



Perencanaan Strategis Sistem Informasi untuk Peningkatan Layanan Pelanggan pada UMKM Food Mood

Hendry Kus Hermawan^{1*}, Krisna Bagus Samboro², Bayu Effendi³, M. Fikriyadi Maulana⁴, Ito Setiawan⁵

¹⁻⁵ Universitas Amikom Purwokerto, Indonesia

*Penulis Korespondensi: 22SA21A178@mhs.amikompurwokerto.ac.id¹

Abstract. *This study develops a strategic information system plan to improve customer service at the Food Mood MSME in the food and beverage sector. The Ward and Peppard framework is used to map the business and technology environment through Value Chain, SWOT, PEST, and Porter's Five Forces analyses, which are then broken down into Critical Success Factors and measurable key performance indicators. The research design is a qualitative case study with semi-structured interviews with the owner and employees, observations during peak hours, and a review of operational documents. The mapping results in a prioritized portfolio that places a cloud-based point-of-sale system integrated with QRIS, a lightweight inventory and procurement module, a kitchen display system, and basic accounting as the foundation, followed by a mini customer relationship management and loyalty program, online channel integration, a sales dashboard, and simple demand forecasting. The formulated performance targets include a wait time of no more than eight minutes, an order error rate below one percent, stock-outs of less than one day per month, and 100% transaction recording. The suggested three-month roadmap is operational and provides immediate benefits in terms of increased service speed, data accuracy, and potential customer retention, while also confirming the relevance of Ward and Peppard's approach for the Indonesian MSME context.*

Keywords: *Customer service; Food and beverage; Information systems strategy; MSMEs; Ward and Peppard.*

Abstrak. Penelitian ini menyusun rencana strategis sistem informasi untuk meningkatkan layanan pelanggan pada UMKM Food Mood di sektor makanan dan minuman. Kerangka Ward dan Peppard digunakan untuk memetakan lingkungan bisnis dan teknologi melalui analisis Value Chain, SWOT, PEST, serta Lima Kekuatan Porter, yang kemudian diturunkan menjadi Critical Success Factors dan indikator kinerja kunci terukur. Desain penelitian berupa studi kasus kualitatif dengan wawancara semi terstruktur terhadap pemilik dan karyawan, observasi pada jam ramai, serta telaah dokumen operasional. Hasil pemetaan menghasilkan portofolio prioritas yang menempatkan sistem point of sale berbasis awan terintegrasi QRIS, modul inventori dan pengadaan ringan, sistem tampilan dapur, serta akuntansi dasar sebagai fondasi, diikuti mini manajemen hubungan pelanggan dan program loyalitas, integrasi kanal daring, dasbor penjualan, dan peramalan permintaan sederhana. Sasaran kinerja yang dirumuskan meliputi waktu tunggu tidak lebih dari delapan menit, tingkat kesalahan pesanan di bawah satu persen, stok habis kurang dari satu hari per bulan, dan pencatatan transaksi seratus persen. Peta jalan tiga bulan yang disarankan bersifat operasional dan memberikan manfaat cepat berupa peningkatan kecepatan layanan, akurasi data, dan potensi retensi pelanggan, sekaligus menegaskan relevansi pendekatan Ward dan Peppard bagi konteks UMKM di Indonesia

Kata kunci: Layanan pelanggan; Makanan dan minuman; Strategi sistem informasi; UMKM; Ward dan Peppard.

1. LATAR BELAKANG

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia karena berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penciptaan lapangan kerja, dan pemerataan pendapatan. Dari tahun ke tahun, kinerja UMKM terus meningkat baik dari sisi jumlah pelaku maupun kualitas usahanya. Pemerintah juga memberikan dukungan melalui berbagai program pelatihan dan pengembangan kapasitas bagi pelaku usaha (Imam Fathul Aziz & Dicky Pratama, 2025). Secara makro, tujuan pembangunan ekonomi adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mewujudkan pertumbuhan yang

berkelanjutan dalam konteks ini, UMKM memegang peranan penting dalam pemerataan hasil pembangunan dan penguatan basis produksi nasional (Suci Ramadani et al., 2025).

Di sisi lain, percepatan digitalisasi membuat pemanfaatan sistem informasi dan teknologi informasi (SI/TI) menjadi faktor kunci untuk efisiensi operasional, kualitas layanan, dan pengambilan keputusan UMKM (Kanggep et al., 2024). Tantangannya, pemilihan dan prioritas solusi SI/TI harus selaras dengan tujuan bisnis agar kapasitas layanan mampu memenuhi kebutuhan internal maupun eksternal secara berkelanjutan (Dwi Selvi, 2024). Pada UMKM Food Mood yang berada di alamat Gg. V, Karangjambu, Purwanegara, Kec. Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53126, food mood menghadapi berbagai tantangan dalam hal operasional yang perlu segera diatasi, seperti kendala koordinasi antar cabang dan kesulitan dalam mengelola pesanan saat ramai. Dalam masalah ini menunjukkan bahwa SI/TI yang ada belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan operasional dan tujuan bisnis (Karima et al., 2024) (Noor Fadhillah et al., 2025).

Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang perencanaan sistem informasi dan teknologi informasi (SI/TI) agar dapat mengatasi permasalahan tersebut serta mendukung visi dan misi food mood secara lebih efektif (Saputra & Pratama, 2025) (Ray et al., 2025). Penelitian ini menggunakan metode Ward and Peppard, yang sudah terbukti efektif dalam menyusun strategi SI/TI yang dapat disesuaikan dengan perusahaan masing-masing (No et al., 2024). Metode ini mencakup analisis SWOT, Value Chain, CSF, dan McFarlan Strategic Grid untuk menghasilkan perencanaan strategis yang tepat. Sebagai contoh, penelitian Safitri dkk. (2025) pada RSUD Husada Prima mengintegrasikan Ward & Peppard dengan alat analisis SWOT, PEST, Value Chain, Porter's Five Forces, CSF, dan McFarlan Strategic Grid; hasilnya berupa portofolio aplikasi (strategis, operasional, pendukung, dan berpotensi tinggi) berikut rekomendasi seperti integrasi SIMRS, layanan telemedicine, big data, dan AI guna meningkatkan efisiensi operasional, mutu layanan, dan daya saing rumah sakit. Konsistensi temuan lintas sektor ini menyiratkan bahwa perencanaan SI/TI yang terstruktur dan sistematis membantu organisasi mengatasi masalah operasional sekaligus mempercepat pencapaian sasaran bisnis. (Safitri et al., 2025).

Penelitian pada Klinik Asy-Syifa Ngadirojo Wonogiri (2025) menerapkan kerangka Ward & Peppard untuk menyusun rencana strategis SI/TI yang selaras dengan strategi bisnis serta visi-misi klinik, menggunakan perangkat analisis utama seperti SWOT, Value Chain, dan PEST. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dengan pihak klinik, dan studi pustaka/literatur; alur perencanaan mencakup analisis bisnis internal-eksternal dan lingkungan SI/TI internal-eksternal hingga perumusan strategi SI, strategi TI, dan strategi

manajemen SI/TI. Hasilnya disajikan sebagai portofolio aplikasi kini dan masa depan yang dipetakan memakai McFarlan Strategic Grid; sekitar 13 sistem direkomendasikan kelanjutan SIM Rekam Medis dan Sistem Informasi Pelayanan Kesehatan, serta pengembangan baru seperti SI Apotek, Inventaris, SDM, Keuangan, DSS Kinerja, Expert System Diagnosa, Supply Chain Management, Dokumen Klinik, Eksekutif, Database Terdistribusi, dan peningkatan Website. Secara keseluruhan, pendekatan ini diharapkan meningkatkan mutu layanan, efisiensi operasional, dan kinerja pegawai klinik. (Siti Muthiah, Hendrik, 2019)

Penelitian oleh Reven Rudy Ishak dan Dicky Pratama (2025) tentang Studi pada PT Pulau Subur merancang perencanaan strategis SI/TI berbasis Ward & Peppard untuk mengatasi pelaporan manual yang menghambat keputusan, melalui analisis seperti SWOT/MOST/Value Chain/CSF guna merumuskan kebutuhan sistem terintegrasi dari kantor hingga kebun. Rekomendasi utamanya adalah implementasi terpadu (disarankan berbasis komputasi awan) dengan prioritas ERP, GPS tracking, serta pemantauan biaya logistik real-time dan penguatan pelatihan SDM agar operasi lebih cepat, akurat, dan adaptif terhadap pasar. (Ishak & Pratama, 2025)

2. KAJIAN TEORITIS

SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat)

Analisis SWOT adalah salah satu metode perencanaan strategis yang biasa digunakan untuk membuat evaluasi bisnis seperti kekuatan (strength), peluang (opportunity), kelemahan (weakness), dan ancaman (threat). (Belakang, 2022). (a) Analisis SWOT memiliki banyak kelebihan jika dibandingkan dengan metode analisis yang lain. Berikut merupakan beberapa manfaat dari penggunaan metode analisis SWOT. (b) Dapat membantu strategi bagi para stakeholder untuk menentukan kebutuhan saat ini atau masa mendatang terhadap internal maupun eksternal. (c) Mampu menganalisis kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki perusahaan serta menganalisis peluang maupun ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. (d) Mampu menganalisis faktor-faktor di dalam organisasi yang memberikan terhadap kualitas terhadap kualitas mutu pelayanannya

Value Chain

Untuk mencapai suatu tujuan dan kebutuhan yang diharapkan oleh suatu UMKM maka diperlukannya Rantai nilai atau value chain. Rantai nilai atau value chain merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menghasilkan produk atau jasa. (Arifin, 2020)

McFarlan Strategic Grid

Untuk mengetahui seberapa penting sebuah sistem informasi bagi bisnis yang digunakan untuk mendukung peran dan prioritas sistem informasi dalam mendukung strategi bisnis organisasi (Michael et al., 2024). Dalam model ini membagi aplikasi atau sistem informasi kedalam empat bagian atau kuadran, yaitu Strategic, High Potential, Key Operational, dan Support. Sistem yang termasuk kategori Strategic adalah sistem yang sangat berpengaruh terhadap strategi besar perusahaan dan bisa memberi keunggulan dibanding pesaing. High Potential adalah sistem yang mungkin belum dibutuhkan sekarang, tapi punya potensi besar di masa depan. Lalu, Key Operational mencakup sistem yang harus berjalan setiap hari agar bisnis tetap lancar, seperti sistem pesanan atau stok barang. Sementara itu, kategori Support berisi sistem-sistem pendukung seperti administrasi atau pencatatan, yang tidak terlalu berpengaruh terhadap jalannya bisnis utama.

Critical Success Factor (CSF)

CSF dipahami sebagai area-area kunci di dalam perusahaan yang perlu mendapat perhatian utama agar tujuan bisnis dapat tercapai dengan baik (Umarbawi & Rohman, 2025). Organisasi juga ditekankan untuk memahami dan memantau CSF secara berkala agar keberhasilan yang diharapkan tercapai, karena pemusatan pada CSF memberi panduan praktis untuk fokus pada kriteria yang harus diikuti selama implementasi (misalnya ERP), sehingga membantu menekan risiko kegagalan dan mendorong hasil yang memuaskan, pendekatan CSF ini dipopulerkan lebih lanjut oleh Bullen & Rockart (Jayanto & Rahardja, 2024). CSF adalah faktor-faktor paling menentukan yang wajib dikelola dan dipantau karena menjadi penentu tercapainya sasaran dan keunggulan bersaing ditarik dari apa yang dihargai pelanggan dan dari kekuatan internal organisasi. (Umarbawi & Rohman, 2025)

PEST

PEST adalah kerangka pemindaian lingkungan makro yang menilai empat kelompok faktor di luar kendali organisasi politik, ekonomi, sosial, dan teknologi untuk mengenali peluang serta ancaman yang dapat memengaruhi arah strategi dan keputusan, analisis ini membantu organisasi menyelaraskan rencana dengan dinamika regulasi dan kebijakan, kondisi pasar dan siklus bisnis, perilaku/demografi serta norma budaya, serta laju inovasi, infrastruktur digital, dan disrupsi teknologi. (Nining Ariati et al., 2025)

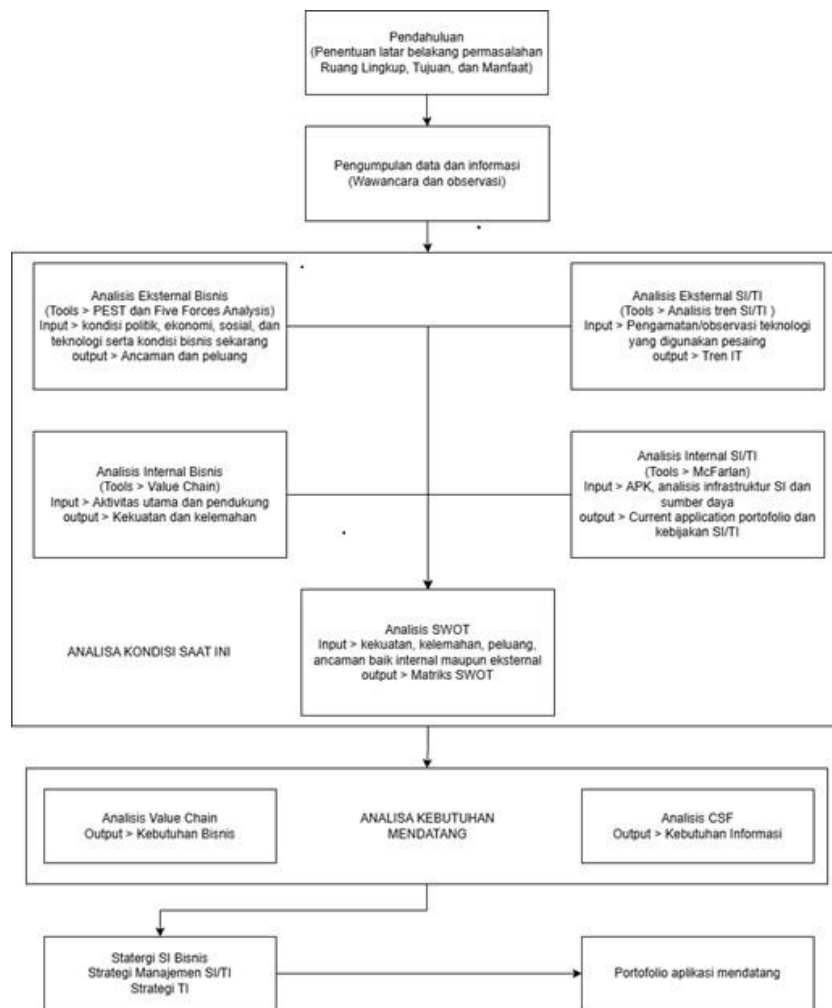
Porter's Five Forces

Analisis Porter's Five Forces adalah kerangka strategi (diperkenalkan Michael E. Porter pada 1979) untuk menilai seberapa menarik dan kompetitif sebuah industri dengan menelaah lima sumber tekanan utama: ancaman pendaatang baru, ancaman produk/jasa pengganti,

kekuatan tawar pemasok, kekuatan tawar pembeli, dan intensitas rivalitas antarperusahaan (Ward, n.d.). Dengan memetakan kelima kekuatan ini, perusahaan dapat memahami pendorong persaingan di pasar, menyusun langkah bersaing yang lebih tepat, serta memperkirakan dampaknya terhadap potensi keuntungan.(Mora, 2024).

3. METODE PENELITIAN

Ada beberapa tahapan metodologi penelitian yang di lakukan dalam penyelesaian masalah. Tahapan tersebut adalah sebagai berikut :



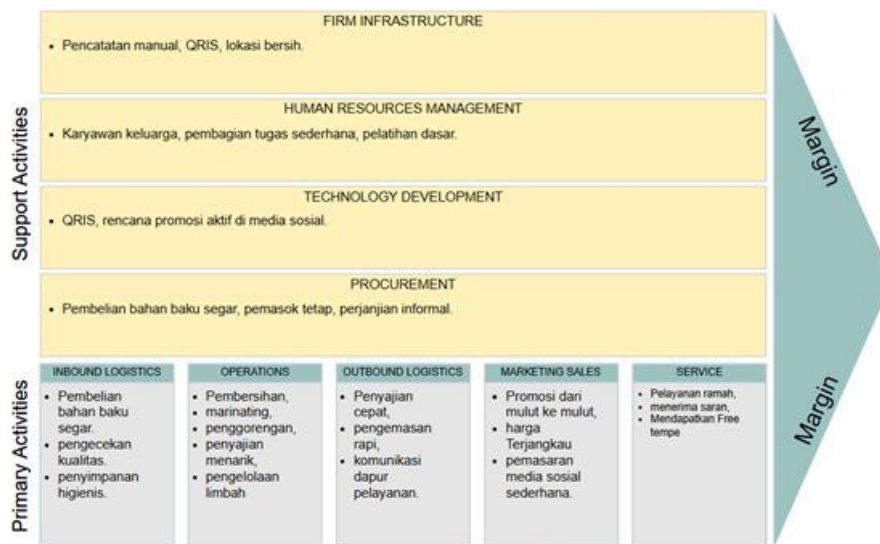
Gambar 1. Metode Penelitian.

Pada penelitian ini menerapkan metode Ward dan Peppard seperti pada gambar di atas. Alasan dalam penerapan metode ini karena dapat meningkatkan efisiensi serta efektifitas dalam menjalankan sebuah proses bisnis perusahaan (Aryani et al., 2023). Metode Ward and Peppard menggunakan berbagai alat analisis, termasuk CSF, Value Chain, SWOT, PEST, dan Porter's MCs yang digunakan untuk perancangan portofolio aplikasi yang sejalan dengan kebutuhan bisnis Food mood di masa depan. Pendekatan ini mendukung perumusan strategi SI/TI yang

meliputi strategi bisnis SI, strategi pengelolaan SI/TI, serta strategi TI, berdasarkan analisis terhadap lingkungan bisnis internal dan eksternal, serta lingkungan SI/TI internal dan eksternal (Arifin & Rudianto, 2022).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Value Chain



Gambar 2. Diagram Value Chain.

Primary Activities (Aktivitas Utama)

Inbound Logistics (Logistik Masuk)

Proses logistik masuk di Food Mood dirancang untuk memastikan ketersediaan bahan baku segar setiap hari. Pemilik usaha memiliki kebiasaan memesan ayam langsung dari tempat pemotongan ayam terdekat. Hal ini dilakukan setiap pagi untuk memastikan bahan baku yang digunakan masih segar dan berkualitas. Selain ayam, bahan baku seperti bumbu dapur, sayuran, dan pelengkap lainnya juga dipesan dari pemasok lokal dengan metode harian. Pemilihan pemasok lokal tidak hanya bertujuan untuk menjaga kesegaran bahan, tetapi juga untuk memangkas waktu dan biaya transportasi. Sebelum bahan diterima, dilakukan pengecekan kualitas untuk memastikan semuanya sesuai standar. Jika bahan tidak memenuhi kriteria, bahan tersebut akan dikembalikan kepada pemasok untuk diganti. Dengan sistem pengadaan seperti ini, Food Mood berhasil menjaga konsistensi kualitas bahan baku tanpa harus menyimpan stok dalam jumlah besar, yang berpotensi mengurangi kesegaran dan mengakibatkan pemborosan.

Operations (Operasi/Pemrosesan)

Proses operasi di dapur merupakan inti dari bisnis Food Mood. Proses ini dimulai dari pembersihan ayam yang baru datang. Ayam dicuci dengan air bersih untuk menghilangkan

kotoran dan memastikan kebersihan bahan sebelum masuk ke tahap berikutnya. Setelah itu, ayam direndam dalam bumbu khas Food Mood. Proses marinasi ini bertujuan untuk memastikan bumbu meresap dengan baik dan menghasilkan rasa autentik yang menjadi ciri khas warung makan ini. Ayam yang telah dimarinasi kemudian disimpan sementara sebelum digoreng sesuai pesanan pelanggan. Teknik penggorengan dilakukan secara langsung setelah pesanan masuk, memastikan ayam selalu disajikan dalam kondisi panas dan renyah. Selain itu, makanan yang sudah matang disajikan dengan nasi, sambal, dan pelengkap lainnya dalam penyajian yang higienis dan rapi. Standar kebersihan yang tinggi diterapkan sepanjang proses ini untuk menjaga kepuasan dan kesehatan pelanggan.

Outbound Logistics (Logistik Keluar)

Logistik keluar di Food Mood difokuskan pada pengelolaan penyajian makanan kepada pelanggan dengan cepat dan tepat. Untuk pelanggan yang makan di tempat, makanan disajikan dalam piring yang bersih dengan estetika yang sederhana tetapi menggugah selera. Proses ini mencerminkan komitmen Food Mood terhadap kenyamanan pelanggan. Sementara itu, bagi pelanggan yang memesan makanan untuk dibawa pulang, makanan dikemas dengan rapi menggunakan wadah yang aman dan higienis agar tetap segar ketika sampai di tujuan. Pelanggan yang memesan melalui platform daring juga dilayani dengan cara yang sama, memastikan makanan yang sampai tetap dalam kondisi baik. Kecepatan menjadi prioritas utama dalam tahap ini untuk menghindari waktu tunggu yang lama, sehingga pelanggan merasa puas dan memiliki pengalaman positif.

Marketing & Sales (Pemasaran & Penjualan)

Strategi pemasaran di Food Mood mengandalkan pendekatan tradisional yang terbukti efektif, yaitu dari mulut ke mulut. Pelanggan yang puas biasanya merekomendasikan warung makan ini kepada teman atau keluarganya. Selain itu, jaringan sosial yang melibatkan saudara dan teman pemilik juga dimanfaatkan untuk mempromosikan makanan khas yang disajikan. Dengan cara ini, kepercayaan pelanggan terhadap kualitas makanan meningkat karena mereka mendapatkan rekomendasi langsung dari orang yang dikenal. Meskipun belum menggunakan strategi pemasaran digital secara luas, pendekatan ini sudah cukup membantu dalam membangun citra positif warung makan di komunitas lokal. Namun, ada peluang besar bagi Food Mood untuk mengadopsi media sosial sebagai platform pemasaran di masa depan, yang dapat memperluas jangkauan pasarnya.

Service (Layanan Purna Jual)

Food Mood memberikan perhatian besar pada layanan purna jual yang menekankan interaksi ramah dan personal dengan pelanggan. Pelanggan disambut dengan senyuman dan

dilayani dengan sikap yang hangat. Harga makanan yang terjangkau, terutama untuk segmen mahasiswa dan pelajar, menjadi daya tarik utama. Selain itu, pelanggan yang memberikan masukan atau kritik akan diterima dengan baik, karena Food Mood percaya bahwa umpan balik pelanggan merupakan sumber informasi penting untuk meningkatkan kualitas layanan. Upaya membangun hubungan emosional dengan pelanggan melalui pendekatan “pelayanan dari hati” ini menciptakan pengalaman yang menyenangkan, sehingga banyak pelanggan yang kembali untuk menikmati makanan mereka di Food Mood.

Support Activities (Aktivitas Pendukung)

Firm Infrastructure (Infrastruktur Bisnis)

Operasional bisnis Food Mood saat ini masih dijalankan secara sederhana dengan pencatatan manual. Proses pencatatan pesanan dan transaksi keuangan dilakukan menggunakan buku atau alat tulis, yang walaupun terbatas, cukup efektif untuk memenuhi kebutuhan usaha kecil. Namun, sebagai bagian dari pengembangan, Food Mood telah mengadopsi QRIS sebagai metode pembayaran digital. Langkah ini memberikan kemudahan bagi pelanggan yang lebih memilih metode pembayaran non-tunai, terutama di era digital seperti sekarang. Meskipun teknologi yang digunakan masih terbatas, infrastruktur ini telah cukup untuk mendukung operasional sehari-hari dengan lancar. Dalam jangka panjang, investasi pada sistem pencatatan digital dapat membantu meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam pengelolaan data bisnis.

Human Resource Management (Manajemen Sumber Daya Manusia)

Karyawan di Food Mood mayoritas berasal dari keluarga atau orang-orang terdekat pemilik usaha. Dengan jumlah tenaga kerja sekitar 5-6 orang, operasional sehari-hari dapat berjalan dengan baik karena ada kepercayaan tinggi antar anggota tim. Namun, jika skala usaha berkembang, Food Mood perlu mempertimbangkan untuk merekrut tenaga kerja dari luar. Proses ini harus diiringi dengan pelatihan dasar tentang standar kebersihan, penyajian makanan, dan pelayanan pelanggan. Dengan sumber daya manusia yang kompeten, Food Mood dapat menjaga kualitas pelayanan sekaligus mempersiapkan diri untuk pertumbuhan usaha yang lebih besar.

Technology Development (Pengembangan Teknologi)

Saat ini, teknologi yang diterapkan Food Mood masih terbatas pada penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital. Meskipun demikian, teknologi ini sudah memberikan dampak positif terhadap efisiensi transaksi. Di masa depan, Food Mood dapat mempertimbangkan untuk memanfaatkan media sosial untuk pemasaran, serta menggunakan

aplikasi sederhana untuk pencatatan stok dan keuangan. Investasi pada teknologi ini akan mendukung pertumbuhan bisnis dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

Procurement (Pengadaan)

Proses pengadaan bahan baku dilakukan dengan pendekatan harian. Pemilik usaha memastikan bahan baku seperti ayam, bumbu, dan sayuran dibeli dari pemasok lokal yang sudah terpercaya. Strategi ini tidak hanya membantu menjaga kesegaran bahan baku tetapi juga mendukung pemasok lokal. Pengadaan dilakukan secara cermat untuk memastikan ketersediaan bahan di dapur tanpa pemborosan. Proses ini penting untuk memastikan operasional berjalan lancar dan pelanggan mendapatkan makanan dengan rasa dan kualitas yang konsisten.

Analisis SWOT

Tabel 1. Analisis SWOT.

Aspek	Uraian	Dampak	Implikasi SI/TI Prioritas
Strengths	Bahan segar harian dari pemasok lokal, cita rasa konsisten, hubungan pelanggan dekat, pembayaran sudah QRIS	Kepuasan & repeat order	Pertahankan standar operasional, integrasi QRIS ke POS agar pencatatan otomatis
Weaknesses	Pencatatan masih manual, koordinasi antar-cabang, belum ada sistem pesanan/kitchen display; promosi digital minim	Salah catat, antrian, sulit ukur kinerja	POS + Inventory + KDS, template laporan harian, kanal promosi digital dasar
Opportunities	Adopsi media sosial; layanan pesan-antar/app; cloud POS murah; pelatihan SDM	Skala pasar & efisiensi naik	Integrasi marketplace/delivery, dashboard penjualan, pelatihan singkat staff
Threats	Persaingan warung/brand cepat saji, harga bahan baku naik, fee platform, selera sehat/praktis	Margin tertekan, churn	Monitoring COGS & margin, menu engineering, loyalty sederhana

Analisis Critical Success Factors (CSF)

Tabel 2. Analisis Critical Success Factors (CSF).

CSF	Kenapa Penting	Indikator/KPI Praktis
Kecepatan & akurasi pemrosesan pesanan	Jam ramai rawan antrian & salah saji	Waktu tunggu \leq 8 menit; error order $<$ 1%
Konsistensi kualitas & kebersihan	Rasa khas jadi pembeda	Skor rasa \geq 4,5/5; komplain kualitas $<$ 2%
Ketersediaan bahan segar	Operasi harian bergantung supply lokal	Stock-out $<$ 1 hari/bulan; susut bahan $<$ 3%
Pencatatan keuangan & penjualan rapi	Dasar keputusan & kontrol margin	100% transaksi tercatat digital; laporan harian otomatis
Kehadiran digital & loyalitas pelanggan	Word-of-mouth perlu ditopang kanal online	8–12 konten/bulan; repeat rate \geq 30%
Kompetensi kru (SOP dapur & layanan)	Layanan ramah & cepat	Onboarding \leq 3 hari; error handling SOP dipenuhi

Analisis PEST

Tabel 3. Analisis PEST.

Dimensi	Sorotan Konteks	Peluang/Risiko	Respons SI/TI
Politik/Regulasi	Dorongan digitalisasi UMKM, higienitas & izin, kebijakan QRIS	Akses program & kepastian bayar	Simpan arsip izin digital, audit trail pembayaran
Ekonomi	Sensitivitas harga (segmen pelajar), fluktuasi bahan baku & BBM	Margin bisa tipis	Pantau COGS via POS, menu engineering, paket hemat
Sosial	Preferensi cepat, praktis, tren sehat, ulasan online berpengaruh	Diferensiasi menu & reputasi	Kanal review + CRM sederhana, survei singkat digital
Teknologi	QRIS sudah ada, POS cloud murah, integrasi delivery apps	Efisiensi & jangkauan	Implementasi POS + KDS + integrasi marketplace

Analisis Porter's Five Forces

Tabel 4. Analisis Porter's Five Forces.

Kekuatan	Level	Alasan Ringkas	Respons SI/TI
Ancaman Pendatang Baru	Tinggi	Modal & izin relatif rendah	Standarisasi SOP + brand online konsisten
Daya Tawar Pemasok	Sedang	Alternatif ada, tapi kualitas segar krusial	Catat kualitas & harga; kontrak ringan pemasok
Daya Tawar Pembeli	Tinggi	Pelanggan price-sensitive; banyak pilihan	Loyalty sederhana, bundling, promosi data-driven
Ancaman Substitusi	Sedang-Tinggi	Masakan rumah, frozen, kompetitor cepat saji	Tonjolkan rasa khas; layanan cepat & stabil
Rivalitas Industri	Tinggi	Banyak warung serupa di area	Diferensiasi menu + service speed via KDS/POS

Analisis McFarlan Strategic Grid

Tabel 5. Analisis McFarlan Strategic Grid.

Kuadran	Aplikasi/Ide untuk Food Mood	Peran
Strategic	Integrasi delivery/marketplace + loyalty, dashboard penjualan harian	Dorong pangsa & retensi
High Potential	Peramalan permintaan sederhana (musiman/jam sibuk), chatbot WA untuk menu & jam buka	Siap dipakai saat skala naik
Key Operational	POS terintegrasi QRIS, Inventory, KDS, akuntansi dasar	Tulang punggung operasional
Support	HR (jadwal & absensi), dokumen/arsip digital, website profil/menu	Pendukung administrasi

Strategi Bisnis SI

Tujuan inti untuk mempercepat layanan saat ramai, merapikan data, dan mendorong penjualan berulang. Inisiatif prioritas (urut eksekusi): (a) POS + Integrasi QRIS > semua transaksi tercatat otomatis, laporan harian & margin per menu keluar instan. (b) Inventory & Procurement ringan > stok bahan harian, notifikasi restock, catat harga beli untuk kontrol

COGS. (c) Kitchen Display System (KDS) > alur order–dapur real-time, kurangi salah saji & waktu tunggu. (d) Order Taking sederhana > e-menu/QR table + antrian kasir, opsi pre-order jam sibuk. (e) Mini-CRM & Loyalty > nomor HP/WA + stempel digital, promo ulang tahun, bundling hemat mahasiswa. (f) Laporan & Dashboard > penjualan per jam/menu, food cost, top customer, dan komplain. (g) Channel Online > integrasi dasar ke marketplace/delivery + katalog menu di IG/TikTok/Maps.

Strategi Teknologi Informasi (Perencanaan Infrastruktur dan Tata Kelola). Arsitektur dan perangkat: (a) SaaS cloud POS hemat biaya (1 toko → multi-cabang), tablet KDS di dapur, printer thermal, router stabil & UPS kecil. (b) Integrasi, QRIS > POS; marketplace/delivery > POS (sinkron menu & harga). (c) Data & keamanan, backup otomatis harian, akses berbasis peran (kasir/dapur/owner); log audit transaksi. (d) Standar & SOP, SOP close-day (rekonsiliasi kas QRIS), SOP kebersihan & suhu minyak, SOP penerimaan bahan. (e) Pelatihan kru, modul 2–3 jam (kasir POS, input stok, antisipasi jam ramai). (f) Pengukuran, dashboard KPI (waktu tunggu, error order, COGS, repeat rate). (g) Tahapan implementasi (3 bulan): (1) Bulan 1: pilih POS, set menu & harga, training kasir, aktifkan laporan harian. (2) Bulan 2: pasang KDS + inventory; mulai loyalty sederhana. (3) Bulan 3: integrasi marketplace; mulai konten mingguan & pantau KPI.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa permasalahan inti layanan pelanggan pada UMKM Food Mood berakar pada ketiadaan sistem digital end to end yang mampu mengintegrasikan alur pemesanan, produksi, dan transaksi sehingga memicu antrean, inkonsistensi pencatatan, serta risiko salah saji pada jam sibuk. Penerapan kerangka Ward dan Peppard terbukti efektif untuk memetakan kebutuhan strategis sistem informasi dan teknologi informasi melalui integrasi analisis lingkungan internal dan eksternal seperti Value Chain, SWOT, PEST, dan Porter yang kemudian diturunkan menjadi Critical Success Factors dan Key Performance Indicators yang terukur misalnya waktu tunggu, tingkat kesalahan pesanan, ketersediaan stok, dan pencatatan transaksi. Portofolio aplikasi berbasis McFarlan mengutamakan inisiatif Key Operational yaitu cloud POS terintegrasi QRIS, inventori dan pengadaan ringan, Kitchen Display System, serta akuntansi dasar sebagai fondasi menuju kapabilitas Strategic berupa mini CRM loyalty, integrasi marketplace delivery, dan dasbor penjualan. Peta jalan implementasi tiga bulan yang disusun bersifat operasional dan

berorientasi quick wins sehingga realistis bagi keterbatasan sumber daya UMKM sekaligus meningkatkan kecepatan layanan, akurasi data, dan potensi retensi pelanggan.

Saran

Bedasarkan hasil kesimpulan tersebut penulis menyarankan kepada manajemen untuk mengeksekusi prioritas Key Operational secara bertahap dengan penetapan owner pada tiap inisiatif, standardisasi SOP close day dan rekonsiliasi QRIS, serta pengukuran KPI mingguan untuk memastikan disiplin proses dan tata kelola data; infrastruktur pendukung berupa pencadangan otomatis, kontrol akses berbasis peran, dan pelatihan singkat bagi kasir serta kru dapur perlu dipastikan sejak awal. Skalasi ke kapabilitas Strategic sebaiknya dilakukan setelah KPI stabil selama empat hingga enam minggu mencakup aktivasi mini CRM loyalty, integrasi kanal daring, dan dasbor harian yang dipadukan dengan menu engineering untuk menjaga margin. Mitigasi risiko operasional direkomendasikan melalui pemantauan COGS per menu, penetapan titik pemesanan ulang bahan segar, serta pemasok cadangan lokal, sementara penguatan pemasaran dasar dilakukan secara konsisten melalui katalog digital, bundling hemat, dan evaluasi tingkat keterambilan promosi. Dari sisi akademik, naskah perlu menambah bukti empiris berupa kutipan wawancara, pengukuran waktu antrean pada jam ramai, dan dokumentasi alur kerja, menyusun evaluasi longitudinal dampak implementasi terhadap KPI misalnya uji pra pasca sederhana, melakukan analisis biaya manfaat termasuk payback period, serta menertibkan gaya sitasi dan struktur penulisan sesuai standar yang berlaku agar kontribusi ilmiah dan replikabilitas penelitian meningkat.

DAFTAR REFERENSI

- Arifin. (2020). LANDASAN TEORI: Landasan Teori. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, 2, 275–276.
- Belakang, A. L. (2022). Strength, weakness, opportunity, and threat. 1–20.
- Dwi Selvi. (2024). Strategi pengembangan infrastruktur teknologi informasi di PT Samudra menyelaraskan kapasitas. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 1(1), 13–16.
- Imam Fathul Aziz, & Dicky Pratama. (2025). Perencanaan strategis sistem informasi menggunakan metode Ward and Peppard pada PT. XYZ. *Saturnus: Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(4), 30–41. <https://doi.org/10.61132/saturnus.v3i4.1068>
- Ishak, R. R., & Pratama, D. (2025). Perencanaan strategis SI menggunakan metode Ward & Peppard pada PT Pulau Subur. *MDP Student Conference*, 4(1), 186–197. <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v4i1.11078>
- Jayanto, M. T., & Rahardja, Y. (2024). Perencanaan strategis sistem informasi pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Cilacap menggunakan metode Ward and Peppard. *Sebatik*, 28(1), 58–65. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v28i1.1934>

- Kanggep, K. A. K., Naufal, A., Ratna Juwita Sari, D., Dwicahya Supriatman, R., & Maulani, S. (2024). Perencanaan strategis sistem informasi sekolah musik dengan metode Ward and Peppard dan Anita Cassidy. *Jurnal Sistem Informasi Galuh*, 2(1), 55–62. <https://doi.org/10.25157/jsig.v2i1.3725>
- Karima, Y., Purwanto, E., & Pamekas, B. W. (2024). Perencanaan strategis sistem informasi dengan menggunakan metode Ward and Peppard (studi kasus: Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret). *Informasi Interaktif: Jurnal Informatika Dan Teknologi Informasi*, 9(2), 48–57. <https://doi.org/10.37159/jii.v9i2.78>
- Michael, T., Lanteng, J., & Rudianto, C. (2024). Menggunakan metode Ward and Peppard (studi kasus Kafe Tepi Kota). *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)*, 7(2), 294–304. <https://doi.org/10.37792/jukanti.v7i2.1358>
- Mora, L. (2024). Analisis strategi pada UMKM Samosa menggunakan model strategi Porter's Five Forces. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 1865–1874.
- Nining Ariati, Choiriyah Salsabillah, Berliana Inasti, Fadilah Eka Sari, & Putri Kaneshia Rahmadina. (2025). Perencanaan strategis sistem informasi pada perusahaan kosmetik menggunakan metode Ward and Peppard. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 85–96. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i2.3996>
- No, V., Hal, A., Pada, P., Kristen, S., Triady, S., & Fernandes, J. (2024). Perencanaan strategis SI/TI menggunakan framework Ward and. 6(2), 445–451. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v6i2.1114>
- Noor Fadhillah, A., Dimas Zulfahmi, M., Pratama, R., Yusuf Rahmana, M., & Iba Ricoida, D. (2025). Perencanaan strategis sistem informasi untuk peningkatan layanan pelanggan pada UMKM Seblak Kania. *Remik*, 9(1), 326–334. <https://doi.org/10.33395/remik.v9i1.14471>
- Ray, S., Das, J., Pande, R., & Nithya, A. (2025). Swati Ray 1, Joyati Das 2, Ranjana Pande 3, and A. Nithya 2. 4(2), 195–222. <https://doi.org/10.1201/9781032622408-13>
- Safitri, E. M., Ramdhani, M. A. E., Robawa, R. S. P., & Putra, R. M. P. K. (2025). Perencanaan strategis sistem informasi menggunakan metode Ward and Peppard pada RSUD Husada Prima. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 13(1). <https://doi.org/10.23960/jitet.v13i1.5723>
- Saputra, M., & Pratama, D. (2025). Perencanaan strategis TI menggunakan metode Ward and Peppard pada Dispora Kota Palembang. *MDP Student Conference*, 4(1), 142–150. <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v4i1.11031>
- Siti Muthiah, Hendrik, S. (2019). Plagiarism checker X originality report. *Jurnal Edudikara*, 2(2), 3–5.
- Suci Ramadani, Dilla Amelia Ramadhani, Muhammad Ikrom, & Lokot Muda Harahap. (2025). Peran strategis UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 158–166. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i1.3183>
- Umarbawi, M. I., & Rohman, D. D. (2025). Analisis critical success factor (CSF) supply chain 3 party logistic dan tingkat kematangan manajemen risiko. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 2190–2203. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.5379>
- Ward, M. (2025). 3) 1,2,3. 432–446. <https://doi.org/10.4337/9781800377721.000104>