

Analisa Sistem Informasi Manajemen Dibidang Kuliner Untuk Meningkatkan Penjualan

Fatriana Vinola¹

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Terbuka, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Juni 20, 2025

Revised Juni 23, 2025

Accepted Juni 24, 2025

Kata Kunci:

Sistem Informasi Manajemen,
UMKM,
Kuliner

Keywords:

Managemen Information
System,
UMKM,
Culinary.

ABSTRAK

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, dan pemerintah serta lembaga keuangan memberikan perhatian khusus pada bidang ini. UMKM semakin memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produknya, sehingga menghadirkan potensi pertumbuhan dan penciptaan lapangan kerja yang signifikan. Namun UMKM menghadapi tantangan dalam pemasaran, kurangnya promosi, dan keterampilan sumber daya manusia. Penerapan Sistem Informasi (SIM) dapat membantu UMKM dalam mengelola stok, memahami perilaku konsumen, dan aspek keuangan, yang pada akhirnya berujung pada peningkatan penjualan. Penelitian bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan kuliner melalui penerapan SIM serta dampak positif dan negatifnya.

ABSTRACT

The micro, small, and medium enterprises (UMKM) play a crucial role in the Indonesian economy, with the government and financial institutions providing special attention to this sector. UMKM are increasingly utilizing digital platforms to market their products, presenting a significant potential for growth and job creation. However, UMKM face challenges in marketing, lack of promotion, and human resource skills. The application of Management Information Systems (SIM) can help UMKM in managing stock, understanding consumer behavior, and financial aspects, ultimately leading to increased sales. The study aims to analyze the factors affecting the increase in culinary sales through the implementation of SIM and its positive and negative impacts.

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



Corresponding Author:

Fatriana Vinola
Fakultas Ekonomi, Universitas Terbuka
Email: violaarsya1211@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mempunyai peranan yang sangat penting dalam pembangunan perekonomian, khususnya di Indonesia, karena mampu menjalankan kegiatan ekonomi secara mandiri. Hal ini menjadi bukti bahwa UMKM dapat berusaha tanpa ketergantungan pada pihak lain, baik dari segi modal maupun teknologi, serta memiliki keunggulan tersendiri yang dinilai penting bagi pelaku usaha untuk dapat bersaing di pasar. UMKM juga berperan dalam memperluas lapangan kerja, menyediakan berbagai jasa keuangan kepada masyarakat, menciptakan proses pemerataan serta

pertumbuhan pendapatan, dan mendorong stabilitas ekonomi nasional. Berdasarkan penelitian Santoso [1], pertumbuhan UMKM menjadi fokus utama pemerintah daerah. Data dari Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja (Dinkop-UMTK) mencatat pertumbuhan UMKM mencapai 14,5 persen, yang menunjukkan perkembangan signifikan, dengan UMKM di bidang kuliner menduduki urutan pertama dalam kontribusi terhadap pertumbuhan tersebut.

Di sisi lain, menurut Badan Pusat Statistik [2], pertumbuhan laba industri makanan dan minuman pada triwulan II tahun 2023 merupakan yang terbesar keempat dibandingkan subsektor industri manufaktur lainnya, yaitu sebesar 9,66% (y/y), setelah industri alat transportasi, logam dasar, dan elektronik yang masing-masing tumbuh sebesar 11,49% (y/y) dan 17,32% (y/y). Namun, pertumbuhan industri makanan dan minuman tersebut mengalami perlambatan pada triwulan II tahun 2023, melanjutkan tren pada triwulan sebelumnya. Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) menyebut bahwa kondisi ini disebabkan oleh perubahan pola konsumsi masyarakat yang kini lebih memilih pengalaman seperti berwisata daripada membeli makanan, yang dianggap sebagai kebutuhan sekunder. Sementara itu, ekspor makanan dan minuman masih menunjukkan kinerja baik di tengah gejolak geopolitik global. Dilansir dari *Bisnis.com*, ekspor makanan olahan dan produk setengah jadi tumbuh sebesar 8% (yoy) pada paruh pertama tahun 2023, yang didorong oleh ekspansi ke pasar negara berkembang seperti kawasan Timur Tengah dan Afrika Utara (MENA), serta negara-negara dengan pasokan terbatas seperti Malaysia, Singapura, dan Jepang. Industri makanan dan minuman sendiri merupakan salah satu subsektor industri manufaktur dengan kontribusi sebesar 34 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sektor manufaktur pada triwulan II tahun 2023.

Meskipun UMKM kuliner menunjukkan pertumbuhan yang menjanjikan, berbagai permasalahan tetap dihadapi terutama dalam aspek pemasaran. Permasalahan tersebut antara lain kurangnya promosi penjualan, rendahnya kemampuan sumber daya manusia dalam menggunakan teknik pemasaran, dan belum optimalnya pemanfaatan sistem informasi manajemen (SIM) dalam menjalankan usaha. UMKM juga mengalami penurunan pendapatan akibat rendahnya jumlah pengunjung dan banyaknya pesaing sejenis, yang memperketat persaingan dan mengubah struktur pasar dari pasar penjual menjadi pasar pembeli, di mana kekuatan pasar lebih berpihak kepada konsumen. Dalam kondisi seperti ini, produsen atau pelaku usaha dituntut untuk lebih memahami permintaan dan selera konsumen. Oleh karena itu, diperlukan suatu sistem dalam organisasi yang dapat membantu pencapaian tujuan bersama, terutama dalam hal pemasaran. Sistem informasi manajemen pemasaran menjadi salah satu kunci penting untuk membantu UMKM dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Tidak ada perusahaan yang dapat bertahan tanpa kemampuan memasarkan produknya secara baik. Sebaik apapun pengelolaan internal perusahaan, jika tidak dibarengi dengan kemampuan pemasaran yang memadai, maka usaha tersebut akan mengalami kegagalan. Sebaliknya, perusahaan yang mampu meningkatkan volume penjualan memiliki peluang besar untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Pebisnis tidak hanya perlu memikirkan cara agar usahanya tetap bertahan, namun juga penting untuk mengetahui strategi meningkatkan penjualan agar mampu menarik lebih banyak pelanggan. Sistem informasi pemasaran merupakan penerapan teknologi informasi untuk mendukung fungsi pemasaran, khususnya dalam periklanan. Saat ini, pemasar menggunakan berbagai strategi untuk meningkatkan penjualan, namun apabila jasa atau produk tidak dipasarkan secara efektif, maka manfaatnya tidak akan maksimal karena konsumen tidak mengetahui keberadaan produk atau jasa tersebut. Salah satu bentuk promosi yang berkembang pesat saat ini adalah pemasaran online yang dilakukan secara langsung melalui internet. Teknologi internet memberikan kemudahan dalam berbagi dan mengakses informasi secara cepat dan efisien, serta menjadi sumber informasi utama untuk memenuhi kebutuhan spesifik pengguna. Mesin pencari seperti Google semakin mempermudah pengguna dalam melakukan pencarian berdasarkan kata kunci tertentu.

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan semakin ketatnya persaingan bisnis, UMKM kuliner dituntut untuk memanfaatkan sistem informasi manajemen pemasaran guna meningkatkan daya saing dan kelangsungan bisnis. Secara teknis sistem informasi dapat didefinisikan sebagai sekumpulan komponen yang saling berhubungan, mengumpulkan, memproses, menyimpan dan mendistribusikan informasi untuk menunjang pengambilan keputusan dan pengawasan dalam suatu organisasi.”(Maharani, 2023, p.1). Penelitian Algipari [3] juga menyebutkan bahwa Sistem informasi manajemen (SIM) merupakan rangkaian kegiatan yang melibatkan pengolahan, analisis, dan penyajian data agar dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Herdiningsih et al. (2019) menyebutkan bahwa Sistem Informasi Manajemen merupakan integrasi elemen manusia, teknologi, prosedur, dan data untuk mendukung keputusan manajerial.

SIM mampu membantu pelaku usaha dalam mengelola data, merumuskan strategi, serta memantau kinerja penjualan secara lebih efektif dan efisien. Dalam konteks usaha kuliner, SIM menjadi alat strategis dalam mempercepat proses pelayanan, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta menunjang pengambilan keputusan berbasis data.

Menurut Herdiningsih et al. (2019), sistem informasi manajemen mengintegrasikan elemen manusia, teknologi, prosedur, dan data untuk mendukung pengambilan keputusan manajerial secara optimal. Pemanfaatan SIM berbasis web juga terbukti mampu meningkatkan jangkauan pasar serta memperbaiki sistem pengelolaan inventori secara real-time (Riu, 2020). Hal ini sejalan dengan pendapat Muhandi [4] yang menyatakan bahwa sistem informasi geografis kuliner berbasis web dapat membantu konsumen menemukan lokasi usaha dengan mudah, sehingga berdampak pada peningkatan daya saing bisnis.

Selain itu, penggunaan SIM dalam bentuk aplikasi mobile pun menjadi solusi modern untuk meningkatkan kecepatan pelayanan. Herfin, Wijana, dan Kurniawan [5] menjelaskan bahwa integrasi sistem informasi dalam proses pemesanan makanan mampu meminimalkan kesalahan dan mempercepat arus pelayanan di rumah makan. Sementara itu, Mardeli [6] menunjukkan bahwa sistem penjualan kuliner berbasis web juga membantu pelaku usaha dalam memantau stok barang serta membuat laporan penjualan secara otomatis.

Berdasarkan pemaparan tersebut, penting bagi pelaku usaha di bidang kuliner untuk memahami dan mengimplementasikan sistem informasi manajemen secara tepat guna. Pertama, UMKM kuliner sering mengalami kendala dalam manajemen stok dan persediaan bahan baku. SIM pemasaran dapat membantu mengelola stok secara efisien, memahami tren permintaan pasar, serta menghindari kekurangan atau kelebihan persediaan yang dapat memengaruhi penjualan. Kedua, dari sisi pemasaran dan promosi, pelaku UMKM kuliner perlu memahami perilaku konsumen serta tren pasar. Melalui SIM pemasaran, pelaku UMKM dapat memperoleh data dan analisis mendalam tentang preferensi konsumen, yang berguna dalam merancang strategi pemasaran yang tepat sasaran dan meningkatkan visibilitas produk. Ketiga, aspek keuangan menjadi perhatian penting dalam keberlangsungan usaha. SIM pemasaran membantu UMKM dalam mencatat pendapatan, pengeluaran, dan laba secara akurat sehingga memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih baik terkait penetapan harga, perencanaan anggaran promosi, dan pengembangan produk.

Permasalahan pada sisi pemasaran seperti kurangnya promosi dan lemahnya kemampuan sumber daya manusia dalam teknik pemasaran masih menjadi hambatan besar. Dengan memanfaatkan pemasaran online, UMKM dapat menjangkau konsumen dari berbagai lapisan masyarakat, baik lokal, nasional, maupun internasional. Keunggulan lainnya adalah kemudahan akses, di mana konsumen tidak harus datang langsung ke lokasi penjual. Pemasaran elektronik juga lebih hemat biaya, bahkan beberapa platform menyediakan layanan promosi secara gratis. Keunggulan sistem informasi pemasaran juga terletak pada kemampuannya menyelesaikan berbagai permasalahan pemasaran bisnis dan mendorong terbentuknya orientasi strategis dalam bidang pemasaran. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran yang tepat. Dalam menyusun strategi

pemasaran, perhatian harus diberikan pada lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Lingkungan internal mencakup sumber daya manusia, perangkat teknologi, kebijakan perusahaan, dan sebagainya. Sedangkan lingkungan eksternal mencakup perilaku konsumen, kebijakan pemerintah, dan kondisi persaingan. Karena lingkungan bisnis selalu mengalami perubahan, maka perusahaan harus tanggap dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan tersebut.

Strategi pemasaran merupakan rencana komprehensif mengenai tujuan dan sasaran pemasaran perusahaan. Menurut Kotler dan Keller [7], strategi pemasaran yang sukses dirancang berdasarkan riset pasar yang mendalam serta pemahaman terhadap konfigurasi produk untuk memperoleh nilai guna maksimal. Strategi pemasaran bertujuan mempromosikan produk atau jasa dengan cara yang efektif untuk menghasilkan keuntungan. Kata “komoditas” dalam hal ini identik dengan “produk”, yang mencakup baik barang maupun jasa. Namun demikian, pemasaran bukanlah hal yang mudah, terutama di era globalisasi dan teknologi. Pelaku usaha yang tidak mampu memanfaatkan teknologi dalam kegiatan bisnisnya akan tertinggal dan kehilangan daya saing. Oleh karena itu, tulisan ini disusun untuk menganalisis peran sistem informasi manajemen dalam meningkatkan penjualan UMKM di bidang kuliner. Fokus pembahasan diarahkan pada dua pertanyaan utama, yaitu: faktor-faktor apa saja yang memengaruhi peningkatan penjualan kuliner dalam penerapan sistem informasi manajemen, serta bagaimana dampak positif dan negatif dari penerapan sistem tersebut terhadap UMKM kuliner. Adapun ruang lingkup pembahasan dibatasi pada aspek pemasaran dan promosi digital yang relevan dengan kebutuhan dan tantangan UMKM saat ini.

2. METODE

2.1 Informan Penelitian

Informan penelitian pada penelitian ini yaitu usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang bergerak bidang usaha kuliner makanan sebanyak 7 UMKM dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Sumber Informan

No	Jenis UMKM	Jumlah
1	Usaha Café	3
2	Usaha Nasi Tumpeng	1
3	Usaha Ayam Geprek	1
4	Usaha Bakso	2
	Jumlah Informan	7

Sumber: Hasil penelitian penulis (2024)

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Metode yang akan digunakan menghimpun data dalam penelitian ini adalah *Library research*. *Library research* adalah metode penelitian yang dilakukan dengan memanfaatkan sumber informasi yang tersedia di perpustakaan. Pada penelitian ini, melibatkan pencarian, pengumpulan, dan analisis informasi dari berbagai dokumen, buku, jurnal, dan sumber referensi lainnya yang dapat diakses di perpustakaan. Tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang topik tertentu dan mendukung penelitian atau kajian yang sedang dilakukan.

2.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis adalah metode deskriptif kualitatif terapan. Analisa data yang dilakukan menggunakan analisa data kualitatif meliputi beberapa aspek, yaitu:

1. *Comprehending*, pada tahap ini, semua hasil dibuka dan ditulis ke komputer. Segala informasi ditulis secara lengkap, rinci, konsisten dan tergambar dengan baik untuk melihat secara utuh strategi pengembangan usaha masyarakat.
2. *Synthesizing*, tahapan ini dimulai ketika peneliti telah memperoleh informasi yang lengkap dan mengelompokkannya dengan kata kunci pendukung. Data tersebut disaring dan ditentukan strategi apa yang ada untuk pengembangan usaha masyarakat.
3. *Theorizing*, melakukan seleksi data yang digunakan untuk mewakili data yang diterima.
4. *Recontentualizing*, merupakan langkah terakhir yang penting dalam analisis data penelitian kualitatif. Pada tahap ini diperoleh suatu teori yang mana teori tersebut dapat diterapkan pada berbagai lingkungan populasi tersebut. Dalam penelitian ini data dianalisis secara manual dengan langkah-langkah sebagai berikut: a) Hasil pencatatan baik berupa catatan maupun alat perekam dimasukkan secara verbatim ke dalam komputer. b) Hasil tulisan kemudian dikaji secara keseluruhan. c) Peneliti mengkodekan dengan peta yang berisi kata kunci dan mengusulkan kategori untuk mengidentifikasi frekuensi tertinggi atau prioritas tertinggi. d) Sebuah model kemudian dibuat dengan menggabungkan beberapa kategori untuk membuat tema.

Langkah-langkah yang harus ditempuh dalam menganalisis data dengan analisis isi meliputi:

- 1) Reduksi data merupakan proses mengurangi jumlah data yang ada, tetapi tetap mempertahankan informasi yang penting atau relevan. Tujuannya adalah untuk membuat dataset yang lebih ringkas dan lebih mudah dikelola tanpa kehilangan makna atau nilai esensial dari data tersebut.
- 2) Penyajian data (*display data*) Penyajian data, atau *display data*, adalah proses memvisualisasikan informasi atau data secara grafis atau visual untuk mempermudah pemahaman, analisis, dan pengambilan keputusan. Penyajian yang paling sering digunakan pada data kualitatif pada masa lalu adalah teks bentuk naratif.
- 3) Verifikasi merupakan Verifikasi dalam penelitian merujuk pada proses pengecekan dan konfirmasi terhadap data, informasi, atau temuan yang ditemukan dalam suatu penelitian. Tujuan utama verifikasi adalah untuk memastikan keakuratan, keabsahan, dan keandalan data atau temuan yang dihasilkan. Dalam penelitian ini digunakan model analisis interaksi yaitu. ketiga komponen tersebut di atas terjalin secara paralel.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

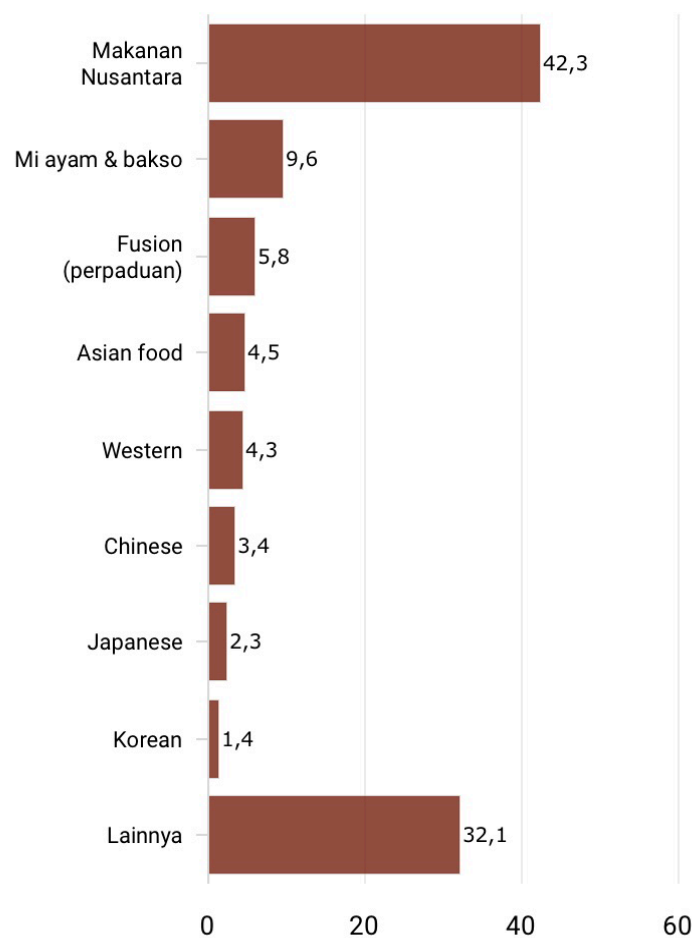
Dalam undang-undang Republik Indonesia nomor 20 Tahun 2008 pasal 1 yang berbunyi Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Tabel 2. Data UMKM

No	Nama UMKM	Jenis UMKM
1	Storiacafe	Usaha Café
2	Cozylab	Usaha Café
3	Bonn Garden	Usaha Café
4	Bakso Kampungq	Usaha Bakso
5	Mamang Bakso	Usaha Bakso
6	Rumah Makan Tahu Sumedang	Usaha Tahu Sumedan dll
7	Tumpeng	Usaha Nasi Tumpeng

Sumber : Data diolah [1]

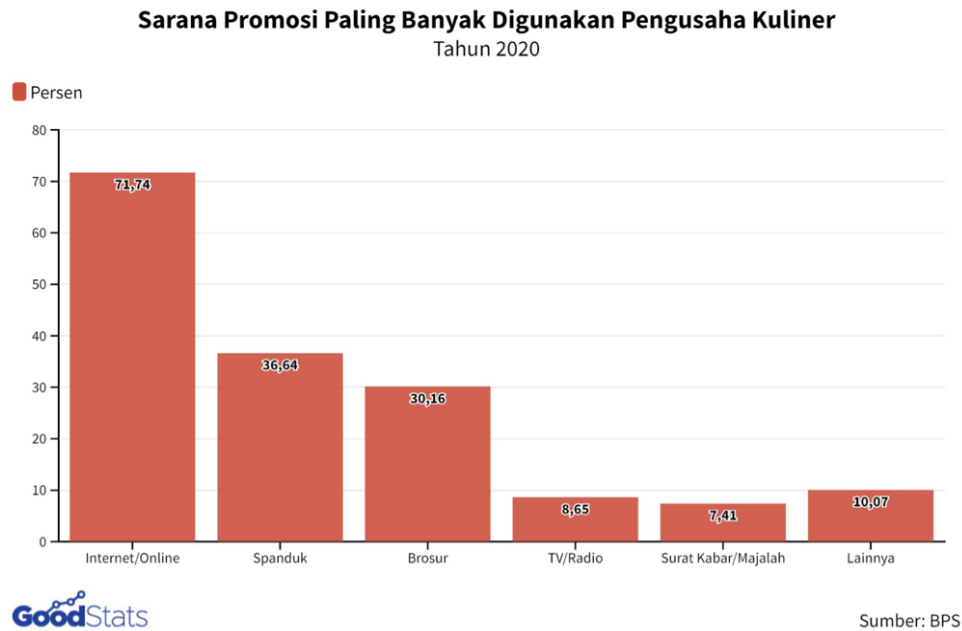
Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) seringkali menghadapi beberapa tantangan dalam operasionalnya. Hasil penelitian diatas yang dilakukan kepada responden UMKM menunjukkan bahwa minat konsumen untuk membeli produk lokal masih rendah, penyebab sepiunya pengunjung karena banyaknya kompetitor sehingga pendapatan menurun dari waktu ke waktu. Kondisi pasar yang dinamis mendorong persaingan yang sangat cepat di pasar, oleh karena itu pelaku UMKM selalu berusaha memaksimalkan posisi pasar produknya melalui beberapa strategi untuk memenangkan persaingan. Pelaku UMKM lah yang saat ini berusaha mengembangkan bidang usahanya diantara para kompetitor. bersama dengan UMKM lainnya. Berdasarkan berbagai permasalahan di atas dan memenangkan persaingan, maka diluncurkanlah sistem informasi pemasaran untuk mendukung bisnis UMKM dalam meningkatkan penjualan. Komponen pemasaran produk mempunyai beberapa subsistem yaitu subsistem produk, subsistem harga, subsistem lokasi, dan subsistem promosi. Sistem informasi pemasaran mempunyai beberapa tugas dalam perusahaan, seperti menilai kebutuhan informasi, mengembangkan informasi yang diperlukan dan berbagi informasi.



Gambar 2. Kategori Makanan Terlaris

Bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Indonesia, kategori makanan yang paling laris adalah makanan pulau atau makanan daerah. Dalam penelitian Databoks [8] Jenis makanan ini dikonsumsi oleh 42,3% responden yang disurvei oleh Lembaga Penelitian Alvara Science Center. Di posisi kedua dengan panjang sangat 9,6% terdapat berbagai jenis mie ayam dan bakso. Di peringkat ketiga adalah makanan gabungan atau fusion dengan skor 5,8% dan di peringkat keempat adalah Asian food atau makanan Asia (India, Thailand, dan Timur Tengah) dengan skor 4,5%. Makanan Barat berada di peringkat kelima dengan pangsa 4,3 persen. Penelitian ini mengukur perkembangan digitalisasi UKM kuliner di Indonesia menggunakan platform pesan-antar makanan

online (OFD) atau ojek online. Setidaknya 1.937 pedagang yang mengikuti kajian tersebut tersebar di lima wilayah besar di Indonesia, antara lain Jabodetabek, Surabaya, Medan, Makassar, dan Bandung. Metode survei menggunakan multistage random sampling dengan tingkat kesalahan sebesar 2,27 persen

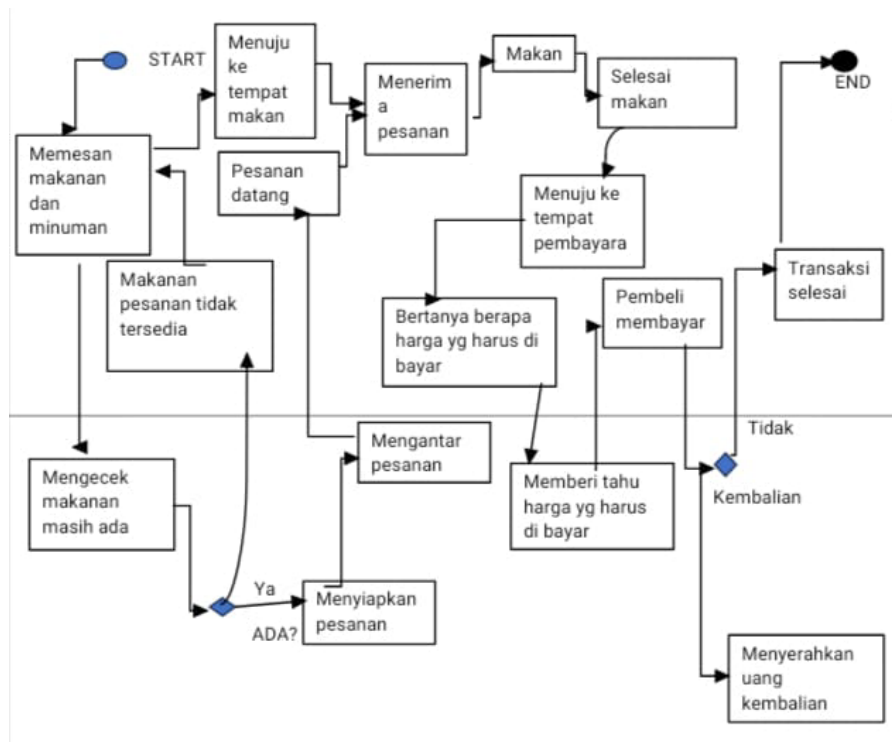


Gambar 2. Sarana Promosi Paling Banyak Digunakan Pengusaha Kuliner

Selain itu, para pengusaha kuliner menggunakan berbagai alat periklanan untuk meningkatkan omset. Berdasarkan data dari BPS (2022) Internet atau media online juga menjadi alat periklanan yang paling banyak digunakan pada tahun 2020, dengan pangsa 71,74 persen. Pencapaian ini hampir 2 kali lipat lebih besar dibandingkan sarana periklanan tradisional, dimana spanduk merupakan sarana periklanan yang paling banyak digunakan pada bisnis kuliner sebesar 36,64 persen dan brosur pada peringkat ketiga sebesar 30,16 persen. Alat promosi lain yang sering digunakan pengusaha kuliner saat ini adalah televisi atau radio (8,65 persen), surat kabar (7,41 persen), dan media lainnya (10,07 persen). Pemasok bisnis kuliner mempunyai peranan penting dalam mengembangkan dan mempertahankan bisnis kuliner di Indonesia. Perhatikan tidak hanya kuantitasnya, tapi juga kualitas kulinernya.

3.1 Bagan Alir Penerapan SIM di bidang Kuliner

Bagan alir adalah representasi visual dari langkah-langkah atau proses dalam suatu sistem atau aktivitas. Dalam penerapan sistem informasi manajemen dibidang kuliner, bagan alir dapat digunakan untuk memvisualisasikan proses manajemen, pengolahan data, dan alur informasi yang terjadi dalam operasional bisnis kuliner.



Gambar 3. Bagan Alir Penerapan SIM Dibidang Kuliner

Dalam penerapan sistem informasi manajemen dalam cafe, bagan alir pemesanan makanan dapat melibatkan langkah-langkah seperti penerimaan pesanan, pengiriman pesanan ke dapur, persiapan makanan, pengiriman makanan ke meja, dan proses pembayaran. Sistem informasi manajemen dapat memfasilitasi proses ini dengan pencatatan pesanan, pemantauan inventaris bahan makanan, dan analisis data penjualan untuk mengoptimalkan proses pemesanan dan pengiriman makanan.

Dengan demikian, penerapan sistem informasi manajemen dalam pemesanan makanan di cafe dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi kesalahan pemesanan, dan meningkatkan pengalaman pelanggan melalui pelayanan yang lebih cepat dan akurat.

3.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Peningkatan Penjualan Kuliner Dalam Penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM)

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan metode kualitatif, maka dapat disimpulkan beberapa faktor yang memengaruhi peningkatan penjualan kuliner dalam penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM), dapat diuraikan sebagai berikut :

1) Faktor Promosi dan Harga

Dalam penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM), faktor promosi dan harga memainkan peran penting dalam memengaruhi peningkatan penjualan kuliner. SIM memungkinkan UMKM untuk merancang strategi promosi yang lebih terarah, memahami preferensi pelanggan, dan menciptakan keunikan yang membedakan mereka dari pesaing. Dengan memanfaatkan fitur analisis data pada SIM, UMKM dapat merancang strategi promosi yang lebih terarah, memahami preferensi pelanggan, dan menciptakan keunikan yang membedakan mereka dari pesaing. Hal ini dapat menjadi metode yang efektif untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan kunjungan konsumen ke lokasi UMKM. Upaya promosi dilakukan secara langsung melalui distribusi brosur dan secara tidak langsung melalui platform media sosial. Di samping itu, SIM memfasilitasi UMKM dalam memperkenalkan produk secara personal melalui metode mulut ke mulut. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh sejumlah pelaku UMKM terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan karena menggunakan pendekatan

campuran pemasaran yang didukung oleh SIM. Dengan demikian, penerapan SIM tidak hanya meningkatkan efektivitas pemasaran UMKM, tetapi juga mengoptimalkan keseluruhan strategi bisnis mereka.

Penerapan strategi promosi ini, didukung oleh SIM, diharapkan dapat meningkatkan kunjungan konsumen ke lokasi UMKM. SIM memungkinkan UMKM untuk melacak efektivitas strategi promosi dengan analisis data real-time, memastikan bahwa diskon dan kupon berperan sebagai insentif efektif untuk mengundang konsumen datang dan berbelanja. Semakin banyak kunjungan, semakin besar peluang peningkatan penjualan yang dapat dioptimalkan melalui SIM.

Dengan meningkatkan daya tarik dan kunjungan, UMKM perlu memastikan bahwa pelayanan dan produk tetap berkualitas, sesuai dengan data dan umpan balik pelanggan yang dapat diakses melalui SIM. SIM membantu UMKM dalam memantau kepuasan pelanggan, mengidentifikasi tren preferensi, dan memastikan pengalaman pelanggan yang memuaskan. Dengan demikian, penerapan SIM tidak hanya meningkatkan efektivitas pemasaran UMKM, tetapi juga membantu dalam memastikan kualitas produk dan pelayanan yang dapat mendukung peningkatan penjualan.

2) Faktor Variasi Menu dan Masakan Kuliner

Ketersediaan variasi menu masakan juga merupakan faktor yang memengaruhi peningkatan penjualan kuliner dalam penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM). Dalam konteks UMKM kuliner, variasi menu masakan dapat menciptakan pengalaman yang berbeda bagi pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas. Penerapan SIM memungkinkan UMKM untuk memantau dan mengelola variasi menu masakan dengan lebih efisien. Dengan SIM, UMKM dapat memantau tren preferensi pelanggan dan mengidentifikasi menu yang paling populer. Hal ini dapat membantu UMKM dalam merancang menu yang lebih menarik dan sesuai dengan preferensi pelanggan, serta menghindari menu yang kurang diminati. Selain itu, SIM juga dapat membantu UMKM dalam mengelola persediaan bahan makanan dan menghindari kekurangan atau kelebihan stok yang dapat berdampak pada penjualan.

Dengan SIM, UMKM dapat memantau persediaan bahan makanan dan mengelola pembelian dengan lebih efisien, sehingga dapat memastikan ketersediaan bahan makanan yang cukup untuk menyajikan menu yang beragam. Variasi menu masakan juga dapat menjadi faktor diferensiasi yang penting bagi UMKM dalam bersaing dengan pesaing. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, UMKM perlu menciptakan nilai tambah yang dapat membedakan mereka dari pesaing. Dengan menyajikan menu yang beragam dan menarik, UMKM dapat menciptakan pengalaman yang unik bagi pelanggan dan meningkatkan daya tarik mereka di pasar.

Ketersediaan kategori dan variasi menu masakan merupakan faktor penting yang memengaruhi peningkatan penjualan kuliner dalam penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM). Dengan SIM, UMKM dapat memantau tren preferensi pelanggan, mengelola persediaan bahan makanan, dan merancang menu yang lebih menarik dan sesuai dengan preferensi pelanggan. Hal ini dapat membantu UMKM dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas, dan daya saing mereka di pasar.

3) Faktor Desain dan Kenyamanan Tempat Makan

Dalam penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM), desain dan kenyamanan tempat makan merupakan faktor penting yang memengaruhi peningkatan penjualan kuliner. Faktor-faktor seperti desain kursi yang nyaman, penataan meja, dan ruang gerak juga dapat memengaruhi penjualan. Dalam konteks UMKM kuliner, desain dan kenyamanan tempat makan dapat menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas. Penerapan SIM memungkinkan UMKM untuk memantau dan mengelola desain dan kenyamanan tempat makan dengan lebih efisien. Misalnya, UMKM dapat menggunakan data pelanggan untuk mengidentifikasi preferensi terkait desain dan kenyamanan, dan menyesuaikan tata letak dan desain interior tempat makan sesuai dengan preferensi tersebut. Selain itu, UMKM juga dapat

menggunakan SIM untuk mengelola reservasi dan antrian, sehingga mengurangi waktu tunggu dan menciptakan pengalaman yang lebih nyaman bagi pelanggan.

Selain itu, desain dan kenyamanan tempat makan juga dapat memengaruhi citra dan brand image UMKM. Dengan desain yang menarik dan kenyamanan yang terjamin, UMKM dapat menciptakan citra sebagai tempat makan yang berkualitas dan layak untuk dikunjungi. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik dan kunjungan pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan. Dengan demikian, penerapan SIM dapat membantu UMKM dalam mengelola desain dan kenyamanan tempat makan dengan lebih efisien, meningkatkan kepuasan pelanggan, menciptakan citra yang positif, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan. Melalui analisis data dan penerapan teknologi informasi, UMKM dapat mengidentifikasi preferensi pelanggan terkait desain dan kenyamanan, dan mengambil tindakan perbaikan untuk menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan.

4) Faktor Waktu Tunggu Pelanggan

Waktu tunggu pelanggan ketika memesan sampai hidangan disajikan merupakan faktor krusial yang memengaruhi peningkatan penjualan kuliner dalam penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM). Dalam konteks UMKM kuliner, waktu tunggu yang panjang dapat mengurangi kepuasan pelanggan dan bahkan menyebabkan kehilangan pelanggan. Oleh karena itu, penerapan SIM dapat membantu UMKM dalam mengelola waktu tunggu pelanggan dengan lebih efisien. Dengan SIM, UMKM dapat memantau waktu tunggu rata-rata, mengidentifikasi pola-pola waktu tunggu yang tidak efisien, dan mengambil tindakan perbaikan. Misalnya, UMKM dapat menggunakan data waktu tunggu untuk mengatur jadwal pemesanan, mengoptimalkan proses memasak, atau bahkan menawarkan promo khusus untuk mengurangi waktu tunggu. Dengan demikian, penerapan SIM dapat membantu UMKM dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan memastikan waktu tunggu yang lebih singkat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan.

Selain itu, SIM juga memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi operasional. Misalnya, UMKM dapat menggunakan aplikasi pemesanan online untuk mengatur antrian dan menginformasikan waktu tunggu kepada pelanggan. Hal ini tidak hanya dapat mengurangi waktu tunggu, tetapi juga menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Dengan demikian, penerapan SIM dapat membantu UMKM dalam mengelola waktu tunggu pelanggan dengan lebih efisien, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan. Melalui analisis data dan penerapan teknologi informasi, UMKM dapat mengidentifikasi pola-pola waktu tunggu yang tidak efisien dan mengambil tindakan perbaikan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman pelanggan.

5) Faktor Kualitas Produk dan Pelayanan

Kualitas produk dan pelayanan merupakan faktor penting yang memengaruhi peningkatan penjualan kuliner dalam penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM). Dalam penerapan SIM, UMKM dapat memantau kepuasan pelanggan, mengidentifikasi tren preferensi, dan memastikan pengalaman pelanggan yang memuaskan. Dengan demikian, SIM tidak hanya menjadi alat untuk meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk, mendukung pelanggan menjadi setia pada UMKM. Dalam UMKM kuliner, kualitas produk dan pelayanan yang baik dapat meningkatkan daya tarik dan kunjungan pelanggan. SIM membantu UMKM dalam memantau kepuasan pelanggan, mengidentifikasi tren preferensi, dan memastikan pengalaman pelanggan yang memuaskan. Dengan informasi yang tepat, UMKM dapat meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, sehingga pelanggan merasa puas dan kembali lagi.

Selain itu, SIM juga membantu UMKM dalam mengelola persediaan dengan lebih efisien, mengidentifikasi tren permintaan produk, dan menghindari kekurangan atau kelebihan stok yang dapat berdampak pada penjualan. Dengan SIM, UMKM dapat memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung fungsi bisnis pemasaran, seperti pemasaran online, yang dapat menjangkau seluruh lapisan

masyarakat baik lokal, nasional maupun internasional. Dalam era digital, SIM semakin terkait erat dengan konsep bisnis yang terus berkembang, seperti transformasi digital dan analitika data. Integrasi teknologi baru, seperti analitika maju, dapat meningkatkan kemampuan SIM dalam memberikan wawasan yang lebih mendalam dan mendukung pengambilan keputusan yang lebih presisi. Oleh karena itu, UMKM kuliner perlu memanfaatkan SIM untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, serta meningkatkan daya tarik dan kunjungan pelanggan.

6) Faktor Sumber Daya Manusia

Faktor Sumber Daya Manusia yang memengaruhi peningkatan penjualan kuliner dalam penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM), yaitu:

1. **Pelatihan dan Pengembangan Karyawan:** pelatihan dan pengembangan karyawan merupakan faktor krusial yang memengaruhi peningkatan penjualan kuliner dalam penerapan SIM. Dalam era digital, UMKM perlu memastikan bahwa karyawan mereka memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengelola SIM dengan efektif. Pelatihan dapat mencakup penggunaan perangkat lunak SIM, analisis data, dan manajemen persediaan. Dengan karyawan yang terampil dan terlatih, UMKM dapat memanfaatkan SIM secara optimal untuk meningkatkan penjualan dan efisiensi operasional.

2. **Perekrutan dan Penempatan Karyawan:** perekrutan dan penempatan karyawan yang tepat juga memengaruhi peningkatan penjualan kuliner dalam penerapan SIM. UMKM perlu memastikan bahwa mereka memiliki tim yang kompeten dan berpengalaman dalam mengelola SIM. Hal ini meliputi penempatan karyawan sesuai dengan keahlian dan minat mereka, serta perekrutan karyawan baru yang memiliki latar belakang yang sesuai dengan kebutuhan SIM UMKM.

3. **Keterlibatan dan Motivasi Karyawan:** keterlibatan dan motivasi karyawan juga merupakan faktor penting yang memengaruhi peningkatan penjualan kuliner dalam penerapan SIM. UMKM perlu memastikan bahwa karyawan merasa terlibat dalam penggunaan SIM dan memiliki motivasi untuk memanfaatkannya secara optimal. Hal ini dapat dicapai melalui komunikasi yang efektif, pengakuan atas kontribusi karyawan, dan insentif yang sesuai dengan pencapaian yang dihasilkan melalui penerapan SIM.

Dengan memperhatikan faktor-faktor di atas, UMKM dapat memastikan bahwa Sumber Daya Manusia yang mereka miliki mendukung penerapan SIM dengan efektif, sehingga dapat meningkatkan penjualan kuliner dan efisiensi operasional mereka.

3.3 Dampak Positif Penerapan Sistem Informasi Manajemen dalam Meningkatkan Penjualan dibidang Kuliner

Penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM) memiliki dampak positif bagi masyarakat tersebut maupun pelaku usaha itu sendiri yaitu sebagai berikut:

1) Dampak positif bagi warga

Penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM) dalam UMKM memberikan manfaat positif bagi warga secara langsung. Pertama, adanya SIM dapat menciptakan peluang pekerjaan baru di tingkat lokal. Dengan efisiensi operasional yang meningkat, UMKM memiliki potensi untuk memperluas usaha mereka, yang pada gilirannya memerlukan lebih banyak tenaga kerja lokal. Kedua, SIM memungkinkan UMKM untuk memberikan produk dan layanan yang lebih baik kepada warga. Analisis data yang akurat membantu UMKM memahami preferensi dan kebutuhan konsumen setempat, sehingga mereka dapat menyesuaikan penawaran mereka. Hal ini menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih memuaskan dan bermanfaat bagi warga. Selain itu, efisiensi dalam manajemen persediaan melalui SIM dapat berdampak positif pada harga produk. Jika UMKM dapat mengelola persediaan dengan baik, mereka mungkin dapat menawarkan produk dengan harga yang lebih kompetitif kepada warga. Ini tidak hanya menguntungkan konsumen, tetapi juga dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal. Penelitian Wibowo menunjukkan bahwa pemanfaatan SIM di

wilayah pedesaan seperti Desa Antajaya dapat meningkatkan produktivitas masyarakat melalui akses informasi yang lebih luas, membantu pengambilan keputusan cepat dan tepat.

Dengan demikian, penerapan SIM tidak hanya memberdayakan UMKM tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi warga melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan kualitas produk, dan potensi harga yang lebih terjangkau.

2) Dampak positif bagi pelaku UMKM

Penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM) membawa dampak positif signifikan bagi pelaku UMKM. Pertama, pelaku UMKM dapat mengoptimalkan operasional bisnis mereka, menghemat waktu, dan meningkatkan efisiensi. Dengan analisis data yang lebih akurat, mereka dapat membuat keputusan yang lebih cerdas terkait strategi penjualan dan pengelolaan persediaan. Kedua, SIM memungkinkan pelaku UMKM untuk lebih responsif terhadap perubahan pasar. Dengan akses cepat ke informasi terkini, mereka dapat menyesuaikan taktik pemasaran dan penawaran produk secara lebih dinamis, meningkatkan daya saing di pasar yang cepat berubah. Selanjutnya, SIM memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui personalisasi layanan dan penawaran yang disesuaikan. Ini menciptakan pengalaman konsumen yang lebih positif, meningkatkan loyalitas, dan mendukung penjualan berulang. Mujiburrahman & Firdaus [9] menyebutkan bahwa penggunaan SIM meningkatkan efisiensi operasional, pengambilan keputusan berbasis data, dan daya saing usaha UMKM.

Dampak positif lainnya adalah efisiensi dalam pengelolaan persediaan. Pelaku UMKM dapat menghindari kelebihan atau kekurangan stok, memastikan ketersediaan produk yang tepat pada waktu yang tepat. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga mendukung penjualan yang stabil. Secara keseluruhan, penerapan SIM memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk berkembang, bersaing secara lebih efektif, dan mencapai peningkatan penjualan yang berkelanjutan.

3.4 Dampak Negatif Penerapan Sistem Informasi Manajemen dalam Meningkatkan Penjualan dibidang Kuliner

1) Dampak Negatif bagi Warga

Dampak negatif penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM) di bidang kuliner tidak hanya dirasakan oleh pelaku UMKM, tetapi juga oleh warga sebagai konsumen. Pertama, terkait dengan warga sebagai konsumen, ketergantungan yang tinggi pada teknologi dalam operasional usaha kuliner dapat mengurangi interaksi personal antara pelanggan dan pemilik usaha. Pengalaman konsumen yang kurang personal dapat berdampak negatif pada kepuasan pelanggan, yang sejatinya menjadi salah satu kunci keberhasilan UMKM di sektor kuliner. Kedua, ketidaksesuaian harga dapat menjadi dampak negatif lainnya. Akadiati, Sinaga & Sumiyati [10] menjelaskan bahwa rendahnya pemahaman masyarakat terhadap SIM membuat sebagian warga tidak dapat memanfaatkan informasi keuangan UMKM secara optimal.

Penggunaan SIM dalam menentukan harga produk bisa menimbulkan ketidaksesuaian antara harga di dunia nyata dan harga di platform online. Hal ini dapat mengecewakan konsumen dan bahkan menyebabkan kebingungan terkait penetapan harga produk, sehingga mengurangi kepercayaan pelanggan. Ketiga, ketidakstabilan ketersediaan produk menjadi dampak negatif lain yang mungkin terjadi akibat manajemen SIM yang kurang baik. Kesalahan dalam manajemen persediaan dapat mengakibatkan ketidakstabilan ketersediaan produk. Misalnya, kehabisan stok karena ketidakmampuan sistem mengelola persediaan dengan baik dapat mengecewakan konsumen dan berpotensi mengurangi kepercayaan pada usaha kuliner tersebut.

2) Dampak Negatif bagi Pelaku UMKM

Penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM) di sektor UMKM dapat membawa dampak negatif bagi pelaku UMKM itu sendiri. Salah satu dampak yang signifikan adalah terkait dengan aspek biaya. Proses implementasi dan pemeliharaan SIM memerlukan investasi awal yang cukup besar, menjadi

beban tambahan yang mungkin sulit diakomodasi, terutama oleh usaha kecil dengan sumber daya terbatas. Oleh karena itu, meskipun SIM memiliki potensi untuk meningkatkan efisiensi operasional, pelaku UMKM perlu mempertimbangkan keseimbangan antara manfaat yang diharapkan dan beban biaya yang dibutuhkan. Selain itu, ketergantungan yang berlebihan pada teknologi juga menjadi dampak negatif yang perlu dipertimbangkan. UMKM yang sangat bergantung pada SIM dapat menjadi rentan terhadap gangguan teknis, seperti gangguan sistem atau kehilangan data. Gangguan semacam ini dapat menghambat operasional usaha dan menurunkan produktivitas, sehingga pelaku UMKM perlu memastikan bahwa sistem yang digunakan dapat diandalkan dan memiliki backup yang memadai. Penelitian Daulay [11] menunjukkan bahwa penerapan e-commerce dan sistem informasi manajemen rentan terhadap penyalahgunaan akses oleh pihak tidak bertanggung jawab, kesalahan sistem, serta potensi kerugian finansial akibat kecurangan internal/eksternal dan gangguan layanan

Dampak negatif lainnya adalah terkait dengan keamanan informasi. Penggunaan SIM dapat membuat usaha rentan terhadap ancaman keamanan informasi, seperti pencurian data pelanggan atau serangan cyber. Perlindungan terhadap informasi sensitif menjadi sangat penting, dan pelaku UMKM perlu menginvestasikan sumber daya untuk memastikan keamanan informasi. Ini mencakup pelatihan karyawan terkait keamanan data dan penerapan langkah-langkah perlindungan data yang memadai. Sementara penerapan SIM menawarkan potensi manfaat besar, pelaku UMKM perlu mengidentifikasi, memahami, dan mengatasi dampak negatif yang mungkin timbul, terutama dalam hal biaya, ketergantungan pada teknologi, dan keamanan informasi. Ini akan membantu memastikan bahwa implementasi SIM memberikan nilai tambah seiring dengan keberlanjutan dan pertumbuhan usaha UMKM di era digital.

4. KESIMPULAN

Dengan meningkatkan daya tarik dan kunjungan, UMKM perlu memastikan bahwa pelayanan dan produk tetap berkualitas, sesuai dengan data dan umpan balik pelanggan yang dapat diakses melalui SIM. SIM membantu UMKM dalam memantau kepuasan pelanggan, mengidentifikasi tren preferensi, dan memastikan pengalaman pelanggan yang memuaskan. Dengan demikian, SIM tidak hanya menjadi alat untuk meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk, mendukung pelanggan menjadi setia pada UMKM. Oleh karena itu, UMKM perlu memanfaatkan SIM secara lebih efektif untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, memperkuat strategi pemasaran, dan mengoptimalkan berbagai aspek bisnis mereka.

REFERENSI

- [1] R. P. Santoso, "Hubungan Dimensi Promosion Mix Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Makanan Coklat Tempe Khas Kediri Jawa Timur," *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, vol. 5, no. 2, pp. 228–235, 2023.
- [2] Badan Pusat Statistik, "Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023," Badan Pusat Statistik.
- [3] A. Algipari, S. Wahyuni, and H. Haryanto, "Sistem Informasi Manajemen untuk Pengambilan Keputusan pada Lembaga Kursus dan Pelatihan," *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, vol. 4, no. 1, pp. 1–10, 2023.
- [4] M. Muhandi, A. Febriani, and Y. Oktavia, "Sistem Informasi Geografis Kuliner di Kota Pekanbaru Berbasis Web," *Jurnal Ilmu Komputer*, vol. 7, no. 2, pp. 44–50, 2019.
- [5] H. Herfin, K. Wijana, and E. Kurniawan, "Sistem Informasi Manajemen Rumah Makan Berbasis Mobile: Studi Kasus Co-Cowmilk," *Jurnal Eksplorasi Karya Sistem Informasi dan Sains*, 2019.
- [6] I. Mardeli, S. Muanam, and M. Muslihudin, "Sistem Informasi Penjualan Aneka Makanan Ringan Berbasis Website di Pekon Sukoharjo 3 Barat," *Jurnal Signaling*, 2020.

- [7] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. Pearson Education Limited, 2016.
- [8] Databoks, “Makanan Nusantara Jadi Kategori Terbanyak yang Dijual UMKM Indonesia pada 2022.”
- [9] Mujiburrahman and R. Firdaus, “Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Manajemen Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah,” *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 2020.
- [10] V. A. P. Akadiati, I. Sinaga, and L. Sumiyati, “Dampak implementasi sistem informasi akuntansi atas kualitas data keuangan UMKM saat pandemi di Bandar Lampung,” *E-Jurnal Akuntansi*, vol. 32, no. 10, pp. 3069–3080, 2022.
- [11] B. Daulay, F. A. Sari, and A. Bima, “Pemanfaatan Sistem Informasi Manajemen untuk Meningkatkan Penjualan pada UMKM: Studi Kasus Dapur Keripik Rida 3 Kota Binjai,” *Jurnal Bima Berilmu Pemasaran*, vol. 6, no. 2, pp. 298–310, 2022.