

Analisis SWOT dan Perencanaan Strategi SI/TI untuk Transformasi Digital pada Bisnis Kuliner Skala Mikro (Studi Kasus : Kedai Kanno x Dimsum WOW)

Ananda Fajar Saputra^{1*}, Johana Sekar Angesti², Lintang Faais Hakim R.G³, Tedy Herlambang⁴, Zefa Widya Permadani⁵

¹Sistem Informasi

Universitas Duta Bangsa Surakarta

^{1*}230101004@mhs.udb.ac.id (penulis korespo

²Sistem Informasi

Universitas Duta Bangsa Surakarta

²230101018@mhs.udb.ac.id

³Sistem Informasi

Universitas Duta Bangsa Surakarta

³230101020@mhs.udb.ac.id

⁴Sistem Informasi

Universitas Duta Bangsa Surakarta

⁴230101037@mhs.udb.ac.id

⁵Sistem Informasi

Universitas Duta Bangsa Surakarta

⁵230101041@mhs.udb.ac.id

Abstrak— Perkembangan teknologi digital mendorong sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk bertransformasi demi mempertahankan keberlangsungan bisnis di tengah kompetisi yang ketat. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan perencanaan strategi Sistem Informasi dan Teknologi Informasi (SI/TI) guna mendukung transformasi digital pada objek studi UMKM kuliner "Kedai Kanno x Dimsum WOW". Meskipun telah memanfaatkan beberapa instrumen digital seperti sistem kasir mandiri, QRIS, media sosial, dan platform online delivery, UMKM ini masih menghadapi kendala utama berupa tingginya persaingan pasar, lokasi fisik yang kurang strategis, pemasaran yang kurang optimal, serta inkonsistensi operasional internal. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menerapkan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk memetakan kondisi internal dan eksternal bisnis. Hasil analisis menunjukkan perlunya integrasi sistem yang lebih solid pada platform web admin yang saat ini telah dimiliki oleh pelaku usaha. Rekomendasi strategi SI/TI yang diusulkan fokus pada pengembangan fitur manajemen stok bahan baku secara real-time dan fitur analisis tren data penjualan untuk membantu pengambilan keputusan yang lebih terukur. Implementasi strategi SI/TI ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi manajemen operasional, memperluas jangkauan pasar, dan mendukung rencana ekspansi pembukaan cabang baru.

Kata kunci— Transformasi Digital, Analisis SWOT, Strategi SI/TI, UMKM Kuliner, Web Admin.

Abstract— The rapid growth of digital technology encourages Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to transform to maintain business sustainability amidst intense competition. This study aims to formulate an Information System and Information Technology (IS/IT) strategic plan to support digital transformation in a culinary MSME, "Kedai Kanno x Dimsum WOW". Despite utilizing several digital tools such as a standalone cashier system, QRIS, social media, and online delivery platforms, the business still faces major obstacles including high market competition, sub-optimal physical location, inadequate marketing, and internal operational inconsistency. The research method applied is descriptive qualitative using SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) to map the internal and external conditions of the enterprise. The analytical results indicate the necessity for a more solid system integration within the existing web admin platform owned by the business. The proposed IS/IT strategic recommendations focus on developing real-time inventory management features and sales trend data analysis to support measurable decision-making. The implementation of this IS/IT strategy is expected to enhance operational efficiency, expand market reach, and support future expansion plans to open new branches.

Keywords— Digital Transformation, SWOT Analysis, IS/IT Strategy, Culinary MSMEs, Web Admin.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi mendorong pelaku usaha mikro untuk menyesuaikan model bisnisnya agar tetap mampu bersaing di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin digital. Pada sektor

kuliner, transformasi digital tidak hanya sebatas penggunaan media promosi secara daring, tetapi juga mencakup pemanfaatan sistem informasi dalam pengelolaan penjualan, pencatatan keuangan, manajemen stok, dan analisis data usaha. Penerapan teknologi informasi tersebut

dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional, kualitas layanan, serta mendukung perkembangan bisnis UMKM.

Kedai Kanno x Dimsum WOW merupakan usaha kuliner skala mikro yang mulai dirintis pada tahun 2025. Pada awalnya, usaha ini hanya beroperasi secara online dengan produk utama Nasi Ayam Katsu. Seiring berkembangnya usaha, pada tahun 2026 pemilik mulai membuka gerai fisik serta menambah variasi menu, seperti Dimsum, Pangsit Chikuro, dan Ayam Gunting. Perkembangan tersebut menunjukkan adanya upaya untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Namun, di sisi lain, perkembangan usaha juga menimbulkan tantangan baru dalam pengelolaan operasional dan pemanfaatan teknologi informasi.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi Kedai Kanno x Dimsum WOW, antara lain persaingan usaha yang cukup tinggi, lokasi gerai yang kurang strategis, serta strategi pemasaran digital yang belum optimal. Selain itu, meskipun usaha ini telah menggunakan sistem kasir digital, pencatatan stok bahan baku, penjualan secara real-time, dan analisis data penjualan masih belum terintegrasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan sistem informasi masih perlu dikembangkan agar mampu mendukung operasional usaha secara lebih efektif.

Penelitian yang dilakukan oleh Safitri *et al.* (2025) pada Café Ungu menunjukkan bahwa penyusunan strategi SI/TI mampu menghasilkan rekomendasi pengembangan sistem informasi yang mendukung operasional bisnis dan meningkatkan daya saing usaha. Temuan tersebut menunjukkan bahwa perencanaan strategi SI/TI memiliki peran penting dalam mendukung transformasi digital pada UMKM kuliner. Saputra *et al.* (2024) juga menjelaskan bahwa perencanaan strategis SI/TI diperlukan agar penerapan sistem informasi dapat selaras dengan kebutuhan organisasi dan mendukung pengambilan keputusan. Namun, penelitian

tersebut menggunakan metode Ward and Peppard sebagai dasar penyusunan strategi SI/TI. Sementara itu, penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal UMKM sebagai dasar dalam merumuskan rekomendasi strategi SI/TI yang disesuaikan dengan kebutuhan Kedai Kanno x Dimsum WOW.

Namun, penelitian-penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Saputra *et al.* (2024), menggunakan metode Ward and Peppard yang cenderung lebih kompleks dan umumnya difokuskan pada organisasi berskala menengah hingga besar. Keterbatasan dari pendekatan tersebut adalah kurang fleksibel dan kurang praktis jika diterapkan langsung pada UMKM kuliner skala mikro yang proses bisnisnya sangat dinamis dan membutuhkan kerangka evaluasi yang lebih efisien.

Berdasarkan celah penelitian (research gap) tersebut, penelitian ini memposisikan diri untuk menyusun perencanaan strategi SI/TI yang secara spesifik dirancang dan disesuaikan dengan kapasitas UMKM skala mikro. Pendekatan yang digunakan adalah analisis SWOT, karena metode ini dinilai lebih relevan dan efektif dalam memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman secara langsung. Melalui analisis SWOT, perumusan strategi pengembangan dan transformasi digital dapat dilakukan secara lebih tepat guna dan langsung menasar pada penyelesaian kendala operasional Kedai Kanno x Dimsum WOW.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal Kedai Kanno x Dimsum WOW menggunakan analisis SWOT, serta menyusun rekomendasi strategi SI/TI yang dapat mendukung transformasi digital pada bisnis kuliner skala mikro. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat daya saing usaha.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus pada UMKM Kedai Kanno x Dimsum WOW. Pendekatan ini dipilih untuk memahami kondisi usaha, penggunaan sistem informasi, serta kebutuhan transformasi digital yang diterapkan pada bisnis kuliner skala mikro. Pendekatan kualitatif sangat relevan digunakan karena kualitas riset sangat bergantung pada pemahaman mendalam dan kelengkapan data lapangan yang berlatar alamiah (natural setting). Selain itu, studi kualitatif khusus pada UMKM kuliner terbukti sangat efektif untuk memetakan hambatan sekaligus peluang adopsi teknologi digital secara lebih komprehensif. Pengumpulan data dalam penelitian ini hanya dilakukan melalui observasi dan wawancara terhadap pelaku usaha. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung proses operasional usaha.

Wawancara dilakukan kepada pemilik UMKM untuk memperoleh informasi mengenai profil usaha, proses bisnis, pemanfaatan teknologi, kendala yang dihadapi, strategi promosi, pengelolaan stok, serta rencana pengembangan sistem informasi. Melalui pendekatan pengumpulan data tersebut, peneliti dapat memperoleh orientasi empiris yang teruji serta mengeksplorasi langkah strategis digitalisasi yang tepat sasaran bagi UMKM sektor makanan.

Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu memilih narasumber yang dianggap paling memahami kondisi dan proses bisnis yang sedang berjalan. Jumlah informan dalam penelitian ini adalah 1 (satu) orang, yakni pemilik UMKM Kedai Kanno x Dimsum WOW, Yaitu Fikri Ihsanudin. Pemilihan informan tunggal ini didasarkan pada kapasitas pemilik sebagai pemegang keputusan utama sekaligus pengelola operasional harian. Proses wawancara dilakukan secara mendalam selama kurang lebih 30 menit dengan menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur agar diskusi tetap terarah namun fleksibel. Selanjutnya, untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan

teknik validasi member check dengan cara mengkonfirmasi kembali transkrip dan interpretasi hasil wawancara kepada pemilik UMKM, serta dipadukan dengan triangulasi teknik (membandingkan data wawancara dengan hasil observasi lapangan).

Tahapan penelitian dimulai dengan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi UMKM, kemudian dilanjutkan dengan studi literatur mengenai transformasi digital, analisis SWOT, serta perencanaan strategi SI/TI. Setelah itu dilakukan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara terhadap pelaku usaha. Data yang telah diperoleh dianalisis menggunakan metode SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi perkembangan usaha. Analisis SWOT dalam perencanaan sistem informasi UMKM berperan krusial dalam mengevaluasi posisi strategis secara jujur guna merumuskan langkah koreksi dan inovasi yang terarah.

Hasil analisis SWOT tersebut kemudian dievaluasi lebih lanjut untuk memetakan kebutuhan sistem bisnis secara akurat. Evaluasi ini menjadi landasan utama bagi peneliti dalam menyusun rekomendasi strategi Sistem Informasi dan Teknologi Informasi (SI/TI). Rekomendasi yang diusulkan dirancang agar bersifat komprehensif, terintegrasi, dan solutif untuk menutupi kelemahan operasional internal UMKM. Selain itu, implementasi strategi tersebut juga dipersiapkan sebagai langkah antisipatif untuk menghadapi ancaman kompetitor, yang pada akhirnya bermuara pada peningkatan daya saing bisnis.

3.2 Analisis SWOT

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, proses operasional Kedai Kanno x Dimsum WOW dimulai dari pengadaan bahan baku hingga proses penjualan kepada konsumen. Pengadaan bahan baku dilakukan dengan memanfaatkan pemasok lokal untuk menjaga kualitas dan kesegaran produk. Bahan pelengkap dibeli di toko sayur sekitar, sedangkan bahan baku utama berupa daging ayam diperoleh dari

pedagang ayam potong yang telah menjadi pemasok tetap. Penjualan dilakukan melalui dua saluran, yaitu secara langsung di gerai fisik dan secara online melalui platform layanan pesan antar, sehingga usaha dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

Dalam kegiatan operasionalnya, Kedai Kanno x Dimsum WOW telah menggunakan sistem pencatatan keuangan digital bernama Kasir Kanno. Sistem ini digunakan untuk mencatat transaksi penjualan, modal awal, serta arus kas masuk dan arus kas keluar. Selain itu, usaha juga telah memanfaatkan berbagai teknologi, seperti pembayaran non-tunai menggunakan QRIS, media sosial sebagai sarana promosi, serta aplikasi pembukuan yang terintegrasi dengan sistem kasir. Penerapan berbagai teknologi tersebut menunjukkan bahwa usaha telah mulai menerapkan transformasi digital dalam kegiatan operasionalnya. Kondisi ini sejalan dengan penelitian Shulhan Abdul G. *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa transformasi digital dapat mendukung pengembangan UMKM melalui pemanfaatan teknologi informasi dan penyusunan strategi bisnis yang lebih terarah.

Meskipun telah memanfaatkan berbagai teknologi, hasil wawancara menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Kendala

tersebut meliputi tingginya tingkat persaingan di bidang kuliner, strategi pemasaran digital yang belum optimal, lokasi gerai yang dinilai kurang strategis, serta kurangnya konsistensi dalam menjalankan operasional usaha. Oleh karena itu, aspek yang perlu ditingkatkan meliputi efektivitas pemasaran digital, pemilihan lokasi usaha yang lebih strategis, serta peningkatan manajemen waktu agar kegiatan operasional dapat berjalan secara lebih konsisten.

Dalam kegiatan pemasaran, pemilik usaha memanfaatkan media sosial melalui unggahan harian pada WhatsApp serta bekerja sama dengan platform layanan pesan antar, seperti *GoFood*, *ShopeeFood*, dan *GrabFood*, untuk memperluas jangkauan konsumen. Sementara itu, pengelolaan stok bahan baku telah

dilakukan dengan baik. Bahan baku yang tidak habis digunakan pada hari yang sama disimpan di dalam freezer agar kualitasnya tetap terjaga dan dapat digunakan kembali pada hari berikutnya.

Berdasarkan hasil wawancara, pemilik usaha juga menyampaikan ketertarikannya untuk mengembangkan sistem informasi yang lebih terintegrasi. Sistem tersebut diharapkan mampu menghubungkan data stok bahan baku dengan data penjualan secara real-time, serta menyediakan fitur analisis penjualan untuk mengetahui produk yang paling banyak diminati oleh konsumen. Pengembangan sistem informasi tersebut diharapkan dapat mendukung rencana pengembangan usaha, yaitu membuka cabang baru di lokasi yang lebih strategis serta meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan teknologi informasi. Pendapat tersebut didukung oleh Rahmawati *et al.* (2025) yang menyatakan bahwa penerapan teknologi digital dan sistem e-business dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan mendukung pertumbuhan usaha.

Tabel 1. Analisis SWOT

Strength	Weakness
Menggunakan Kasir Kanno	Pemasaran digital belum optimal
Pembayaran QRIS	Lokasi kurang strategis
Penjualan Online & Offline	Belum ada integrasi stok
Opportunity	Threat
Penggunaan marketplace meningkat	Banyak kompetitor dengan produk sejenis
Perkembangan media sosial	Perubahan tren dan preferensi konsumen

Seluruh metrik pada Tabel 1 diperoleh melalui proses ekstraksi data dari wawancara mendalam dengan pemilik usaha serta observasi langsung terhadap alur kerja operasional Kedai

Kanno x Dimsum WOW. Faktor kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness) diidentifikasi dari evaluasi kondisi internal UMKM, khususnya terkait infrastruktur digital yang sudah ada dan tata kelola operasional harian. Sementara itu, faktor peluang (Opportunity) dan ancaman (Threat) dipetakan berdasarkan analisis lingkungan eksternal, termasuk tren pasar kuliner digital saat ini dan pergerakan kompetitor di sekitar lokasi fisik. Berdasarkan pemetaan tersebut, terlihat bahwa meskipun Kedai Kanno memiliki modal awal yang kuat dalam adopsi pembayaran dan kasir digital, kelemahan pada integrasi sistem stok dan pemasaran menjadi celah yang harus segera diatasi untuk memaksimalkan peluang pasar.

3.3 Rekomendasi Strategis SI/TI

Menurut Aryanto *et al.* (2023), perencanaan strategi SI/TI disusun agar penerapan sistem informasi dapat mendukung kebutuhan bisnis serta meningkatkan efektivitas operasional usaha. Sejalan dengan hal tersebut, hasil analisis SWOT pada Kedai Kanno x Dimsum WOW menghasilkan beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk mendukung transformasi digital. Strategi tersebut disusun berdasarkan faktor kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity), dan ancaman (Threat) yang dimiliki usaha. Selanjutnya, hasil analisis tersebut digunakan sebagai dasar dalam menyusun rekomendasi SI/TI yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi usaha.

Tabel 2. Matriks SWOT

Kombinasi	Strategi
SO (Strength-Opportunity)	Memanfaatkan sistem kasir digital, QRIS, dan platform online untuk meningkatkan promosi serta memperluas jangkauan konsumen.

WO (Weakness-Opportunity)	Mengembangkan sistem informasi yang menghubungkan data stok dengan data penjualan serta mengoptimalkan pemasaran melalui media sosial
ST (Strength-Threat)	Memanfaatkan data penjualan dari sistem kasir untuk menentukan strategi promosi dan meningkatkan kualitas pelayanan agar mampu bersaing dengan kompetitor.
WT (Weakness-Threat)	Meningkatkan efisiensi operasional melalui pengelolaan stok yang lebih baik, konsistensi operasional, serta evaluasi pemasaran secara berkala.

Implementasi dari matriks SWOT di atas tidak sekadar memadukan faktor internal dan eksternal, melainkan harus sejalan dengan kerangka transformasi digital UMKM. Strategi SO yang berfokus pada maksimalisasi sistem kasir digital dan platform online sangat relevan dengan temuan Ardynasari dan Darmawan (2023), yang menegaskan bahwa digitalisasi pemasaran secara konsisten terbukti mampu memperluas jangkauan audiens secara signifikan. Di sisi lain, rumusan strategi WO yang menitikberatkan pada pengembangan integrasi sistem informasi (stok dan penjualan) merupakan respons langsung terhadap masalah inkonsistensi operasional internal. Hal ini didukung oleh penelitian Safitri *et al.* (2025) yang menyatakan bahwa penyusunan strategi SI/TI yang tepat

sasaran mampu menutup celah inefisiensi dan memperkuat landasan operasional bisnis.

Selanjutnya, untuk strategi ST dan WT, UMKM diarahkan untuk mengoptimalkan analitik data transaksi historis dari aplikasi kasir guna membaca preferensi konsumen dan menekan pemborosan bahan baku. Sebagaimana dikemukakan oleh Komalasari et al. (2025), kapabilitas teknologi informasi dan tata kelola data yang adaptif merupakan determinan utama bagi UMKM kuliner skala mikro untuk dapat bertahan dari gempuran kompetitor dan perubahan tren pasar.

Tabel 3. Rekomendasi SI/TI

Permasalahan	Rekomendasi SI/TI	Manfaat
Data stok belum terintegrasi	Sistem manajemen stok terintegrasi	Memudahkan pemantauan stok secara real-time
Belum mengetahui menu terlaris	Dashboard analisis penjualan	Membantu menentukan produk yang paling diminati
Promosi masih sederhana	Sistem pengelolaan media sosial atau kalender konten	Meningkatkan efektivitas promosi
Laporan penjualan masih terbatas	Dashboard laporan penjualan otomatis	Mempermudah pengambilan keputusan
Penjualan offline dan online belum terintegrasi	Integrasi data penjualan dari seluruh kanal	Mengurangi kesalahan pencatatan dan meningkatkan efisiensi operasional

Rekomendasi SI/TI difokuskan pada pengembangan sistem yang mengintegrasikan pengelolaan stok, pencatatan penjualan, dan penyusunan laporan secara otomatis. Selain itu, fitur analisis penjualan diharapkan dapat membantu pemilik usaha dalam mengetahui tren penjualan sehingga strategi pemasaran dapat disusun dengan lebih tepat. Agar hasil penelitian ini lebih sistematis dan mudah diterapkan oleh pihak UMKM, peneliti menyusun roadmap (peta

jalan) implementasi yang dibagi menjadi tiga fase utama, sebagaimana disajikan pada Tabel 4.

Tabel 3. Roadmap Implementasi SI/TI

Target dan Waktu	Rencana Tindakan & Output
Jangka pendek (1-3 Bulan)	Optimalisasi Teknologi Saat Ini: Memaksimalkan fitur pada Kasir Kanno dan membuat kalender konten media sosial rutin guna mendisiplinkan pencatatan transaksi serta promosi harian.
Jangka Menengah (4-6 Bulan)	Integrasi Stok dan Penjualan: Mengembangkan atau mengadopsi sistem manajemen stok digital yang terhubung secara real-time dengan data penjualan di kasir
Jangka Panjang (7-12 Bulan)	Analitik & Integrasi Kanal: Menerapkan dashboard analisis tingkat lanjut untuk memantau tren menu terlaris dan mengintegrasikan seluruh saluran penjualan (offline & online) guna persiapan ekspansi cabang.

III. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Kedai Kanno x Dimsum WOW telah memanfaatkan berbagai teknologi digital, seperti sistem kasir, QRIS, media sosial, dan platform layanan pesan

antar untuk mendukung kegiatan usahanya. Namun, masih terdapat beberapa kendala, seperti pemasaran digital yang belum optimal, lokasi usaha yang kurang strategis, serta belum terintegrasinya data stok dan penjualan.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, diperoleh beberapa rekomendasi strategi SI/TI, yaitu pengembangan sistem manajemen stok terintegrasi, dashboard analisis penjualan, sistem pengelolaan media sosial, dashboard laporan penjualan otomatis, serta integrasi data penjualan dari seluruh kanal. Rekomendasi tersebut diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional, mendukung pengambilan keputusan, dan memperkuat daya saing usaha dalam proses transformasi digital.

Meskipun telah memberikan usulan strategis, penelitian ini memiliki keterbatasan, yakni hanya berfokus pada satu objek studi kasus UMKM dengan skala mikro dan menggunakan batasan metode kualitatif deskriptif. Hal ini menyebabkan hasil rumusan strategi mungkin membutuhkan penyesuaian jika diterapkan pada jenis bisnis kuliner berskala lebih besar. Oleh karena itu, arah penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan jumlah objek studi pada beberapa UMKM sejenis. Selain itu, disarankan pula adanya penelitian lanjutan yang berfokus pada tahap realisasi implementasi (pengembangan *software* secara riil) serta pengujian secara kuantitatif untuk mengukur seberapa besar dampak finansial dan efisiensi waktu pasca-penerapan perancangan SI/TI tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan bantuan selama proses penelitian ini. Terima kasih juga disampaikan kepada pemilik UMKM Kedai Kanno x Dimsum WOW yang telah bersedia menjadi objek penelitian dan memberikan informasi yang diperlukan. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan

ilmu pengetahuan dan praktik transformasi digital pada UMKM.

REFERENSI

- [1] E. Komalasari, N. Nurmasari, R. Al Munaya, and R. G. Melati, "Transformasi digital UMKM: Kapabilitas teknologi informasi komunikasi dan kapabilitas keuangan digital dalam meningkatkan kinerja bisnis pada usaha kuliner Kota Pekanbaru," *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 9, no. 2, pp. 380–393, 2025, doi: 10.24912/jmbk.v9i2.33904. <https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/33904>
- [2] A. G. Shulhan, F. N. Salisah, Megawati, and Zarnelly, "Analisis penerapan transformasi digital pada UMKM Pabrik Tempe Cap Angsa menggunakan metode SWOT," *ZONAsi: Jurnal Sistem Informasi*, vol. 6, no. 2, pp. 462–476, Jun. 2024, doi: 10.31849/zn.v6i2.20336. <https://journal.unilak.ac.id/index.php/zn/article/view/20336/6404>
- [3] A. D. Safitri, S. A. Ramadhani, S. Fathaturrahma, A. Yuniar, W. Mustofiyah, and I. Setiawan, "Perencanaan Strategi SI/TI Menggunakan Metode Ward and Peppard (Studi Kasus Cafe Ungu)," *Saturnus: Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, vol. 3, no. 1, pp. 79–93, Jan. 2025, doi: 10.61132/saturnus.v3i1.654. <https://journal.artei.or.id/index.php/Saturnus/article/view/654/910>
- [4] E. Arribe Aryanto, E. Arribe, and T. M. Z. Aprilizar, "Perencanaan Strategis SI/TI Menggunakan Analisis Ward and Peppard pada Toko Trubus Pekanbaru," *Jurnal CoSciTech (Computer Science and Information Technology)*, vol. 4, no. 3, 2023. <https://ejurnal.umri.ac.id/index.php/coscitech/article/view/4640>
- [5] N. I. Yusman, M. Furqon, and M. R. Wiryawan, "Perencanaan Strategis SI/TI Menggunakan Metode Ward and Peppard di PT. Niasa," *Jurnal Accounting Information System (AIMS)*, vol. 7, no. 1, pp. 17–24, 2024, doi: 10.32627/aims.v7i1.933. <https://www.jurnal.masoemiversity.ac.id/index.php/aims/article/view/933/623>
- [6] A. Saputra, D. Kurniawan, and R. Prasetyo, "Perencanaan Strategis Sistem Informasi untuk Mendukung Keputusan Organisasi dengan Ward and Peppard," *Jurnal INTERNAL*, vol. 2, no. 2, pp. 82–91, 2024. <https://jurnal.masoemiversity.ac.id/index.php/internal/article/view/833>
- [7] F. Rahmawati, V. D. R. Sihombing, F. Fauziah, T. Astuti, and F. Redjeki, "Implementasi E-Business dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan UMKM," *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, vol. 1, no. 2, 2025. <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS/article/view/402>
- [8] N. Lestari *et al.*, "Metode Pengumpulan Data Kualitatif," *Open Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Al Bukhary*, 2024. <https://ejurnal.stita.ac.id/index.php/QLA/article/download/427/379>
- [9] R. Sagala and D. Öri, "Sistem Hambatan Berlapis Digitalisasi UMKM Kuliner: Studi Kualitatif Berbasis Kerangka TOE," *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, vol. 21, no. 3, pp. 154–165, 2024. <https://ojs2.pnb.ac.id/index.php/IBK/article/download/2796/1248/24456>
- [10] D. Ardynasari and A. Darmawan, "Digitalisasi Pemasaran pada UMKM Rumah Makan: Menjangkau Audiens Lebih Luas," *Jurnal Pemasaran Digital Indonesia*, vol. 4, no. 2, pp. 110–123, 2023. <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/download/1236/1233/4510>
- [11] Saroh *et al.*, "Analisis SWOT Pada UMKM Tahu Sumedang Kandias Cigombong Kabupaten Bogor," *SENAPENTRA*, vol. 1, pp. 119–134, 2025. <https://ejournal.uigm.ac.id/index.php/PDP/article/view/3345>
- [12] F. N. Afifah, F. N. Afiana, and G. Setyaningsih, "Perencanaan Strategi Sistem Informasi untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional pada UMKM Twins Laundry Menggunakan Metode Ward dan Peppard," *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Indonesia (JPTI)*, vol. 5, no. 11, pp. 3357–3367, Nov. 2025, doi: 10.52436/1.jpti.1160. <https://jpti.journals.id/index.php/jpti/article/download/1160/720/7601>