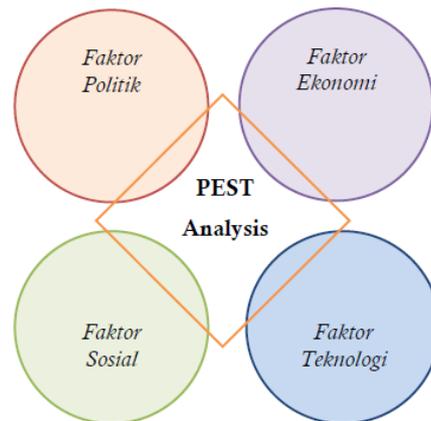
Value Chain Analysis

Value chain diartikan sebagai kumpulan aktivitas pada suatu organisasi yang berkaitan dengan aktivitas desain, produksi, pemasaran, pengiriman dan *support* produk (Septiana, 2017). Dalam pelaksanaannya aktivitas *value chain* dibagi menjadi dua jenis, yakni aktivitas utama dan pendukung. Aktivitas utama berkaitan dengan masuknya logistik, pemrosesan, logistik keluar, pemasaran dan penjualan, serta pelayanan. Sedangkan untuk aktivitas pendukung tersusun atas infrastruktur perusahaan, pengelolaan Sumber Daya Manusia, pengelolaan teknologi, dan usaha

memperolehnya.

PEST Analysis

PEST Analysis digunakan untuk memahami kondisi lingkungan eksternal UMKM ini secara umum yang dapat mempengaruhi bisnis tersebut melalui empat aspek yaitu politik, ekonomi, sosial, dan teknologi. Hasil analisis tersebut berguna untuk menentukan strategi bisnis yang akan diambil selanjutnya (Febriyanti et al., 2019).



Gambar 2. PEST Analysis Model

SWOT Analysis

Analisis SWOT digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan dihadapi oleh suatu organisasi (Pratama, 2020).

IT Balanced Scorecard Analysis

Balance Scorecard adalah alat ukur yang digunakan manajer puncak untuk mendapatkan pandangan yang cepat tapi komprehensif tentang bisnis (Setiawan & Beni, 2012). *IT Balance Scorecard* menyediakan manajemen eksekutif kerangka kerja yang komprehensif di mana visi dan strategi sistem informasi yang diadaptasi dari visi, misi, dan strategi bisnis organisasi (Setiawan & Yulianto, 2017).

McFarlan

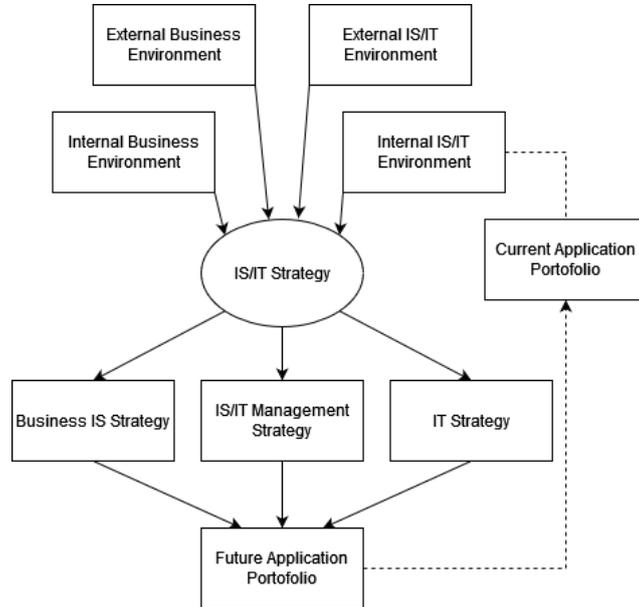
McFarlan digunakan dalam menganalisis aplikasi sistem informasi yang dijalankan oleh suatu organisasi guna pengambilan keputusan, serta penentuan arah operasional perusahaan yang didasarkan pada kapabilitas serta visi dan misi perusahaan di masa depan (Septiana, 2017).

III. METODE

Metode yang kami gunakan dalam penelitian ini adalah metode *Ward and Peppard*. Metode ini dipilih karena proses penganalisaan yang diterapkan meliputi analisis internal dan eksternal yang diwujudkan dalam bentuk analisis rantai nilai, analisis PEST, model lima kekuatan, analisis SWOT dan IT Balanced Scorecard analysis. Penggunaan Metode *Ward and Peppard* dipilih karena metode ini dinilai dapat memperbaiki daya saing atau meningkatkan keunggulan kompetitif dengan merubah gaya dan cara berbisnis organisasi tersebut (K. Budiman et al., 2020). Adapun untuk proses pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara kepada ketua UMKM Kewirausahaan.

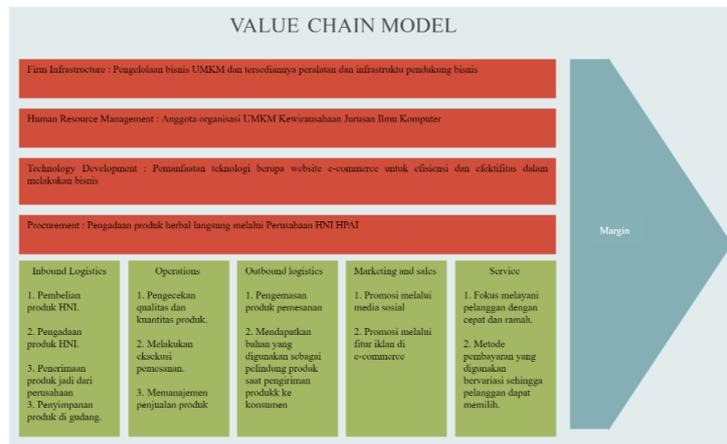
Pendekatan metodologi *Ward and Peppard* dapat dilihat pada Gambar 3. Metode ini dikembangkan ketika kondisi investasi sistem informasi dan teknologi informasi di masa lalu

yang dianggap kurang bermanfaat bagi tujuan bisnis organisasi (Peppard & Ward, 2004) . Metode *Ward and Peppard* memiliki alat analisis yang menganalisis lingkungan bisnis internal, eksternal, dan internal & eksternal adalah analisis rantai nilai (*value chain*), analisis PEST, analisis five strength model, dan analisis SWOT.



Gambar 3. Kerangka Kerja *Ward and Peppard*

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN
Value Chain Analysis.



Gambar 4. Model Rantai Nilai

Dari hasil analisis yang telah dilakukan diperoleh model rantai nilai yang ditunjukkan oleh Gambar 4. Adapun hasil dari analisis *value chain* yang telah dilakukan dapat dilihat pada Gambar 4 dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Kegiatan Utama

Kegiatan utama meliputi masuknya logistik (*inbound logistic*), pemrosesan (operasional), logistik keluar (*outbound logistic*), pemasaran dan penjualan, dan pelayanan (*service*) yang dijelaskan sebagai berikut:

- *Inbound logistic* meliputi pembelian produk HNI, pengadaan produk HNI, penerimaan produk jadi dari perusahaan, dan penyimpanan produk di gudang.

- Operasional meliputi pengecekan kualitas dan kuantitas produk, melakukan eksekusi pemesanan, dan manajemen penjualan produk.
- *Outbound logistic* meliputi pengemasan produk pesanan dan mendapatkan bahan yang digunakan sebagai pelindung produk saat pengiriman.
- Pemasaran dan penjualan meliputi promosi melalui media sosial dan promosi melalui fitur iklan di e-commerce.
- *Service* meliputi melayani pelanggan dengan cepat dan ramah, dan variasi metode pembayaran.

b. Kegiatan Pendukung

Kegiatan pendukung terdiri atas infrastruktur perusahaan, pengelolaan Sumber Daya Manusia, pengelolaan teknologi, dan pengadaan yang dijelaskan sebagai berikut:

- Infrastruktur perusahaan meliputi pengelolaan bisnis UMKM dan ketersediaannya infrastruktur pendukung bisnis.
- Manajemen sumber daya manusia meliputi manajemen anggota organisasi UMKM Kewirausahaan.
- Pengembangan teknologi meliputi pemanfaatan teknologi berupa e-commerce dan media sosial untuk efisiensi dan efektivitas dalam proses bisnis UMKM.
- Pengadaan meliputi pengadaan produk herbal langsung dari perusahaan HNI.

PEST Analysis

a. Faktor Politik

Faktor politik dapat menjadi faktor yang cukup mempermudah sebuah UMKM dalam membangun bisnisnya. Hal ini didasarkan atas tingginya dukungan pemerintah dalam mendorong daya saing UMKM yang ada di seluruh Indonesia. Pemerintah bahkan membuat beberapa program yang dikhususkan untuk para pelaku UMKM agar dapat meningkatkan bisnisnya, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan pemberian pinjaman modal melalui Banpres Produktif Usaha Mikro (BPUM).

b. Faktor Ekonomi

Potensi faktor ekonomi yang ada dinilai akan memberikan dampak positif terhadap perkembangan bisnis UMKM ini jika dimanfaatkan dengan baik. Hal ini dikarenakan saat ini perkembangan ekonomi kreatif seperti UMKM tengah mengalami peningkatan sehingga dapat menjadi dorongan bagi para pelaku bisnis UMKM. Selain itu, banyaknya perusahaan startup yang berdiri di sektor yang sama dengan UMKM ini dapat membuka peluang kerjasama yang lebih luas dan besar.

c. Faktor Sosial

Faktor sosial menjadi faktor yang pengaruhnya disebabkan oleh orang-orang di sekitar. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat di sekitar lokasi UMKM ini cukup memberikan dampak yang baik bagi berjalannya UMKM tersebut. Hal ini didasarkan karena masyarakat dinilai memiliki rasa ingin tahu yang cukup besar terhadap produk maupun UMKM itu sendiri. Sehingga banyak yang akhirnya tertarik dan ikut bergabung ke dalam UMKM tersebut.

d. Faktor Teknologi

Faktor teknologi menjadi faktor yang cukup penting terkait bagaimana UMKM ini dapat bertahan di tengah kemajuan yang ada saat ini. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, UMKM ini sendiri telah cukup baik dalam memanfaatkan teknologi dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini dibuktikan dengan adanya toko versi online (e-commerce) dari UMKM ini agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen serta dapat bersaing dengan banyaknya bisnis yang sejenis. Selain itu, perkembangan teknologi saat ini dinilai dapat memudahkan promosi serta pemasaran produk dari UMKM itu sendiri.

Five Strength Model

a. Identifikasi Ancaman Pendetang Baru

Adanya pendatang baru dalam Usaha Kecil Mikro Menengah tentunya bisa menjadi ancaman bagi para pelaku UMKM yang telah lama dijalankan. Untuk dapat menjalankan UMKM diperlukan adanya koneksi yang kuat untuk mendapatkan relasi kerjasama, keterhubungan atau chemistry antar anggota UMKM agar dapat menjalankan visi dan misi UMKM secara baik. Persaingan antara usaha mikro tidak hanya dalam hal harga, namun usaha mikro harus kreatif dan inovatif terhadap produknya, berdaya saing tinggi, serta dapat memberikan pelayanan terbaik guna memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, para pelaku UMKM ini dapat mengemas produknya dengan lebih rapi dan inovatif dengan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan sehingga memiliki daya saing yang tinggi, serta pelayanan pelanggan harus ditingkatkan guna memenangkan persaingan. Relasi dengan pihak lain pun dinilai dapat memiliki manfaat, sehingga diperlukan adanya relasi yang baik. Berdasarkan analisis yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa ancaman pendatang baru dalam UMKM berpengaruh terhadap tekanan dalam UMKM karena pada akhir-akhir ini terjadi persaingan yang sangat ketat diantara pelaku usaha mikro ini.

b. Daya Tawar Pemasok

UMKM Kewirausahaan yang dijalankan merupakan UMKM yang bergerak fokus dalam usaha penyediaan kebutuhan masyarakat yang berbasiskan herbal. Dalam menjalankan bisnisnya UMKM ini terkonsentrasi pada perusahaan-perusahaan herbal yang ada di Indonesia. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan UMKM ini hanya memiliki satu perusahaan pemasok utama yakni perusahaan HNI HPAI yang tentunya hal ini berdampak pada timbulnya ketergantungan UMKM Kewirausahaan terhadap kebijakan Perusahaan HNI HPAI. Adanya pemilihan Perusahaan HNI HPAI sebagai pemasok utama tetap bagi UMKM juga didasarkan pada adanya hubungan baik antar perusahaan dan UMKM serta kualitas produk yang dipasok juga berkualitas tinggi. Selain itu produk pasok yang berkualitas serta kebijakan penetapan harga yang diberikan oleh perusahaan pasok juga dianggap tidak merugikan UMKM. Kemudian mengenai adanya kemungkinan peralihan perusahaan pasok UMKM Kewirausahaan menganggap bahwa hal tersebut akan berpotensi merugikan perusahaan untuk kondisi saat ini karena untuk melakukan peralihan membutuhkan biaya, waktu, dan usaha yang lebih besar serta produk pasok dan kebijakan calon pengganti perusahaan belum tentu sesuai dengan keinginan UMKM. Sehingga berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk daya tawar pemasok yang dimiliki oleh UMKM termasuk tinggi.

c. Daya Tawar Pembeli

UMKM Kewirausahaan ini memiliki platform untuk menjualnya yaitu pada aplikasi online shop Shopee. Pembeli dapat mengaksesnya pada seller Shopee dengan nama BC HNI SEMARANG 5, disitu ditampilkan seluruh barang yang dijual pada UMKM Kewirausahaan ini, dan pembeli dapat melihat stok yang ada pada platform tersebut. Pada Shopee, UMKM Kewirausahaan juga dapat memberi tau harga dari setiap barang, dan tidak menutup kemungkinan juga akan ada promo diskon pada event-event tertentu guna menarik pembeli. Dan tidak menutup kemungkinan juga harga bisa naik apabila harga pasarannya ikut naik.

d. Ancaman Produk Substitusi

Produk yang ditawarkan dalam UMKM Kewirausahaan ini merupakan produk herbal yang disuplai dari salah satu produsen yang memang khusus memproduksi olahan-olahan herbal dan tentunya halal. Untuk di daerah sekitar UMKM tersebut merek produk lain yang juga berlabel herbal jumlahnya masih cukup terbatas. Selain itu, merek yang menyuplai produk untuk UMKM ini sendiri memang sudah dikenal dan dipercaya oleh para konsumen. Namun, jika dilihat dari segi penjualan secara online banyak produk sejenis dari merek lain yang menawarkan harga dengan lebih murah sehingga membuat konsumen menjadi lebih tertarik

dengan produk tersebut. Hal itulah yang menjadi ancaman terbesar terhadap UMKM Kewirausahaan ini terkait munculnya produk substitusi yang ada di pasaran.

e. Persaingan dengan Kompetitor

Ditinjau dari segi target pasarnya sendiri, produk yang ditawarkan oleh UMKM Kewirausahaan ini memiliki target pasar yang luas. Hal ini dikarenakan produk yang disediakan merupakan produk yang banyak digunakan sehari-hari. Sedangkan jika dilihat dari produk merek lain yang memiliki produk sejenis jumlahnya masih cukup terbatas. Justru kompetitor yang paling banyak adalah dari merek atau produsen yang sama. Hal itu dikarenakan banyaknya reseller yang juga menjual produk yang sama bahkan dengan harga yang lebih murah. Inilah yang menjadi salah satu ancaman terhadap UMKM Kewirausahaan tersebut.

SWOT Analysis

Berikut adalah hasil analisis SWOT untuk UMKM Kewirausahaan yang ditunjukkan oleh Tabel 1.

Tabel 1. Analisis SWOT

<i>Eksternal/ Internal</i>	<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
<i>Strength</i>	Memanfaatkan teknologi informasi untuk memasarkan produk. Produk yang digunakan merupakan produk yang banyak digunakan sehari-hari sehingga membuat peluang penjualan naik.	Meningkatkan promosi produk baik secara langsung maupun secara tidak langsung dengan mengandalkan keunikan dan keunggulan produk daripada produk pesaing.
<i>Weakness</i>	Dengan pemanfaatan fitur teknologi seperti Google Add dapat menyebarluaskan produk kepada masyarakat.	Memanfaatkan web-web e-commerce dan promosi untuk lebih mengenalkan produk kepada masyarakat. Merekrut anggota lain untuk mengelola akun e-commerce dan promosi.

IT Balanced Scorecard Analysis

Berikut adalah tabel analisis *Balance Scorecard* untuk UMKM Kewirausahaan:

Tabel 2. Analisis *Balance Scorecard*

	<i>Objektivitas</i>	<i>Indikator</i>	<i>Faktor Keberhasilan Kritis</i>
<i>Perspektif Keuangan</i>	Meningkatkan pendapatan.	Laporan keuangan.	Menggunakan perangkat lunak untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran, seperti Spreadsheet dan Excel.

Perspektif Pelanggan	Meningkatkan jumlah pelanggan baru dan loyalitas pelanggan lama.	Jumlah penjualan dan pemesanan.	Memanfaatkan SI/TI untuk memberikan informasi terkini kepada pelanggan mengenai produk dan promo, seperti Google Ads dan Web E-Commerce
Perspektif Bisnis Internal	Merampingkan kinerja proses bisnis dan biaya operasional. Meningkatkan jumlah penjualan.	Kecepatan proses bisnis, Jumlah pemasukan.	Meningkatkan otomatisasi dan mengurangi pekerjaan secara manual.
Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan	Memiliki anggota UMKM yang terampil dan bertanggung jawab. Meningkatkan kualitas SDM.	Total pelatihan	Memberikan pendidikan dan pelatihan SI/TI kepada karyawan agar dapat meningkatkan kualitas dan daya saing.

McFarlan

Tabel 3. Analisis McFarlan

Strategic	High potential
Fitur flash sale toko Fitur promo gratis ongkir Fitur pemasaran yang mendukung promosi toko Fitur voucher Fitur promo iklan	Aplikasi sistem informasi mendukung fitur untuk mengelola konsumen
Key operational	Support
Sistem aplikasi yang digunakan mampu menyimpan data konsumen Mendukung pembayaran digital	Fitur performa chat pada kesehatan toko fitur manajemen stok Fitur game

V. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis strategis yang telah kami lakukan, maka rencana strategis yang akan direkomendasikan untuk bisa diterapkan adalah dengan melakukan upaya perubahan dan peningkatan sistem dan teknologi informasi sesuai dengan perencanaan strategis. Dalam mewujudkan hal tersebut, UMKM Kewirausahaan ini dapat melakukan peningkatan infrastruktur dengan menggunakan teknologi dan otomatisasi dalam mengolah data yang dimiliki serta meningkatkan SDM yang dimiliki supaya lebih terampil dan bertanggung jawab. Pemanfaatan *e-commerce* juga perlu dipertimbangkan agar dapat menjangkau lebih banyak target pasar. Selain itu, dari segi pemasaran dan promosinya sendiri UMKM ini dapat menggunakan beberapa layanan penyedia iklan di internet agar produknya dapat jauh lebih dikenal oleh para calon konsumen, seperti Google Ads, Marketplace, dan lainnya. Hal lain yang dapat ditingkatkan adalah bagaimana menjaga hubungan dengan para pelanggan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memberikan berbagai promosi menarik bagi para pelanggan pada waktu-waktu tertentu. Selain itu, adanya penerapan sistem *gamification* juga dapat memberikan daya tarik tersendiri bagi para pelanggan sehingga secara tidak langsung dapat memberikan dampak yang baik kepada bisnis UMKM Kewirausahaan itu sendiri.

VII. REFERENSI

- Asmawati, E., Absari, D. T., Herlambang, A., & Haryono, Y. (2017). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Produksi Pada UMKM Kerupuk Sidoarjo. *Teknika*, 6(1), 1–6. <https://doi.org/10.34148/teknika.v6i1.64>
- Budiman, K., Arini, F. Y., & Sugiharti, E. (2020). Disaster recovery planning with distributed replicated block device in synchronized API systems. *Journal of Physics: Conference Series*, 1567(3). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1567/3/032023>
- Budiman, K., Putra, A. T., Alamsyah, Sugiharti, E., Muslim, M. A., & Arifudin, R. (2021). Implementation of ERP system functionalities for data acquisition based on API at the study program of Universities. *Journal of Physics: Conference Series*, 1918(4). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1918/4/042151>
- Budiman, Kholiq, Subhan, S., & Efrilianda, D. A. (2021). Business Process re-engineering to support the sustainability of the construction industry and sales commodities in large scale transaction during Covid 19 with integrating ERP and Quotation System. *Scientific Journal of Informatics*, 8(1), 84–91. <https://doi.org/10.15294/sji.v8i1.27969>
- Budiman, Kholiq, Zaatsiyah, N., Niswah, U., Muhanna, F., & Faizi, N. (2020). Analysis of Sexual Harassment Tweet Sentiment on Twitter in Indonesia using Naïve Bayes Method through National Institute of Standard and Technology Digital Forensic Acquisition Approach. *Journal of Advances in Information Systems and Technology*, 2(2), 21–30.
- Febriyanti, K. D., Samopa, F., & Ambarwati, R. (2019). Strategic Planning for IS/IT of XYZ Internet Service Provider Using Ward and Peppard Method. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, 0(5), 473. <https://doi.org/10.12962/j23546026.y2019i5.6407>
- Jayani, D. H. (2020, May 20). *Berapa Sumbangan UMKM Terhadap Perekonomian Indonesia? | Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/20/berapa-sumbangan-umkm-terhadap-perekonomian-indonesia>
- Mulyani, A., Kurniadi, D., Septiana, Y., & Wahyono, T. (2020). Strategic Planning For The Implementation of Tourism Information Systems. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(02), 4714–4717.
- Peppard, J., & Ward, J. (2004). Beyond strategic information systems: towards an IS capability. *The Journal of Strategic Information Systems*, 13(2), 167–194.

<https://doi.org/10.1016/J.JSIS.2004.02.002>

- Pratama, S. A. (2020). Information System Strategy Planning Using the Ward & Peppard Method in the Senior High School 57 Jakarta Barat. *International Journal of Computer Techniques*, 7(1), 1–6.
- Saputra, P. H., Bone, H., & Permatasari, I. (2019). Peran Levers of Control Terhadap Hubungan Antara Perencanaan Strategis dan Kinerja UMKM. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 1(3), 166–174. <https://doi.org/10.35899/biej.v1i3.69>
- Septiana, Y. (2017). Perencanaan Strategis Sistem Informasi Dengan Pendekatan Ward and Peppard Model (Studi Kasus: Klinik INTI Garut). *Jurnal Wawasan Ilmiah*, 8(1), 8–24.
- Setiawan, A., & Beni, I. (2012). *Perencanaan Strategik Sistem Informasi pada Perusahaan Penerbitan dengan Metode Ward and Preppard : Studi Kasus pada Penerbit Rekayasa Sains Bandung*. 11(3), 308–325.
- Setiawan, A., & Yulianto, E. (2017). Information System Strategic Planning Using IT Balanced Scorecard In Ward & Peppard Framework Model. *International Journal of Engineering and Technology*, 9(3), 1864–1872. <https://doi.org/10.21817/ijet/2017/v9i3/170903134>
- Utami, Y., Nugroho, A., & Wijaya, A. F. (2018). Perencanaan Strategis Sistem Informasi dan Teknologi Informasi pada Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kota Salatiga. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 5(3), 253. <https://doi.org/10.25126/jtiik.201853655>
- Ward, J., & Peppard, J. (2002). Strategic planning for an information system. In *Medinfo. MEDINFO: Vol. 8 Pt 2* (Third Edit). Wiley Series. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(90\)90122-k](https://doi.org/10.1016/0024-6301(90)90122-k)