

Analisis Kebutuhan Dan Kesiapan Implementasi Teknologi Informasi Pada Unit Usaha Koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah

Analysis of the Readiness of Information Technology for Koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah Business

Yusril Izzi Arlisa Amiri*¹, Nanda Kurnia Wardati²

^{1,2} Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jember

Email: ¹yusril.amiri@unmuhjember.ac.id, ²nandakurniawardati@unmuhjember.ac.id

*Penulis Koresponden

Received: 02 Desember 2024

Accepted: 19 Januari 2025

Published: 25 Februari 2025



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).
Copyright (c) 2025 JUSTINDO

ABSTRAK

Penggunaan teknologi informasi memiliki tujuan untuk mempermudah penggunaanya dalam menyelesaikan masalah, mendorong kreativitas, dan meningkatkan efisiensi dalam berbagai aktivitas. Desain teknologi informasi perlu disesuaikan dengan kebutuhan informasi organisasi, dengan mempertimbangkan semua aspek terkait dan menyediakan infrastruktur teknologi informasi yang diperlukan. Oleh karena itu, perlu adanya analisis kebutuhan implementasi teknologi informasi agar sesuai dengan tujuan dan proses bisnis organisasi. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis kebutuhan dan kesiapan implementasi teknologi informasi di Toko As-Sakinah 'Aisyiyah. Pendekatan metode kualitatif digunakan dalam penelitian ini dengan menerapkan studi kasus untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam terhadap informan penelitian. Data yang telah dikumpulkan selanjutnya diolah menggunakan analisis deskriptif, yaitu melalui analisis pendekatan konseptual, analisis frekuensi kebutuhan dan analisis nilai kepentingan kebutuhan. Hasil akhir penelitian ini menunjukkan kebutuhan SI/TI yang termasuk dalam kategori *generic critical*, yaitu *E-Catalogue*, Media Sosial (WhatsApp, Instagram, Tiktok), dan *E-Commerce*. Toko As-Sakinah 'Aisyiyah memenuhi 3 elemen *IT readiness*, sehingga *E-Catalogue* yang menjadi pilihan utama dalam implementasi TI dapat diterapkan.

Kata kunci: *implementasi TI, kesiapan TI, kebutuhan TI, koperasi, proses bisnis*

ABSTRACT

The use of information technology aims to make it easier for users to solve problems, encourage creativity, and increase efficiency in various activities. Information technology design needs to be adjusted to the information needs of the organization, by considering all related aspects and providing the necessary information technology infrastructure. Therefore, there needs to be an analysis of the implementation of information technology to suit the goals and business processes of the organization. This study aims to analyze the needs and readiness of information technology implementation at the As-Sakinah 'Aisyiyah Store. A qualitative method approach is used in this study by applying a case study to answer the problem formulation in the study. Data collection was carried out by in-depth interviews with research informants. The data that has been collected is then processed using descriptive analysis, namely through conceptual approach analysis, frequency analysis of needs and analysis of the importance of needs. The final results of this study show the needs of IS/IT which are included in the generic critical category, namely E-Catalogue, Social Media (WhatsApp, Instagram, Tiktok), and E-Commerce. The As-Sakinah 'Aisyiyah Store meets 3 elements of IT readiness, so that the E-Catalogue which is the main choice in IT implementation can be implemented.

Keywords: *IT implementation, IT readiness, IT needs, cooperatives, business process*

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi mendorong munculnya gaya hidup baru yang dikenal sebagai *e-life*, yang berarti kehidupan ini telah dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan secara elektronik. Saat ini, banyak istilah yang diawali dengan huruf “e” seperti *e-education*, *e-journal*, *e-laboratory*, *e-commerce*, *e-government*, *e-library*, *e-medicine*, *e-biodiversity*, dan lain sebagainya yang berbasis elektronik (Arijita, 2020). Pada saat ini, teknologi berperan penting dalam mengelola suatu bisnis sehingga perlu untuk menyelaraskan antara teknologi dan bisnis (Damayanti, 2020).

Dalam membangun penerapan dari sistem informasi, maka diperlukan suatu arsitektur untuk menyelaraskan dan mengintegrasikan proses bisnis (Laila dkk., 2022). Arsitektur teknologi informasi perlu disesuaikan dengan kebutuhan informasi organisasi, dengan memperhitungkan semua faktor terkait, serta menyediakan infrastruktur teknologi informasi yang diperlukan. Hal ini membutuhkan informasi dalam mendesain arsitektur teknologi informasi, yaitu kebutuhan organisasi terhadap informasi, termasuk tujuan dan masalah yang dihadapi, serta kontribusi teknologi informasi terhadap organisasi. Struktur teknologi informasi mencakup layanan dan komponen teknologi informasi, fasilitas fisik, serta manajemen teknologi yang mendukung keseluruhan organisasi (Kusmayadi, 2022).

Penerapan teknologi informasi dalam sebuah organisasi dilakukan sesuai dengan tujuan organisasi tersebut. Sebagai contoh, dalam bidang akuntansi, organisasi yang mengelola keuangan tanpa bantuan sistem yang andal akan kesulitan memantau pasar finansial, mendukung pengambilan keputusan finansial, menyediakan analisis kuantitatif, dan mendukung fungsi-fungsi finansial lainnya. Selain itu, dalam bidang pemasaran, perusahaan dapat menjangkau berbagai lapisan konsumen di wilayah yang sangat luas. Hubungan antara konsumen dan produsen dapat ditingkatkan dalam proses rantai produksi berkat dukungan informasi berbasis komputer yang sesuai (Kusmayadi, 2022). Oleh karena itu, perlu adanya analisis kebutuhan implementasi teknologi informasi agar sesuai dengan proses bisnis dan tujuan organisasi.

Menurut ER (2018), hal yang perlu dilakukan terlebih dahulu sebelum melakukan tahapan analisis kebutuhan SI/TI terhadap organisasi adalah melakukan kajian pustaka terkait *Business Process Management* (BPM) organisasi, yaitu mendapatkan arsitektur proses bisnis. Langkah ini dilakukan untuk memahami kondisi dan situasi serta menganalisis sumber daya organisasi serta proses bisnis yang diterapkan. Setelah mendapatkan arsitektur proses bisnis organisasi, maka tahap selanjutnya adalah melakukan analisis kebutuhan teknologi informasi berdasarkan tiga tahapan analisis. Tahapan analisis tersebut yaitu 1) melakukan observasi jenis kebutuhan SI/TI dengan *benchmarking* terhadap solusi TI, 2) proses penilaian prioritas dari kebutuhan SI/TI yang sudah teridentifikasi sebagai penunjang proses bisnis organisasi, serta 3) memetakan kebutuhan SI/TI ke dalam kebutuhan umum dan kebutuhan spesifik terhadap organisasi.

Berdasarkan setiap area BPM yang diterapkan di perusahaan, dukungan sistem informasi berada pada level rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan belum mengimplementasikan SI untuk tujuan spesifik seperti CRM, SCM, dan lain-lain. Oleh karena itu, pengukuran aspek TI difokuskan pada tingkat kesiapan TI. Menurut Dyerson (2013), terdapat tiga elemen kesiapan implementasi teknologi informasi (*IT readiness*), yaitu visi strategis, kemampuan manajemen proses, dan penerapan infrastruktur TI (Rosianti dkk., 2017). Kesiapan untuk menerapkan teknologi informasi juga disebut dengan istilah *E-Readiness*, yaitu kemampuan suatu departemen, organisasi, atau kelompok kerja untuk berhasil mengadopsi, menggunakan, dan mendapatkan manfaat dari teknologi informasi dan komunikasi (Habiburrahman, 2017). Berdasarkan hal ini, dapat disimpulkan bahwa implementasi teknologi informasi dalam organisasi tidak hanya terkait dengan tujuan proses bisnis, tetapi juga dengan kesiapan organisasi tersebut untuk menerapkan teknologi informasi.

Jenis koperasi menurut UU No 25 Tahun 1992 terdiri dari koperasi simpan pinjam, koperasi konsumen, koperasi produsen, koperasi pemasaran, dan koperasi jasa. Koperasi konsumen merupakan koperasi yang melaksanakan kegiatan bagi anggota dalam rangka penyediaan barang/jasa yang dibutuhkan oleh anggota. Biasanya, salah satu bentuk usaha dari koperasi konsumen adalah dengan mengembangkan suatu toko. Penelitian ini berfokus pada analisis

kebutuhan dan kesiapan implementasi teknologi informasi di Koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah. Salah satu unit usaha Koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah adalah Toko As-Sakinah 'Aisyiyah.

Identifikasi arsitektur proses bisnis yang dijalankan oleh Toko As-Sakinah 'Aisyiyah diantaranya yaitu stok produk, pemasaran produk dan penjualan produk. Stok produk yang dilakukan oleh Toko As-Sakinah 'Aisyiyah dijalankan sesuai dengan kebutuhan pelanggan/anggota serta produk yang berasal dari Bina Usaha Keluarga 'Aisyiyah (BUEKA). Selanjutnya, produk-produk tersebut dipasarkan dan dijual secara *offline (store)* dan *online* (melalui telepon ataupun *whatsapp*). Selama ini, pemasaran produk-produk dari Toko As-Sakinah 'Aisyiyah belum meluas meskipun sudah menggunakan dua tipe pemasaran. Target pasar utama dari toko tersebut adalah masyarakat muhammadiyah. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa semua kalangan masyarakat dapat menjadi pelanggan toko tersebut, sehingga target pasar juga semakin meluas.

Penelitian ini menjadi penting karena setiap UMKM ataupun perusahaan besar memiliki pemetaan proses bisnis yang berbeda, serta perbedaan kemampuan dalam sisi manajemen dan teknologinya. Selama ini, pemasaran yang dilakukan oleh Toko As-Sakinah 'Aisyiyah masih mengandalkan komunikasi kepada pelanggan melalui telepon ataupun WhatsApp. Oleh karena itu, Toko As-Sakinah 'Aisyiyah perlu untuk melakukan perubahan dan menyesuaikan model layanan kepada pelanggan dengan berbasis digital atau bisa disebut dengan *digital marketing*. *Digital marketing* merupakan salah satu strategi pemasaran dalam proses bisnis yang memanfaatkan kemajuan teknologi digital untuk memasarkan produk dan jasa ke pemasaran *online* (Yuliandhari dkk., 2023). Era digital telah mengubah tren sosial, yang secara langsung mempengaruhi perilaku konsumen. Sifat kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus berubah mengharuskan pelaku bisnis untuk beradaptasi dan bertransformasi secara strategis guna memuaskan konsumen (Pramadyanto, 2022). Salah satu upaya dalam mengembangkan bisnis pada unit usaha Koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah adalah dengan melakukan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan jumlah pelanggan (Rusdi, 2019). Sehingga perlu dilakukan analisis terhadap kebutuhan implementasi teknologi informasi di Toko As-Sakinah 'Aisyiyah, serta kesiapan untuk menerapkan teknologi informasi agar dapat merasakan manfaatnya dan sesuai dengan tujuan proses bisnis yang dilakukan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menjawab rumusan masalah. Penelitian dilakukan dengan tiga metode pengumpulan data, yaitu wawancara, kajian dokumen dan observasi. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dilakukan kepada informan penelitian. Teknik ini menggunakan wawancara semi terstruktur dan mendalam berupa daftar pertanyaan terbuka yang diajukan kepada 2 informan penelitian, yang dalam hal ini adalah pengelola dan petugas di Toko As-Sakinah 'Aisyiyah. Tujuannya adalah untuk menggali lebih mendalam mengenai informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Informan tersebut dipilih karena merupakan orang yang paling memahami kondisi toko yang sedang berjalan. Teknik pengumpulan data dengan observasi dilakukan dengan pengamatan atau memperhatikan peristiwa yang terjadi di lapangan melalui kelima indra peneliti. Teknik kajian dokumen lebih kepada mempelajari buku laporan UMKM.

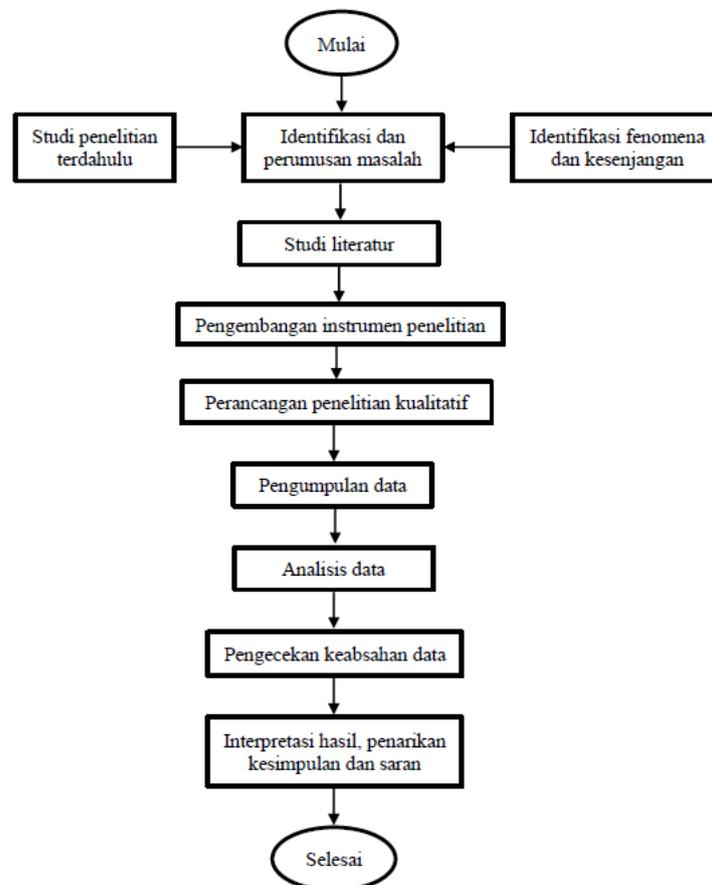
Pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara analisis deskriptif dari data yang didapatkan dengan metode penelitian kualitatif. Analisis konseptual dilakukan untuk memahami struktur organisasi, proses bisnis, jenis produk, dan infrastruktur atau penggunaan SI/TI di UMKM. Tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana aktivitas proses bisnis berjalan, serta kondisi dan penggunaan SI/TI yang ada saat ini. Selanjutnya, dilakukan analisis penilaian tipe kebutuhan SI/TI. Proses penilaian prioritas kebutuhan ini menggunakan matriks prioritas, dengan pendekatan berdasarkan tingkat kepentingan. Selanjutnya, analisis frekuensi kebutuhan dan analisis nilai kepentingan kebutuhan dilakukan untuk melakukan pemetaan kebutuhan SI/TI ke dalam kebutuhan umum dan kebutuhan spesifik. Analisis terakhir dilakukan terkait dengan kesiapan implementasi SI/TI di UMKM, serta tipe SI/TI yang cocok untuk mendukung proses bisnis UMKM. Analisis ini dilakukan dengan kajian terhadap hasil analisis keseluruhan pada penelitian ini. Keseluruhan tahapan analisis ini dilakukan dengan menampilkan pertanyaan penting dari wawancara yang dilakukan, kemudian mendeskripsikan dan menganalisis konsep atau teori yang berkaitan dengan hasil pengumpulan data penelitian.

3. Tahapan Penelitian

Menurut ER (2018), analisis kebutuhan SI/TI dapat dilakukan setelah mendapatkan arsitektur proses bisnis. Memodelkan arsitektur proses bisnis merupakan proses penjabaran lebih detail dari proses bisnis yang dilakukan berdasarkan hasil wawancara dan *framework* PCF. Adapun tahapan yang dilakukan dalam analisis kebutuhan SI/TI antara lain:

- a) Melakukan observasi jenis kebutuhan SI/TI dimana peneliti akan melakukan *benchmarking* terhadap solusi IT atau kebutuhan SI/TI yang ada dan memungkinkan untuk diimplementasikan pada sebuah perusahaan. Hal ini dilakukan untuk memberikan *benchmarking* terhadap implementasi solusi IT dan sebagai dasar dalam proses penggalian kebutuhan IT yang sesuai dengan proses bisnis perusahaan. Selain itu, dilakukan analisis kondisi terkini dari penggunaan SI/TI dan ketersediaan infrastruktur TI untuk mendukung proses bisnis.
- b) Melakukan proses penilaian prioritas dari kebutuhan SI/TI yang sudah teridentifikasi sebagai penunjang proses bisnis perusahaan. Proses penilaian prioritas kebutuhan ini menggunakan *prioritization matrix* di mana prioritasasi kebutuhan yang dilakukan menggunakan pendekatan kepentingan (*importance*).
- c) Memetakan kebutuhan SI/TI ke dalam kebutuhan umum dan kebutuhan spesifik yang dikelompokkan ke dalam dua analisis. Analisis yang pertama adalah dengan memperhatikan frekuensi kebutuhan yang muncul pada perusahaan. Analisis yang kedua adalah dengan menghitung nilai kepentingan dari masing-masing kebutuhan yang ada.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian terkait analisis kebutuhan SI/TI dilakukan pada UMKM, sedangkan penelitian ini dilakukan pada koperasi yang berbasis UMKM yang juga memiliki pemetaan proses bisnis. Sehingga tahapan penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Berdasarkan Gambar 1 tersebut, tahapan penelitian dimulai dari identifikasi dan perumusan masalah hingga interpretasi hasil, penarikan kesimpulan dan saran penelitian selanjutnya. Identifikasi dan perumusan masalah dapat diperoleh dari fenomena yang terjadi di masyarakat atau lingkungan sekitar, serta dapat diperoleh dari studi penelitian terdahulu untuk memperkuat argumen atau hipotesis penelitian dan menganalisis kesenjangan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan. Setelah dilakukan proses pengumpulan dan analisis data sesuai

dengan yang dijelaskan sebelumnya, maka dilakukan pengecekan keabsahan data. Hal ini dilakukan dengan teknik triangulasi sumber, triangulasi metode, dan triangulasi peneliti. Tahapan terakhir dari penelitian ini adalah interpretasi hasil dan penarikan kesimpulan yang dilakukan dengan mengolah, menganalisis, dan memberikan makna terhadap data penelitian yang telah diperoleh, kemudian menyusun kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

4. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis kebutuhan SI/TI pada Toko As-Sakinah ‘Aisyiyah, serta kesiapan implementasinya. Menurut Pradana (2017) dan Annisa (2022), Analisis kebutuhan SI/TI dilakukan dengan meninjau kondisi penggunaan SI/TI saat ini dan ketersediaan infrastruktur TI yang mendukung proses bisnis suatu toko, melakukan proses penilaian prioritas dari kebutuhan SI/TI, serta melakukan pemetaan kebutuhan SI/TI ke dalam kebutuhan umum dan kebutuhan spesifik (ER, 2018). Sedangkan analisis kesiapan implementasi SI/TI dilakukan dengan kajian terhadap hasil analisis keseluruhan pada penelitian ini (Siswoyo, 2017).

Proses bisnis yang diterapkan oleh toko saat ini digambarkan terkait dengan stok produk, pemasaran produk, dan penjualan produk. Stok produk yang dilakukan oleh toko terdapat tiga cara, yaitu melihat dari sudut pandang kebutuhan pelanggan, stok produk dari Bina Usaha Keluarga ‘Aisyiyah (BUEKA), serta stok produk dari *supplier*. Sedangkan untuk proses pemasaran dan penjualan produk yang dilakukan toko terdapat dua cara, yaitu secara *offline (store)* dan online (melalui telepon ataupun WhatsApp). Tipe kasus dilihat berdasarkan jenis produk yang dijual dan layanan penjualan produk. Sedangkan fungsi bisnis menguraikan secara lebih detail sub fungsi dalam organisasi. Infrastruktur TI yang tersedia di Toko As-Sakinah ‘Aisyiyah untuk mendukung proses bisnis terdapat *Personal Computer (PC), printer, handphone, wifi, Microsoft Office*, dan Aplikasi Kasir. Sedangkan kebutuhan SI/TI yang telah diidentifikasi pada toko terdapat tujuh jenis kebutuhan yang dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Penilaian Prioritas Kebutuhan SI/TI

1. Sistem Informasi Persediaan Barang				
Matriks Prioritas		DAMPAK		
URGENSI	Mendesak Normal	Tinggi Kritis Penting	Sedang Penting Normal	Rendah Normal Rendah
			Normal	
2. E-Catalogue				
Matriks Prioritas		DAMPAK		
URGENSI	Mendesak Normal	Tinggi Kritis Penting	Sedang Penting Normal	Rendah Normal Rendah
		Kritis		
3. Email				
Matriks Prioritas		DAMPAK		
URGENSI	Mendesak Normal	Tinggi Kritis Penting	Sedang Penting Normal	Rendah Normal Rendah
				Rendah
4. Media Sosial (WhatsApp, Instagram, Tiktok)				
Matriks Prioritas		DAMPAK		
URGENSI	Mendesak Normal	Tinggi Kritis Penting	Sedang Penting Normal	Rendah Normal Rendah
		Kritis		
5. E-Commerce				
Matriks Prioritas		DAMPAK		
URGENSI	Mendesak Normal	Tinggi Kritis Penting	Sedang Penting Normal	Rendah Normal Rendah
		Kritis		
6. Aplikasi Desain (Corel Draw/ Photoshop)				
Matriks Prioritas		DAMPAK		
URGENSI	Mendesak Normal	Tinggi Kritis Penting	Sedang Penting Normal	Rendah Normal Rendah
			Penting	
7. Sistem Informasi Keuangan				
Matriks Prioritas		DAMPAK		
URGENSI	Mendesak Normal	Tinggi Kritis Penting	Sedang Penting Normal	Rendah Normal Rendah
		Penting		

Berdasarkan Tabel 1, tujuh jenis kebutuhan SI/TI yang telah diidentifikasi, yaitu Sistem Informasi Persediaan Barang, *E-Catalogue*, Email, Media Sosial (WhatsApp, Instagram, Tiktok), *E-Commerce*, Aplikasi Desain (Corel Draw/ Photoshop), serta Sistem Informasi Keuangan. Namun

kebutuhan SI/TI yang termasuk dalam kategori *generic critical*, yaitu *E-Catalogue*, Media Sosial (WhatsApp, Instagram, Tiktok), dan *E-Commerce*. Hasil pemetaan kebutuhan SI/TI pada toko dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Pemetaan Kebutuhan SI/TI

Kebutuhan SI/TI	Hasil
<i>E-Catalogue</i>	<i>Generic Critical</i>
Media Sosial (WhatsApp, Instagram, Tiktok)	<i>Generic Critical</i>
<i>E-Commerce</i>	<i>Generic Critical</i>
Aplikasi Desain (Corel Draw/ Photoshop)	<i>Generic Important</i>
Sistem Informasi Keuangan	<i>Generic Important</i>
Sistem Informasi Persediaan Barang	<i>Generic Normal</i>
Email	<i>Generic Low</i>

Terdapat tiga frekuensi kebutuhan SI/TI, yaitu (1) kebutuhan dengan jumlah di atas 5, maka disebut kebutuhan *generic*; (2) kebutuhan dengan jumlah di bawah 3, maka disebut kebutuhan *specific*; dan (3) kebutuhan dengan jumlah antara 3 hingga 5, maka disebut kebutuhan *selected* (ER, 2018). Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan SI/TI pada Tabel 1, Toko As-Sakinah 'Aisyiyah memiliki kebutuhan SI/TI dengan jumlah 7. Hal ini dapat dikategorikan sebagai frekuensi kebutuhan *generic*. Analisis nilai kepentingan kebutuhan berdasarkan nilai pembobotan dari prioritas kebutuhan. Hal ini dilakukan dengan mengkonversi nilai prioritas kebutuhan di mana *critical* = 4, *important* = 3, *normal* = 2, *low* = 1, dan tidak ada kebutuhan = 0 (ER, 2018). Sehingga pada nilai prioritas kebutuhan ini akan diberi nilai *critical* terhadap SI/TI yang paling urgensi, sebaliknya nilai *low* terhadap SI/TI yang tidak memiliki urgensi. Nilai prioritas ini juga ditentukan berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber dan kondisi toko. Tabel 2 merupakan hasil pemetaan kebutuhan SI/TI pada toko. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat 3 kebutuhan SI/TI dengan penilaian *critical*, 2 kebutuhan SI/TI dengan penilaian *important*, 1 kebutuhan SI/TI dengan penilaian normal, dan 1 kebutuhan SI/TI dengan penilaian *low*. Menurut ER (2018), kebutuhan dengan nilai di bawah 1 dapat dikategorikan sebagai kebutuhan yang memiliki tingkat kebutuhan *low*, artinya kebutuhan ini dianggap sebagai kebutuhan yang spesifik/khusus (*specific need*). Sedangkan kebutuhan dengan nilai di atas 1 dapat dikategorikan sebagai kebutuhan standar/umum bagi UMKM. Hal tersebut diambil berdasarkan nilai rata-rata kepentingan pada setiap kebutuhan SI/TI yang ada pada setiap UMKM yang digunakan sebagai objek penelitian. Penelitian ini hanya menggunakan satu UMKM, sehingga pemetaan kebutuhan SI/TI pada Toko As-Sakinah 'Aisyiyah tidak berdasarkan pada kebutuhan umum dan kebutuhan spesifik, namun didasarkan pada skala prioritas sesuai dengan hasil analisis penilaian prioritas kebutuhan SI/TI.

Menurut ER (2018), terdapat tiga elemen kesiapan TI, yaitu visi strategis, kemampuan manajemen proses, dan penerapan infrastruktur TI. Visi strategis berhubungan dengan gambaran jangka panjang dan komprehensif mengenai tujuan organisasi dan metode untuk mencapai tujuan tersebut. Toko As-Sakinah 'Aisyiyah memiliki visi menyediakan kebutuhan konsumsi anggota serta kebutuhan persyarikatan, 'Aisyiyah maupun Ortom lainnya. Selain itu, toko ini juga berperan sebagai tempat pemasaran hasil produksi ekonomi 'Aisyiyah berbasis UMKM. Namun seiring dengan berjalannya waktu, toko ini tidak hanya melayani penjual dan pembeli khusus anggota saja, namun kebutuhan konsumsi dapat dipasarkan ke masyarakat umum. Sehingga toko memiliki misi untuk melakukan perubahan dan penyesuaian model layanan kepada pelanggan dengan berbasis digital agar visi dan tujuan yang baru tersebut dapat tercapai. Manajemen proses dalam sebuah bisnis melibatkan serangkaian kegiatan yang mencakup perencanaan dan pengawasan kinerja suatu proses, khususnya proses bisnis. Toko As-Sakinah 'Aisyiyah memiliki proses bisnis yang jelas, namun dengan adanya kebutuhan akan penerapan digital marketing, maka akan berdampak pada perubahan proses bisnis yang sudah ada.

Menurut ER (2018), kesiapan TI dapat digunakan untuk mengevaluasi perkembangan infrastruktur teknologi informasi di dalam perusahaan, yang terlihat dari pemanfaatan infrastruktur tersebut sebagai media strategis untuk aktivitas bisnis UMKM dengan sepenuhnya memanfaatkan potensi TI. Selain itu, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ketika nilai kematangan proses bisnis di perusahaan tinggi, maka kesiapan TI juga cenderung tinggi, dan sebaliknya. Toko As-Sakinah 'Aisyiyah memiliki beberapa infrastruktur TI untuk mendukung proses bisnisnya. Selain itu, toko memiliki dua karyawan, diantaranya adalah 1 orang manajer dan 1 orang sebagai petugas kasir. Karyawan yang bertugas sebagai manajer tersebut juga memiliki keahlian di bidang TI. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Toko As-Sakinah 'Aisyiyah memenuhi 3 elemen kesiapan TI.

5. Kesimpulan

Berdasarkan pada kebutuhan SI/TI dan dengan kondisi infrastruktur TI yang tersedia serta SDM yang ada, maka *E-Catalogue* menjadi pilihan utama dalam implementasi TI pada Toko As-Sakinah 'Aisyiyah. Hal ini menjadi strategi dalam perubahan layanan berbasis digital yang dilakukan oleh toko kepada pelanggan maupun calon pelanggan untuk mengenalkan produk-produk yang tersedia, serta harga produk dan diskon produk. *Website E-Catalogue* menjadi sarana informasi untuk masyarakat umum agar mengenal Toko As-Sakinah 'Aisyiyah. Harapannya adalah *website E-Catalogue* ini dapat terus dikembangkan hingga menjadi *website* berbasis *e-commerce*, artinya pelanggan dapat melakukan pembelian produk melalui *website* tersebut. Tujuannya adalah untuk mempermudah pelanggan berbelanja, serta cara ini juga menyesuaikan perilaku konsumen saat ini yang mayoritas lebih memilih belanja secara *online* dibandingkan dengan berbelanja secara *offline*. Sehingga *website* ini dapat diimplementasi di Toko As-Sakinah 'Aisyiyah dengan memanfaatkan kondisi kesiapan implementasi SI/TI yang dimiliki.

Saran penelitian selanjutnya yang dapat dilakukan yaitu melakukan penelitian terhadap beberapa UMKM dengan jenis sektor yang sama, sehingga dapat melakukan perbandingan hasil kebutuhan dan kesiapan implementasi SI/TI pada setiap UMKM, tidak hanya menarik kesimpulan dari satu UMKM saja.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Jember atas dukungan finansial yang diberikan melalui hibah internal penelitian dan pengabdian tahun 2023-2024.

Daftar Pustaka

- Annisa, L. H. (2022). Analisis Kebutuhan dan Implementasi Teknologi Informasi Menggunakan PCF pada Proses Bisnis UMKM di Indonesia. *Journal of Digital Business and Management*, 1(1), 15–25.
- Arjita, U. A. (2020). Pengenalan Teknologi Informasi. In *Bahan Ajar Diklat Fungsional Pranata Komputer Tingkat Ahli*. Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pusat Statistik RI (PUSDIKLAT BPS RI).
- Damayanti. (2020). Rancang Bangun Sistem Pengukuran Keselarasan Teknologi dan Bisnis untuk Proses Auditing. *Jurnal Teknokompak*, 14(2).
- ER, M. (2018). *Business Process Management : Konsep Dan Implementasi* (1st ed.). Andi.
- Habiburrahman. (2017). *Analisis Tingkat Kesiapan Implementasi Teknologi Informasi di Perpustakaan Pusat UIN Sumatera Utara Medan*. UIN Sunan Kalijaga.
- Kusmayadi, E. (2022). Pengenalan Teknologi Informasi. In *Kajian Software* (3rd ed.). Universitas Terbuka.
- Laia, F., Tjahjadi, D., & Juliane, C. (2022). Perancangan Arsitektur Sistem Informasi Pelayanan Kantor Kecamatan Dengan Menggunakan The Open Group Architecture Framework (TOGAF). *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 6(2), 1135–1144.
- Pradana, M. H. E. (2017). *Pengembangan Arsitektur Proses Bisnis Sebagai Model Referensi Dalam Penerapan Teknologi Informasi UMKM Garmen Berskala Kecil (Studi Kasus: UMKM Garmen di Jawa Timur)*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Pramadyanto, M. R. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Brand Fashion Streetwear Urbain Inc. Komuniti. *Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 14(1), 69–92.
- Rosianti, N. C., ER., M., & Nisafani, A. S. (2017). Analisis Tingkat Kematangan Proses Bisnis dan Kesiapan Teknologi Informasi Studi Perusahaan Garmen Mikro, Kecil, dan Menengah di Jawa Timur. *JURNAL TEKNIK ITS*, 6(2).
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 49–54.
- Siswoyo, A. A. (2017). *Analisis Kebutuhan SI/TI untuk Mendukung Proses Bisnis Usaha Kecil pada Industri Garmen di Jawa Timur dengan Metode Business Object Oriented Modeling (Multi Studi Kasus)*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

Yuliandhari, R., Isyanto, P., & Yani, D. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran pada Pelaku Usaha UMKM Tanaman Hias Twyla Flower Karawang. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 227–231.