

# Analisis Strategi Sistem Teknologi Informasi, TA

*by Lpmi UPIYPTK*

---

**Submission date:** 13-Nov-2023 04:40PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2226554208

**File name:** D3.\_Analisis\_Strategi\_Sistem\_Teknologi\_Informasi,\_TA.pdf (1.17M)

**Word count:** 3410

**Character count:** 20412

## Analisis Strategi Sistem Teknologi Informasi Dengan Pendekatan Analisis Swot Pada Cafe D 'Sruput Di Kota Padang

### *Strategy Analysis Of Information Technology Systems Using A Swot Analysis Approach At Cafe D' Sruput In Padang City*

Fauzan Abdilla<sup>1</sup>, Nila Sovianti<sup>2</sup>, Shelbila Adita<sup>3</sup>, Sirotil Hasanah<sup>4</sup>, Ramdani Bayu Putra<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPI YPTK Padang

Email : <sup>1</sup>[fauzan.abdilla@gmail.com](mailto:fauzan.abdilla@gmail.com), <sup>2</sup>[sovantinila@gmail.com](mailto:sovantinila@gmail.com), <sup>3</sup>[Shelbi.adita@gmail.com](mailto:Shelbi.adita@gmail.com),

<sup>4</sup>[hasanah080203@gmail.com](mailto:hasanah080203@gmail.com), <sup>5</sup>[ramdhani\\_bayu@upiypk.ac.id](mailto:ramdhani_bayu@upiypk.ac.id)

#### Article History:

Received: 12 Mei 2023

Revised: 20 Juni 2023

Accepted: 13 Juli 2023

**Keywords:** SWOT , Business Strategy, Information Technology, Methods

**Abstract:** Strategic management is an important approach in managing an organization to achieve its long-term goals. This involves formulating the vision, mission, and goals of the organization, as well as developing and implementing strategic plans to achieve these goals. SWOT analysis is a tool used in strategic management to identify internal and external factors that affect the performance of an organization or a project. SWOT analysis assists organizations in formulating strategies by considering internal strengths and weaknesses, as well as existing external opportunities and threats. The application of information technology systems will be beneficial if the application is in accordance with the goals, vision and mission of the organization by establishing business strategies and information technology systems strategies related to SWOT Analysis. The research method used is the SWOT Analysis Technique including IFE, EFE, and TOWS. The IFE matrix shows that Cafe D'Sruput has strong organizational characteristics internally while the EFE matrix shows the weaknesses of cafe D'Sruput, so that cafe D'Sruput can carry out market development, product development and innovate in developing business at cafe D' Slurp.

#### Abstrak

Manajemen strategis adalah suatu pendekatan yang penting dalam mengelola organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. Ini melibatkan perumusan visi, misi, dan tujuan organisasi, serta pengembangan dan pelaksanaan rencana strategis untuk mencapai tujuan tersebut. Analisis SWOT adalah alat yang digunakan dalam manajemen strategis untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja suatu organisasi atau proyek. Analisis SWOT membantu organisasi dalam merumuskan strategi dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal yang ada. Penerapan sistem teknologi informasi akan bermanfaat jika penerapannya Fauzan Abdilla, [fauzan.abdilla@gmail.com](mailto:fauzan.abdilla@gmail.com)

sesuai dengan tujuan, visi dan misi organisasi dengan menetapkan strategi bisnis dan strategi sistem teknologi informasi yang berkaitan dengan Analisis SWOT. Metode penelitian yang digunakan adalah Teknik Analisis SWOT meliputi IFE, EFE, dan TOWS. Matrik IFE menunjukkan bahwa Cafe D'Sruput memiliki ciri organisasi yang kuat secara internal sedangkan matrik EFE menunjukkan kelemahan dari cafe D'Sruput, Sehingga cafe D'Sruput bisa melakukan pengembangan pada pasar, pengembangan pada produk serta melakukan inovasi dalam mengembangkan usaha pada cafe D'Sruput.

**Kata Kunci:** SWOT Strategi Bisnis, Tekonologi Informasi, Metode

## **PENDAHULUAN**

Strategi Bisnis adalah suatu rangkaian dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Kepulauan Sumatera khususnya Sumatera Barat merupakan salah satu Provinsi yang sangat potensial untuk dikembangkannya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan konsep dan pengalaman yang ditawarkan oleh cafe "Sruput" kepada pecinta kopi. Sruput Cafe merupakan sebuah kafe yang berfokus pada menyajikan kopi dengan beragam variasi rasa dan aroma yang unik, serta memberikan pengalaman yang menarik bagi pengunjungnya. Selain itu, Sruput Cafe juga menarik pelanggan dengan menyajikan kopi dalam cara penyajian yang unik dan menarik. Dengan menyajikan variasi rasa dan aroma yang kaya, serta memberikan suasana yang nyaman dan pelayanan yang ramah, Sruput Cafe berhasil menarik pelanggan dan memperoleh reputasi yang baik di kalangan pecinta kopi. Cafe ini dapat dijadikan contoh bagi pemilik cafe lainnya yang ingin memberikan pengalaman yang berbeda dan memikat kepada pelanggan mereka.

Penerapan sistem teknologi informasi akan bermanfaat jika penerapannya sesuai dengan tujuan, visi dan misi organisasi dengan menetapkan strategi bisnis dan strategi sistem teknologi informasi. Sehingga dibutuhkan suatu analisa berbagai faktor yang mempengaruhi terbentuknya suatu perencanaan strategi sistem atau teknologi informasi yang adaptable dan selaras dengan strategi bisnis (Nurhayati, 2009). Oleh karna itu UMKM dituntut untuk melakukan perubahan guna meningkatkan daya saingnya agar dapat terus berjalan dan berkembang. Salah satunya adalah dengan cara menggunakan teknologi informasi (TI) (Lubis & Junaidi, 2016).

<sup>2</sup> Salah satu faktor yang mendukung berkembangnya UMKM di Indonesia adalah peranan teknologi informasi. Karena bisa membuat peluang pasar terbuka lebih luas jika menerapkan teknologi infomasi dalam berbisnis. Berbisnis melalui internet dapat mempermudah dalam mempromosikan produk kepada konsumen atau pelanggan (Gunawan et al., 2020).

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi langsung terhadap cafe Sruput, serta wawancara dengan pemilik cafe dan pelanggan setia. Data yang dikumpulkan meliputi informasi mengenai konsep cafe D'Sruput, menu yang disajikan, serta pandangan pelanggan terkait pengalaman mereka di Sruput Cafe. Data diperoleh dengan melakukan observasi dan wawancara serta melalui pihak-pihak lain yang secara tidak langsung juga memiliki hubungan dengan cafe D'Sruput. Teknik analisis data dalam perumusan dan juga strategi bisnis ini menggunakan analisis SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats).

Tahapan yang dilakukan dalam menganalisis data pada cafe D'Sruput yakni menggunakan matriks IFE, EFE, dan TOWS sehingga dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan pada cafe D'Sruput

Strategi pengembangan strategi bisnis pada sistem teknologi informasi dapat berjalan dan berkembang dengan baik. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk membantu menentukan strategi pengembangan sistem informasi adalah dengan melakukan analisis SWOT, karena dengan menggunakan analisis SWOT perusahaan dapat melakukan evaluasi kinerja dengan mudah, perkembangan untuk pengukuran SWOT sangatlah baik, sudah banyak UMKM yang menggunakan analisis SWOT untuk mencari dan mendapatkan strategi pengembangan kinerja usahanya. Analisis SWOT diperlukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman bagi perusahaan atau usaha untuk menghadapi persaingan yang ketat sekaligus meningkatkan daya saing antar sesama UMKM (Gunawan et al., 2020).

Dengan adanya teknologi Informasi dapat memberikan keuntungan yang besar kepada perusahaan, dalam kenyataannya, masih sangat sedikit UMKM khususnya di Negara berkembang, yang menggunakan TI. Bahkan, diantara UMKM yang menggunakan TI, sebagian besar mengalami kesulitan dalam implementasi atau TI yang diimplementasikan tidak memberikan manfaat yang positif kepada UMKM (Basry & Sari, 2018).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **TEKNOLOGI INFORMASI UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM**

Klasifikasi penggunaan TI di UMKM dapat dilihat <sup>5</sup> Transaksi perniagaan dengan tanpa bertemu muka atau E commerce mengacu kepada penggunaan teknologi digital dan internet untuk menjalankan proses bisnis utama pada perusahaan. E-commerce termasuk aktivitas untuk pengelolaan internal perusahaan dan untuk koordinasi dengan pemasok atau rekan kerja lainnya. Hal ini juga termasuk perniagaan elektronik atau E-commerce dimana berhubungan dengan pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui internet. Hal ini juga meliputi aktivitas yang menunjang transaksi pasar tersebut, seperti periklanan, pemasaran, dukungan pelanggan, keamanan, pengiriman, dan pembayaran. Adapun jenis E-Bisnis yang digunakan perusahaan jasa penerbangan yaitu Business to Customer. E-commerce dapat didefinisikan sebagai aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (e-business) yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana secara elektronik, pemasaran online (online marketing), pemrosesan transaksi online (Transaction Online), promosi produk dan lain-lain. Tanggapan responden tentang variabel kinerja perusahaan (UMKM) terhadap pemanfaatan teknologi informasi menunjukkan kinerja perusahaan di UMKM cukup signifikan di atas standar kinerja berarti bahwa kinerja yang telah ditargetkan dapat tercapai cukup signifikan di atas standar kinerja perusahaan karena dengan adanya pengaruh dari pemanfaatan teknologi informasi, sehingga pertumbuhan produksi, penjualan, pendapatan, laba, pengembalian investasi, pengembangan produk, wilayah pemasaran, dan sumber daya manusia secara signifikan cukup meningkat di perusahaan (Basry & Sari, 2018).

Indikator yang digunakan dalam melihat pemanfaatan teknologi informasi dalam penelitian ini meliputi kepemilikan komputer, pemanfaatan komputer, pengetahuan tentang internet serta pemanfaatan internet untuk usaha (Lubis & Junaidi, 2016).

Sumber daya teknologi informasi yang ada di Divisi TI sudah memadai untuk pengembangan teknologi informasi, hanya dibutuhkan pemetaan strategi teknologi informasi agar dapat memberikan nilai tambah bagi Cafe D'Sruput (Nurhayati, 2009).

<sup>1</sup> Faktor-Faktor Kunci Pemanfaatan TI dan Strategi dalam Percepatan Adopsi Penggunaan TI pada UMKM Faktor-Faktor Kunci <sup>1</sup> Berdasarkan analisis terhadap kondisi pemanfaatan teknologi informasi pada pelaku UMKM memperlihatkan bahwa masih terbatasnya akses UMKM di Kota Padang dalam pemanfaatan teknologi informasi ini baik dilihat dari penggunaan <sup>1</sup> komputer maupun internet dalam pengelolaan usahanya (Lubis & Junaidi, 2016). Terkait dengan hal tersebut, terdapat beberapa faktor-faktor kunci (penghambat dan potensi pendukung) yang

menentukan tingkat pemanfaatan teknologi informasi pada pelaku UMKM di Kota Padang ini yaitu:

1. Rendahnya Pemahaman terhadap Manfaat Teknologi Informasi dalam Pengembangan Usaha Pemahaman pemakai tentang TI akan menentukan keberhasilan suatu sistem informasi, sebaliknya ketidaktahuan atau kecemasan pemakai terhadap sistem yang baru dapat menyebabkan kegagalan dalam menggunakan TI.
1. Rendahnya Ketersediaan Investasi Teknologi Informasi Sebagaimana diketahui, UMKM pada umumnya memiliki keterbatasan modal dalam menjalankan usaha. Keterbatasan modal ini menyebabkan keraguan oginya.
3. Masih Rendahnya Dukungan Lembaga Pemerintah bagi inovasi teknologi telah diakui sebagai faktor penting dalam aplikasi TI. informasi tentang inovasi Peran lembaga pemerintah bervariasi mulai dari pemasok teknologi, penyedia bantuan finansial, pelaksana riset dan pengembangan terpadu. Adanya intervensi pemerintah dalam aplikasi TI akan mendorong proses pembelajaran teknologi.
4. Potensi Pendukung: Ketersediaan SDM dari Sisi Pendidikan yang Relatif Baik Dalam peningkatan pemanfaatan IT pada UMKM akan lebih mempermudah kebijakan dalam memperkenalkan penggunaan IT pada UMKM di Kota Padang.
5. dan mengaplikasikan Potensi Pendukung: Kemampuan Individu dari Pelaku UMKM yang Relatif Baik dalam IT Lebih separuh dari pelaku UMKM yang tidak memiliki komputer untuk usaha, mampu mengoperasikan komputer dengan baik (Lubis & Junaidi, 2016) .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sruput Cafe telah berhasil menciptakan identitas yang unik dengan konsep yang berbeda dari kafe-kafe lain di sekitarnya. Mereka menawarkan berbagai macam varian rasa kopi, termasuk campuran buah-buahan segar, rempah-rempah, dan bahan-bahan lokal yang jarang ditemukan di tempat lain. Hal ini memberikan pelanggan kesempatan untuk menjelajahi cita rasa baru dan memperluas pengetahuan mereka tentang kopi. Tahap pertama dalam analisis ini adalah penentuan bobot untuk masing-masing faktor internal (kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) dan faktor eksternal (peluang (opportunities), dan ancaman (threats). Bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal menggunakan skala signifikan dengan nilai 1 = tidak signifikan, 2 = Sedang, dan 3 Sangat signifikan. Setelah itu dihitung persentasi dari masing-masing bobot yang ada. Berikut hasil penilaian masing-masing faktor internal dan eksternal (Putra et al., 2020)

**A. Faktor-Faktor Internal Kunci (Café D'Sruput)**

No	Faktor-Faktor Internal	Tingkat Signifikan	Bobot
<b>Kekuatan (Straight)</b>			
1.	Harga menu terjangkau untuk mahasiswa	2	0,05
2.	Kualitas dan kebersihan produk baik	3	0,075
3.	Memiliki layanan online yang baik	3	0,075
4.	Memiliki tempat yang bersih	3	0,075
5.	Pelayanan karyawan yang baik	3	0,075
6.	Lokasi strategis	3	0,075
7.	Memiliki menu yang bervariasi	2	0,05
8.	Pengemasan produk yang aman dan terjamin	3	0,075
<b>Kelemahan (Weakness)</b>			
1.	Produk mudah ditiru oleh pesaing	2	0,05
2.	Harga bahan baku tidak stabil	3	0,075
3.	Pelanggan hanya mahasiswa	1	0,025
4.	Persaingan dagang yang ketat	3	0,075
5.	Ketergantungan terhadap bahan dari pemasok	3	0,075
6.	Lokasi kurang luas	2	0,05
7.	Jam operasional terbatas	2	0,05
8.	Bahan baku sulit di dapat	2	0,05
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>1</b>

Penentuan bobot didasarkan skala signifikan 3=Signifikan, 2=Sedang, 1=Sangat Tidak Signifikan

**B. Faktor-Faktor Eksternal Kunci (Café D'Sruput)**

No	Faktor-Faktor Eksternal	Tingkat Signifikan	Bobot
<b>Peluang (Opportunity)</b>			
1.	Konsumen utamanya adalah anak muda	3	0,075
2.	Memberikan pelayanan yang layak dan terbaik	3	0,075
3.	Permintaan pasar yang selalu meningkat	3	0,075
4.	Membangun hubungan dengan pelanggan	3	0,075
5.	Fasilitas kafe baik	2	0,05
6.	Pelayanan online yang cepat	3	0,075
7.	Pemasaran dengan media sosial	3	0,075

8.	Pemilihan lokasi yang strategis pada setiap cabang	3	0,075
<b>Ancaman (<i>Threat</i>)</b>			
1.	Muncul produk baru yang lebih unggul	2	0,05
2.	Harga bahan baku tidak stabil	2	0,05
3.	Adanya kompetitor yang lebih dikenal masyarakat	2	0,05
4.	Adanya pesaing dagang tidak sehat	2	0,05
5.	Adanya produk serupa dengan harga terjangkau	3	0,075
6.	Perubahan trend konsumen	2	0,05
7.	Kenaikan pajak daerah dan biaya lainnya	1	0,025
8.	Pendapatan berpengaruh pada cuaca	3	0,075
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>1</b>

Penentuan bobot didasarkan skala signifikan 3=Signifikan, 2=Sedang, 1=Sangat Tidak Signifika

#### MATRIKS IFE

No	Faktor-Faktor Internal	Bobot	Score	Rata-Rata Tertimbang
<b>Kekuatan (<i>Straight</i>)</b>				
1.	Harga menu terjangkau untuk mahasiswa	0,075	3	0,225
2.	Kualitas dan kebersihan produk baik	0,075	5	0,375
3.	Memiliki layanan online yang baik	0,075	5	0,375
4.	Memiliki tempat yang bersih	0,075	4	0,3
5.	Pelayanan karyawan yang baik	0,05	5	0,25
6.	Lokasi strategis	0,075	5	0,375
7.	Memiliki menu yang bervariasi	0,075	3	0,225
8.	Pengemasan produk yang aman dan terjamin	0,075	4	0,3
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>				
1.	Produk mudah ditiru oleh pesaing	0,05	3,5	0,175
2.	Harga bahan baku tidak stabil	0,075	4	0,3
3.	Pelanggan hanya mahasiswa	0,025	1,5	0,037
4.	Persaingan dagang yang ketat	0,075	4	0,3
5.	Ketergantungan terhadap bahan dari pemasok	0,075	3	0,225
6.	Lokasi kurang luas	0,05	4	0,2
7.	Jam oprasional terbatas	0,05	3	0,15
8.	Bahan baku sulit di dapat	0,05	3	0,15



<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>60</b>	<b>3,962</b>
--------------	----------	-----------	--------------

Berdasarkan hasil dari hasil Matriks IFE di atas, diketahui bahwa faktor internal Kafe D'Sruput mempunyai nilai 3,962. Jadi berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam Matriks IFE, total nilai rata-rata tertimbang berkisar antara yang terendah 1,0 dan tertinggi 4,0, dengan rata-rata 2,5. Kesimpulan Kafe D'Sruput Memiliki strategi perusahaan dalam memanfaatkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan berada di atas rata-rata dan kondisi internal perusahaan cenderung kuat.

**MATRIKS EFE**

No	Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Score	Rata-Rata Tertimbang
<b>Peluang (<i>Opportunity</i>)</b>				
1.	Konsumen utamanya adalah anak muda	0,075	4	0,3
2.	Memberikan pelayanan yang layak dan terbaik	0,075	5	0,375
3.	Permintaan pasar yang selalu meningkat	0,075	4	0,3
4.	Membangun hubungan dengan pelanggan	0,075	3	0,225
5.	Fasilitas kafe baik	0,05	2	0,1
6.	Pelayanan online yang cepat	0,075	4	0,3
7.	Pemasaran dengan media sosial	0,075	4	0,3
8.	Pemilihan lokasi yang strategis pada setiap cabang	0,075	4	0,3
<b>Ancaman (<i>Threat</i>)</b>				
1.	Muncul produk baru yang lebih unggul	0,05	4	0,2
2.	Harga bahan baku tidak stabil	0,05	3	0,15
3.	Adanya kompetitor yang lebih dikenal masyarakat	0,05	3	0,15
4.	Adanya pesaing dagang tidak sehat	0,05	2	0,1
5.	Adanya produk serupa dengan harga terjangkau	0,075	3	0,225
6.	Perubahan trend konsumen	0,05	3	0,15
7.	Kenaikan pajak daerah dan biaya lainnya	0,025	1	0,025
8.	Pendapatan berpengaruh pada cuaca	0,075	5	0,375
<b>Total</b>		<b>1</b>	<b>54</b>	<b>3,575</b>

Berdasarkan hasil dari hasil Matriks IFE di atas, diketahui bahwa faktor eksternal Kafe D'Sruput mempunyai nilai 3,575. Jadi berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam

Matriks EFE, total nilai rata-rata tertimbang berkisar antara yang terendah 1,0 dan tertinggi 4,0, dengan rata-rata 2,5. Kesimpulan Kafe D'Sruput Memiliki strategi yang cenderung Kuat dalam memanfaatkan Peluang dan meminimalkan Ancaman karena nilai EFE berada di atas rata-rata.

### MATRIKS TOWS

<p style="text-align: center;">Internal</p> <p style="text-align: center;">Eksternal</p>	<p style="text-align: center;"><b>Kekuatan (<i>Strength</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga terjangkau</li> <li>2. Kualitas baik dan terjamin baik kesehatan maupun kebersihan produk.</li> <li>3. Terdapat layanan delivery online sehingga masyarakat jauh bisa membelinya.</li> <li>4. Tempat yang bersih dan nyaman.</li> <li>5. Pelayanan yang memuaskan.</li> <li>6. Lokasi strategis.</li> <li>7. Memiliki rasa yang unik dan khas.</li> <li>8. Pengemasan yang aman.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk mudah di tiru.</li> <li>2. Harga bahan baku tidak stabil.</li> <li>3. Faktor tempat juga sangat mempengaruhi kelancaran usaha ini, karna apabila tempatnya kurang ramai maka permintaan akan sedikit.</li> <li>4. Persaingan yang ketat.</li> <li>5. Ketergantungan pada bahan-bahan alami.</li> <li>6. Lokasi yang kurang luas.</li> <li>7. Jam oprasional terbatas</li> <li>8. Bahan baku sulit di dapat.</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>Peluang (<i>Opportunity</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat banyak masyarakat khususnya anak muda yang konsumtif terhadap kuliner.</li> <li>2. Memberikan pelayanan yang bukan hanya layak namun yang terbaik.</li> <li>3. Permintaan pasar yang selalu meningkat.</li> <li>4. Membangun hubungan dengan pelanggan.</li> <li>5. Meningkatkan fasilitas pada cafe d'sruput seperti memperluas area parkir</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi pengembangan pasar:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan penjualan dan pemasaran produk melalui media online (S3,S5,O2,O4,O6,07)</li> <li>2. Menyediakan lokasi yang luas dan strategis pada kafe D'Sruput (S4,S6,05,08)</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi Integrasi Horizontal :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan upaya peningkatan pasar yang lebih luas (W3,W4,W6,O1,O4,O5,O8)</li> <li>2. Selalu menyediakan bahan baku yang berkualitas (W2,W5,W8,O3)</li> </ol>

<p>6. Menjawab permintaan layanan pengiriman misalnya di aplikasi online.</p> <p>7. Memanfaatkan media sosial dan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar.</p> <p>8. Membuka cabang-cabang di tempat yang strategis.</p>		
<p><b>Ancaman (Threat)</b></p> <p>4 1. Muncul produk baru yang lebih unggul.</p> <p>2. Kenaikan harga bahan baku karena terbatas.</p> <p>3. Adanya kompetitor yang lebih di kenal masyarakat.</p> <p>4. Pesaing tidak sehat.</p> <p>5. Adanya produk serupa dengan kualitas baik dan harga murah.</p> <p>6. Perubahan tren konsumen.</p> <p>7. Kenaikan pajak daerah dan komponen biaya lainnya.</p> <p>8. Pendapatan yang kurang jika musim hujan.</p>	<p><b>Strategi pengembangan produk</b></p> <p>:</p> <p>1. Memberikan pengemasan pada produk yang menarik dan unik (T1,T5,T6,O1,)</p> <p>2. Penerapan harga yang lebih murah dan bersaing (T2,T5,O8)</p>	<p><b>Strategi Integrasi Horizontal :</b></p> <p>1. Menyediakan menu yang bervariasi dan cita rasa berbeda dengan produk-produk pesaing (T1,T5,W1,W4)</p> <p>2. Meningkatkan pendapatan dengan memilih bahan baku yang lebih terjangkau dan kualitas yang baik (T2,T8,W2,W5,W8)</p>

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan berupa data-data tersebut sehingga diperoleh hasil seperti yang dikemukakan pada bab sebelumnya, dan dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam memasarkan produk kepada konsumen Cafe D'Sruput menerapkan strategi kualitas produk sebagai strategi yang diprioritaskan melalui cita rasa yang tinggi, pemilihan jenis bahan yang asli/murni (tanpa campuran), karakteristik rasa yang keras dan kental, serta metode racikan, takaran, dan juga pengadukan yang semuanya terkordinir dengan efektif. UMKM cafe D Sruput harus memiliki kualitas tenaga kerja yang baik atau bagus untuk menghadapi kesiapan teknologi tersebut, dan mengembangkan teknologi e-commerce yang berkualitas untuk mendukung

pengelolaan dan penjualan produk pada UMKM D'Sruput UMKM perlu memanfaatkan TIK untuk meningkatkan daya saingnya, mengingat di era globalisasi ini arena persaingan semakin kompetitif, dan bersifat mendunia. Seperti yang telah dijelaskan di atas, salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM adalah dengan melalui pemanfaatan TIK. Dengan pemanfaatan TIK akan mendorong UMKM untuk mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya. Dalam konteks bisnis, internet membawa dampak transformatif yang menciptakan paradigma baru dalam berbisnis, berupa digital marketing atau internet marketing. Istilah internetisasi mengacu pada proses sebuah perusahaan terlibat dalam aktivitas-aktivitas bisnis secara elektronik (e-commerce atau e-bisnis), khususnya dengan memanfaatkan internet sebagai media, pasar, maupun infrastruktur penunjang (Basry & Sari, 2018).

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih kepada seluruh pendukung kegiatan ini yakni, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang dan seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan ini, sehingga PBL D'Sruput ini dapat berlangsung dengan lancar dan baik. Kami berharap artikel ini dapat menambah wawasan dan bermanfaat bagi pembaca.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *IKRA-ITH INFORMATIKA : Jurnal Komputer Dan Informatika*, 2(3), 53–60. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-informatika/article/view/266>
- Gunawan, B., Mubarak, M. S., Anbar, N., & Sanjaya, R. (2020). Strategi Pengembangan Teknologi E-Commerce Umkm Rumah Sayur Lembang Menggunakan Metode Analisis Swot. *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.36378/jtos.v3i1.526>
- Lubis, T. A., & Junaidi, J. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Jambi. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 3(3), 163–174. <https://doi.org/10.22437/ppd.v3i3.3535>
- Nurhayati, S. (2009). Analisis Strategis Sistem Teknologi Informasi dengan Pendekatan Analisis SWOT (Studi Kasus: Divisi IT Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung). *Seminar Nasional Informatika 2009, 2009(semnasIF)*, 149–154.
- Putra, R. A., Putra, R. B., & Fitri, H. (2020). Analisis SWOT dalam penentuan strategi bisnis kafe165. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(5), 464–476. <https://doi.org/10.31933/JIMT>

# Analisis Strategi Sistem Teknologi Informasi, TA

## ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://jrp.kaltimprov.go.id">jrp.kaltimprov.go.id</a> Internet Source	5%
2	<a href="http://ejournal.uniks.ac.id">ejournal.uniks.ac.id</a> Internet Source	5%
3	<a href="http://journal.staiypiqbaubau.ac.id">journal.staiypiqbaubau.ac.id</a> Internet Source	3%
4	<a href="http://monemesse.blogspot.com">monemesse.blogspot.com</a> Internet Source	3%
5	<a href="http://publikasiilmiah.ums.ac.id">publikasiilmiah.ums.ac.id</a> Internet Source	3%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On