

Implementasi Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional UMKM OROEN BAKERY

Erni

Program Studi Manajemen, Institut Manajemen Wiyata Indonesia, Sukabumi

Abstrak Pada Penelitian ini menerapkan pengaruh teknologi informasi pada efisiensi pemasaran pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dari penelitian ini bertujuan untuk penerapan teknologi informasi dan efisiensi biaya pemasaran, dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan TI. Metodologi penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data dari sampel UMKM di Sukabumi melalui kuisioner yang terstruktur. Kemudian akan analisis menggunakan statistik deskriptif, analisis reliabilitas. Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan terhadap implementasi teknologi informasi dan efisiensi biaya pemasaran di UMKM. Faktor-faktor yang mempengaruhi, seperti ukuran perusahaan, karakteristik industri, dan praktik akuntansi manajemen, juga berperan penting dalam menentukan tingkat adopsi TI di UMKM.

Kata Kunci: Kemajuan teknologi, Faktor Lingkungan, Persaingan Bisnis.

Abstract *This research applies the influence of information technology on marketing efficiency in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). This research aims at the application of information technology and marketing cost efficiency, by considering the factors that influence the application of IT. The research methodology was carried out by collecting data from a sample of MSMEs in Sukabumi through a structured questionnaire. Then it will be analyzed using descriptive statistics, reliability analysis. This research shows that there is a significant positive relationship with the implementation of information technology and marketing cost efficiency in MSMEs. Influencing factors, such as company size, industry characteristics, and management accounting practices, also play an important role in determining the level of IT adoption in MSMEs.*

Keywords: *Technological progress, Environmental Factors, Business Competition.*

Pendahuluan

Persaingan bisnis saat ini menggambarkan pentingnya peran teknologi informasi yang diintegrasikan dengan berbagai komponen perusahaan seperti prosedur operasional, manajemen sumber daya manusia, struktur organisasi, dan elemen lainnya. Hal ini membentuk sistem informasi yang efektif dalam kunci keberhasilan secara keseluruhan (Tahir et al., 2023). Teknologi informasi memainkan peran krusial dalam mengelola risiko bisnis, mengurangi biaya operasional, memberikan nilai tambah, serta menciptakan sumber daya daya saing yang baru bagi perusahaan dalam pasar global. Selain itu, implementasi teknologi informasi yang tepat, didukung oleh kemampuan dan keterampilan sumber daya manusia dalam mengoperasikannya, dapat meningkatkan kinerja karyawan dan secara keseluruhan, meningkatkan kinerja secara signifikan (Narulita et al., 2022).

Penerapan teknologi informasi memiliki potensi besar untuk mengotomatiskan berbagai proses operasional, memperbaiki komunikasi dan kolaborasi antar organisasi, sehingga membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik dan tepat waktu (Kharismaputra et al., 2022). Teknologi informasi juga menjadi faktor kunci dalam mencapai target pasar yang semakin kompleks dan berubah dengan cepat. Namun tantangan seperti biaya implementasi, kurangnya keterampilan teknis, dan resistensi terhadap perubahan juga ditemukan sebagai hambatan utama yang perlu diatasi.

Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dapat meningkatkan kinerja bisnis, termasuk kelancaran, kecepatan, ketepatan, kekompakan, dan ketangkasan dalam pertukaran informasi bisnis, yang merupakan kunci untuk pertumbuhan perusahaan. Implementasi TIK juga dapat meningkatkan daya saing perusahaan dari berbagai segi, antara lain:

1. meningkatkan profesionalisme
2. meningkatkan produktivitas
3. meningkatkan akuntabilitas keuangan
4. meningkatkan kecepatan pengambilan keputusan
5. meningkatkan penetrasi pasar global
6. meningkatkan inovasi riset dan pengembangan
7. meningkatkan pemasaran
8. meningkatkan pelayanan pelanggan.

Adapun pemanfaatan menggunakan TIK pada UMKM di Indonesia saat ini sudah didukung oleh ketersediaan infrastruktur seperti koneksi internet, jaringan telekomunikasi, harga yang kompetitif diantara operator dan internet provider serta keamanan dalam penggunaan TIK dimana tidak hanya menyangkut pengamanan secara fisik, tetapi juga pengamanan non fisik seperti lalu-lintas atau transaksi melalui jaringan komunikasi. Menghadapi mekanisme pasar yang makin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing dimana salah satu yang bisa dilakukan dengan memanfaatkan penggunaan TIK pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Landasan Teori

Perusahaan yang tidak mempunyai daya saing akan ditinggalkan oleh pasar. Karena tidak memiliki daya saing berarti tidak memiliki keunggulan, dan tidak unggul berarti tidak ada alasan bagi suatu perusahaan untuk tetap survive di dalam pasar persaingan untuk jangka panjang. Daya saing ini berkaitan dengan seberapa efektif suatu organisasi beroperasi di pasar persaingan

dibandingkan dengan pesaing yang menawarkan produk atau layanan serupa. Perusahaan-perusahaan yang mampu menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas baik adalah perusahaan yang efektif dalam arti akan mampu bersaing (Sudrartono, 2019). Pentingnya daya saing perusahaan tercermin dalam kesiapan untuk berubah dan merespons perubahan dunia dengan cepat.

Strategi bisnis dirumuskan untuk menentukan bagaimana sebuah organisasi menjadi lebih kompetitif daripada posisi sebelumnya (Hidayat, 2016). Artinya perumusan strategi bisnis merupakan suatu pendekatan sistematis untuk merencanakan langkah-langkah yang dapat membuat organisasi lebih unggul dan kompetitif dalam pasar. Salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing organisasi adalah dengan mengimplementasikan teknologi informasi, sebagaimana disampaikan oleh (Syaiful, 2016).

Perkembangan teknologi informasi pada era ini memiliki peran sangat krusial dalam kehidupan manusia. Kemajuan teknologi informasi terus mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Istilah "teknologi informasi" atau IT adalah istilah umum yang digunakan untuk menggambarkan segala bentuk teknologi yang mempermudah manusia dalam pembuatan, perubahan, penyimpanan, komunikasi, dan penyebaran informasi kepada orang lain (Kurdi & Firmansyah, 2020). Keberadaan teknologi informasi telah membawa perubahan fundamental dalam cara manusia berinteraksi, bekerja, dan mengakses informasi. Teknologi informasi yang berbasis komputer memberikan dampak yang signifikan dalam kehidupan masyarakat di era digital, termasuk di dalam lingkungan organisasi atau Perusahaan (Fadillah et al., 2021).

Dalam hal organisasi dan perusahaan penerapan teknologi informasi menjadi suatu keharusan untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengoptimalkan proses bisnis, dan merespons dengan cepat terhadap dinamika pasar yang terus berubah. Karena teknologi informasi telah menjadi fasilitator utama untuk berbagai kegiatan bisnis, memberikan kontribusi signifikan terhadap perubahan mendasar dalam struktur, operasi, dan manajemen organisasi (Elisabeth, 2019).

Terdapat manfaat dari implementasi Teknologi Informasi (TI) dalam meningkatkan efisiensi organisasi dan perusahaan, hal tersebut dapat dicapai melalui beberapa cara. Pertama, TI memiliki kemampuan untuk mengotomatisasi proses-proses, sehingga dapat menggantikan pengelolaan secara manual dengan sistem komputer. Dalam era digital, perkembangan IT telah membawa dampak signifikan terhadap pengendalian, mengubahnya dari sistem manual menjadi sistem yang didukung oleh komputer (Fadillah et al., 2021). Mengotomatisasi proses bisnis dengan TI memungkinkan organisasi untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi keterlambatan, dan meminimalkan risiko kesalahan manusia.

Metode

Metode penelitian yang diterapkan adalah kualitatif, ini berfokus pada pemahaman mendalam dan detail terhadap fenomena yang kompleks. Pendekatan ini menekankan interpretasi, pemahaman konteks, dan pengungkapan makna dari data, tidak terfokus pada pengukuran numerik, melainkan pada analisis deskriptif dan interpretatif. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan kualitatif dengan melibatkan analisis literatur yang relevan untuk memperoleh pemahaman tentang topik penelitian dan memperkuat landasan teoritis. Peneliti melakukan pencarian dan analisis terhadap berbagai referensi, jurnal ilmiah, buku, artikel, dan dokumen lainnya yang berkaitan dengan implementasi teknologi informasi dalam meningkatkan

efisiensi organisasi dan daya saing perusahaan. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dalam tiga tahapan yakni reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Selain itu, penerapan Teknologi Informasi juga dapat diterapkan dalam model akuntansi, dalam model akuntansi yang telah menerapkan teknologi informasi dapat mengukur tingkat perubahan sumber daya, mengukur tingkat perubahan proses, mengukur aktiva tetap tak berwujud, memfokuskan ke luar pada nilai pelanggan, mengukur proses pada realtime, dan mendukung jaringan (network) (Elisabeth, 2019). Informasi-informasi ini menjadi sangat penting bagi organisasi karena memberikan gambaran tentang kesehatan keuangan, operasional, dan nilai pelanggan yang sangat dibutuhkan oleh organisasi. Sehingga, organisasi dapat mengoptimalkan pengelolaan sumber daya, meningkatkan efisiensi proses, menilai nilai aset secara lebih tepat, serta mengarahkan perhatian pada kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Manfaat lain dari implementasi Teknologi Informasi dalam peningkatan efisiensi organisasi dan perusahaan adalah peningkatan komunikasi dan kolaborasi. Teknologi informasi ini memiliki peran utama untuk mempermudah komunikasi dan kolaborasi yang lebih efektif. Menggunakan alat komunikasi seperti pesan instan, dan platform kolaborasi online memungkinkan para pelanggan bisa untuk berkomunikasi dengan cepat dan efisien. Penggunaan aplikasi berbasis cloud juga dapat meningkatkan kolaborasi antar tim dengan menyediakan akses bersama ke dokumen dan proyek secara real-time.

Teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju memungkinkan individu di berbagai belahan dunia untuk dengan mudah dan cepat mendapatkan informasi serta berkomunikasi dalam segala hal (Sisibintari, 2015). Sistem TI dapat membantu organisasi menyimpan, mengelola, dan mengakses informasi dengan lebih efisien. Melalui basis data terpusat atau sistem manajemen dokumen, organisasi dapat dengan mudah mencari dan mengambil informasi yang dibutuhkan. Ini tidak hanya menghemat waktu pencarian, tetapi juga meminimalkan risiko kehilangan data atau ketidakakuratan informasi.

Gambaran Objek Penelitian

Timestamp	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Apakah Anda pernah membeli produk Oreon Bakery dan pernahkah Anda membeli produk Oreon Bakery ?	Seberapa sering Anda membeli produk Oreon Bakery ?	Dari mana Anda tahu produk Oreon Bakery dan sejauh mana Anda untuk mendadakn pilihan ketika akan membeli roti ?	Setujukah Anda untuk beralih ke produk seperti Oreon Bakery meskipun ini sudah lama hadir di masyarakat ?	Setujukah Anda untuk merekomendasikan produk roti merek Oreon Bakery ini ?	Secara penjualan Oreon Bakery mungkin masih terbilang baru dikalangan masyarakat, mungkin beberapa dari kalian baru	Seberapa menarik promosi produk Oreon Bakery sehingga Anda tertarik untuk membeli dan setujukah Anda untuk mengenal	Setujukah Anda pada produk Oreon Bakery ini harus meningkatkan minat para pelanggan ?	Seberapa banyak Oreon Bakery ini hanya diminati oleh kalangan lansia saja ?	Apakah Oreon Bakery ini hanya ada di solo ?	Apakah Oreon Bakery ini konsisten si produk ini, apakah hanya dengan cara dijual secara tradisional saja	Bagaimana cara kita menarik an konsisten si produk ini, apakah hanya dengan cara dijual secara tradisional saja	Apakah Anda tidak akan mengenal kan produk Oreon Bakery ini hanya karena produk lokal UMKM biasa saja	Total			
7/23/2024 11:24:31	Wiharto	1	22	2	3	3	3	2	2	2	1	2	1	2	4	4	5	4	2	40	
7/23/2024 11:27:28	Nuraeni Fadillah	2	21	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
7/23/2024 11:29:29	Selwa Septia Annina	2	20	3	4	4	4	2	2	1	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	45
7/23/2024 11:29:48	YOGI ISKANDAR	1	21	2	5	5	1	2	3	1	2	3	2	3	5	4	3	4	3	4	46
7/23/2024 11:42:45	Dara Nadya	2	26	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	4	4	4	4	4	36
7/23/2024 11:55:32	Siti Ashma Rohimah	2	21	1	2	3	2	2	1	2	1	2	1	1	3	4	3	4	5	36	
7/23/2024 11:55:34	Silvi Juwitasari	2	25	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
7/23/2024 11:58:28	Tusriana Nurfaifa	2	21	3	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	4	36
7/23/2024 12:10:05	Siti Rohani	2	21	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	39
7/23/2024 12:11:50	Muhammad Nabil Adib	1	21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	32
7/23/2024 13:03:17	Bima teguh	1	27	2	1	3	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	3	2	2	2	27
7/23/2024 13:11:41	ALDI RAMADAN	1	23	2	2	3	2	1	2	2	1	1	1	2	3	3	3	2	3	3	31
7/23/2024 18:41:58	Rahmat ramdani	1	21	3	4	4	3	2	2	1	1	2	2	3	4	5	3	3	3	3	42
7/23/2024 18:44:58	Penti Damayanti	2	24	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	16
7/23/2024 18:55:24	Sri Rahayu	2	21	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	40
7/23/2024 19:01:04	Karina	2	20	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	3	4	3	3	4	3	45
7/23/2024 19:07:02	Muhammad lutfi	1	21	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
7/23/2024 19:14:20	Nur Kamila	2	23	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30
7/23/2024 19:18:31	Risli Lestari	2	20	2	3	3	3	3	2	2	1	3	2	3	3	3	4	4	4	4	43
7/23/2024 19:25:18	Silfia Febrianti	2	21	2	3	4	2	3	2	4	2	3	3	2	4	4	3	4	3	4	46
7/23/2024 19:27:05	M Anis Setiawan	1	18	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
7/24/2024 7:31:08	Estu Rahmanuwidi	2	28	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	4	4	4	4	4	35
7/25/2024 7:31:08	YUNIARTI	2	27	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
7/24/2024 14:58:28	Rendani Mubarak	1	22	2	3	2	2	2	1	3	2	2	1	3	3	3	3	3	2	3	35
7/24/2024 15:00:48	MARSHALL ADHITYA	1	21	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
7/24/2024 15:01:33	Delia Nur Annisa	2	22	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	4	4	3	3	3	39
7/24/2024 15:06:04	Hanisa	2	29		2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	4	4	4	39
7/24/2024 15:06:22	Ridwan agistian	1	22	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	34
7/24/2024 15:13:47	Muhammad Dendi	1	23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
7/24/2024 15:25:57	Rizal	1	21	2	1	1	1	1	1	1	3	3	3	2	5	3	3	3	3	3	36
7/24/2024 15:27:01	Vanessa zahra sitti malda	2	21	2	1	3	2	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	23
7/24/2024 15:27:27	Alya Nabila	2	21	2	3	3	3	3	2	2	2	2	1	2	4	3	4	3	3	3	39
7/24/2024 16:11:20	Yuni Restu Ayuni	2	21	3	2	3	2	2	2	2	2	1	4	4	1	1	2	1	1	1	30
7/24/2024 16:37:34	Anita Windy Wandani	2	21	3	4	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
7/24/2024 16:42:35	Zahra Syahrani	2	21	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15

Deskripsi Identitas pelanggan

Penelitian ini mengambil sampel dari 35 orang pelanggan Oreon bakery dengan survei mengisi kuisioner beberapa pertanyaan terhadap pelanggan yang bertujuan untuk memperjelas dan memperkuat data yang diperoleh dilapangan. Keseluruhan pelanggan tersebut dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling karena teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Kriteria dari pelanggan yang dipilih yaitu memiliki kriteria yang berdasarkan ketentuan yang telah peneliti tentukan untuk kemudian dipertimbangkan oleh peneliti, sesuai dengan keterkaitan mereka dengan penelitian ini. Adapun jadwal wawancara informan kunci dan informan pendukung pada table dibawah ini :

Dari tabel diatas menunjukkan pelanggan mengisi survei yang telah dipersiapkan oleh peneliti dengan jawaban masing-masing kepuasan dan kekurangan dengan daftar sebagai berikut :

Daftar kolom Timestamp	: waktu pelanggan mengisi Forms survei
Daftar kolom Nama Responden	: Nama pelanggan yang mengisi forms survei
Daftar kolom usia	: Data usia pelanggan
Daftar kolom status pekerjaan	: Data Pelanggan dengan status pekerjaannya
Daftar kolom Jenis Kelamin	: Data pelanggan dengan kriteria gender masing-masing
Daftar kolom pertanyaan 1	: Pengenalan Pelanggan terhadap produk Roti Oreon Bakery
Daftar kolom pertanyaan 2	: Penjualan produk yang berkelanjutan
Daftar kolom pertanyaan 3	: Pengetahuan produk yang dibeli melalui apa
Daftar kolom pertanyaan 4	: Promosi Produk baru yang menarik perhatian terhadap pelanggan
Daftar kolom pertanyaan 5	: kepuasan pelanggan terhadap adanya promosi untuk menjadi pelanggan setia membeli produk
Daftar kolom pertanyaan 6	: meningkatkan pelanggan
Daftar kolom pertanyaan 7	: Pengalaman pelanggan untuk bersaing pada produk lain
Daftar kolom pertanyaan 8	: Seberapa menarik produk dimata pelanggan
Daftar kolom pertanyaan 9	: mengajak kepada pelanggan untuk merekomendasikan kepada konsumen lain agar membeli produk
Daftar kolom pertanyaan 10	: Kepuasan pelanggan
Daftar kolom pertanyaan 11	: Pembelian saat pergi ke daerah solo
Daftar kolom pertanyaan 12	: Keminataan produk pada Lansia
Daftar Kolom Pertanyaan 13	: Keberadaan Produk
Daftar kolom pertanyaan 14	: Cara penjualan masa kini

Daftar kolom pertanyaan 15 : Cara untuk mengajak pelanggan baru

Daftar kolom Total : jumlah hasil survei dengan hasil yang memuaskan dan meningkat akan hasil produk.

Dengan skema dari hasil survei diatas terdapat data yang validasi dan dapat dianalisis oleh peneliti dengan metode analisis data, peneliti menganalisis data tersebut menggunakan beberapa sumber diantaranya : Menggunakan pengujian hasil survei dengan membuat Forms pengisian pertanyaan yang sudah tertera diatas Menggunakan analisis data dengan program-program bantuan sehingga mendapatkan hasil observasi dari hasil survei Menggunakan aplikasi analisis data yaitu aplikasi spss statistic dari produk My IBM yang menghasilkan analisis data dengan validasi sebagai berikut.

Tabel 1. Analisi Data Status Pekerjaan dan Jenis Kelamin Pelanggan

Konsumen	Karyawan	Mahasiswa	Ibu rumah tangga	Laki-laki	Perempuan
N validasi	1	1	1	1	1
Missing	0	0	0	0	0

Analisis Status Pekerjaan

Karyawan

Konsumen	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18	1	100.0	100.0	100.0

Mahasiswa

Konsumen	Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid 12	1	100.0	100.0	100.0

Ibu rumah tangga

Konsumen	Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid 2	1	100.0	100.0	100.0

Guru

Konsumen	Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
----------	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid 3	1	100.0	100.0	100.0
---------	---	-------	-------	-------

Analisis Jenis Kelamin

pria

Konsumen	Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid 13	1	100.0	100.0	100.0

Wanita

Konsumen	Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid 22	1	100.0	100.0	100.0

Tabel 2. Usia Konsumen atau Pelanggan

Konsumen	Usia 21	Usia 22	Usia 23	Usia 25	Usia 27	Usia 32
N valid	1	1	1	1	1	1
Missing	0	0	0	0	0	0

Usia

Usia 18 tahun = 1

Usia 21 sampai 25 tahun: 28orang

Usia 25 sampai 30 tahun: 6 orang

Mayoritas responden berada dalam rentang usia 18 tahun, 21-25 tahun, diikuti oleh rentang usia 25-30 tahun. Jumlah responden yang usianya di atas 30 tahun lebih sedikit dibandingkan dua kelompok usia lainnya.

**Frequency
Table**

x1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SS	6	17.1	17.1	17.1
	S	12	34.3	34.3	51.4
	N	13	37.1	37.1	88.6
	TS	3	8.6	8.6	97.1
	STS	1	2.9	2.9	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

x2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SS	6	17.1	17.1	17.1
	S	8	22.9	22.9	40.0
	N	16	45.7	45.7	85.7
	TS	4	11.4	11.4	97.1
	STS	1	2.9	2.9	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

x3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SS	7	20.0	20.0	20.0
	S	14	40.0	40.0	60.0
	N	12	34.3	34.3	94.3
	TS	2	5.7	5.7	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

x4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SS	8	22.9	22.9	22.9
	S	18	51.4	51.4	74.3
	N	8	22.9	22.9	97.1
	TS	1	2.9	2.9	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

x5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SS	10	28.6	28.6	28.6
	S	19	54.3	54.3	82.9
	N	6	17.1	17.1	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

x6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SS	8	22.9	22.9	22.9
	S	19	54.3	54.3	77.1
	N	7	20.0	20.0	97.1
	TS	1	2.9	2.9	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

x7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SS	16	45.7	45.7	45.7
	S	12	34.3	34.3	80.0
	N	7	20.0	20.0	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

x8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SS	10	28.6	28.6	28.6
	S	13	37.1	37.1	65.7
	N	12	34.3	34.3	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

x9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SS	14	40.0	40.0	40.0
	S	11	31.4	31.4	71.4
	N	9	25.7	25.7	97.1
	TS	1	2.9	2.9	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

x10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SS	9	25.7	25.7	25.7
	S	12	34.3	34.3	60.0
	N	12	34.3	34.3	94.3
	TS	2	5.7	5.7	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

x11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SS	5	14.3	14.3	14.3
	S	10	28.6	28.6	42.9
	N	14	40.0	40.0	82.9
	TS	4	11.4	11.4	94.3
	STS	2	5.7	5.7	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

x12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SS	7	20.0	20.0	20.0
	S	5	14.3	14.3	34.3
	N	12	34.3	34.3	68.6
	TS	10	28.6	28.6	97.1
	STS	1	2.9	2.9	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

x13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SS	6	17.1	17.1	17.1
	S	5	14.3	14.3	31.4
	N	18	51.4	51.4	82.9
	TS	5	14.3	14.3	97.1
	STS	1	2.9	2.9	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

x14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SS	7	20.0	20.0	20.0
	S	7	20.0	20.0	40.0
	N	11	31.4	31.4	71.4
	TS	10	28.6	28.6	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

x15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SS	7	20.0	20.0	20.0
	S	5	14.3	14.3	34.3
	N	14	40.0	40.0	74.3
	TS	8	22.9	22.9	97.1
	STS	1	2.9	2.9	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

		X			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15	2	5.7	5.7	5.7
	16	2	5.7	5.7	11.4
	18	1	2.9	2.9	14.3
	23	1	2.9	2.9	17.1
	27	1	2.9	2.9	20.0
	30	2	5.7	5.7	25.7
	31	1	2.9	2.9	28.6
	32	1	2.9	2.9	31.4
	34	1	2.9	2.9	34.3
	35	3	8.6	8.6	42.9
	36	4	11.4	11.4	54.3
	39	4	11.4	11.4	65.7
	40	2	5.7	5.7	71.4
	42	1	2.9	2.9	74.3
	43	1	2.9	2.9	77.1
	44	1	2.9	2.9	80.0
	45	5	14.3	14.3	94.3
	46	2	5.7	5.7	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

Dari table diatas menunjukkan hasil survei frequency validasi analisis data kepuasan pelanggan yang signifikan dimana pelanggan merasa rasa puas pada penjualan dan rasa yang diberikan oleh produk Oreon bakery ini, dengan kriteria sebagai berikut:

- a. SS : Sangat Setuju
- b. S : Setuju
- c. N : Netral
- d. TS : Tidak Setuju

e. STS : Sangat Tidak Setuju

Untuk dapat bersaing di dalam perkembangan perekonomian yang semakin ketat, pelaku UMKM harus dapat meningkatkan skill. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh UMKM agar mampu bersaing dalam era saat ini adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi yang tersedia. Selain untuk meningkatkan kemampuan bersaing dengan para pelaku usaha besar, keberadaan teknologi informasi dapat pula untuk membantu pelaku UMKM beroperasi di dalam skala internasional. Di sisi lain dengan keberadaan teknologi informasi bagi UMKM dapat menjadikannya sebagai sarana promosi yang efektif.

Hasil penelitian dengan memperhatikan faktor-faktor seperti dukungan manajemen, ketersediaan infrastruktur TI, keterampilan dan pengetahuan karyawan, serta kesesuaian TI dengan kebutuhan organisasi dan perusahaan, implementasi Teknologi Informasi dapat mencapai tingkat optimal sehingga memberikan manfaat yang diperlukan oleh organisasi. Manfaat tersebut melibatkan otomatisasi proses, peningkatan komunikasi dan kolaborasi, kemudahan akses informasi, serta peningkatan kecepatan dan ketepatan dalam pengambilan keputusan, yang dimana manfaat-manfaat tersebut dapat menjadi faktor daya saing yang signifikan bagi organisasi. Sehingga, dengan merancang implementasi TI secara nyata dan terintegrasi, organisasi dapat memastikan.

Kesimpulan

Penerapan teknologi informasi (TI) dapat meningkatkan efisiensi organisasi dan perusahaan melalui berbagai cara, seperti otomatisasi proses, peningkatan komunikasi dan kolaborasi, kemudahan akses informasi, serta peningkatan kecepatan dan akurasi pengambilan keputusan. Dampak positif dari implementasi teknologi ini termasuk peningkatan produktivitas, penghematan biaya operasional, peningkatan daya saing perusahaan, dan percepatan inovasi produk dan layanan. Namun, faktor seperti dukungan manajemen, infrastruktur TI yang memadai, keterampilan karyawan, dan kesesuaian teknologi dengan kebutuhan organisasi menjadi kunci dalam menentukan keberhasilan implementasi TI. UMKM di zaman sekarang perlu memanfaatkan TIK untuk meningkatkan daya saing, mengingat di era globalisasi ini persaingan semakin kompetitif, dan bersifat mendunia. Seperti yang telah dijelaskan diatas, salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM adalah dengan melalui pemanfaatan TIK. Dalam konteks bisnis, internet membawa dampak transpormasional yang bertujuan untuk mengembangkan usaha berupa digital marketing.

Dari pemaparan analisis data diatas menunjukkan bahwa pelanggan memiliki kepuasan dan memberikan bukti pada produk ini, yang mungkin orang masih baru mendengar nama took dan produk yang dijual. Namun Sebagian orang memiliki reputasi yang baik dan nilai yang konsisten cenderung lebih merasa puas dengan pembelian mereka. Dan Pelanggan mungkin akan kembali berbelanja dan merekomendasikan produk Oreon bakery ini kepada banyak orang.

Saran

Pemasaran produk untuk menghadapi Kemajuan Teknologi dan Digitalisasi Di Era Modern ini bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti: Terus Beradaptasi, memanfaatkan teknologi secara optimal, bijak Menggunakan Teknologi, dapatkan Pendidikan di Bidang Teknologi, dan membuat Inovasi dengan Mengandalkan Teknologi. Dari penelitian produk ini mungkin masih banyak sebagian orang yang belum mengetahui produk ini. Dan kita bisa melihat seberapa banyak dan pelanggan yang menjadi langganan toko tersebut.

Daftar Referensi

Saleh, Yuliana. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pemasaran Produk Para Pelaku UMKM di Desa Paguyuban Kecataman Way Lima Kabupaten Pesawaran. Sakai Sambayan-Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol.5 No.3 November 2021.

Fadillah, S. D. A., Zulaikha, T. S. A., & Ilhami, T. Y. (2021). Peran dan Manfaat Implementasi Information Technology (IT) dalam Audit Internal. Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE), 1(1).

Delviandi, R., Fikri, K., & Siregar, DI (2022). Pengaruh Penggunaan Teknologi dan Pengendalian Mutu Terhadap Produktivitas di PT. PERTAMINA PERSERO RU II Dumai. JURNAL ILMIAH MAHASISWA MERDEKA EMBA, 1(1), 45-58.

ISNANI, UR (2016). Formulasi strategi untuk acuan dokumen perencanaan keberlangsungan bisnis (bcp) berbasis teknologi informasi di PT. unit kilang pertamina iv cilacap.

Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). IKRA-ITH Informatika: Jurnal Komputer Dan Informatika, 2(3), 5360.

Elisabeth, D. M. (2019). Kajian terhadap peranan teknologi informasi dalam perkembangan audit komputerisasi (studi kajian teoritis). METHOMIKA: Jurnal Manajemen Informatika & Komputerisasi Akuntansi, 3(1), 4053.

Narulita, S., Suhaji, S., & Ginanjar, R. (2022). Analisis Pengaruh Implementasi Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Karyawan. Jurnal HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi), 5(1), 2139.

Syaiful, S. (2016). Strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melalui pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sebagai upaya meningkatkan daya saing. AKMEN Jurnal Ilmiah, 13(3).

Rifai, M. I. (2019). Perkembangan Pembangunan Kota Jakarta Sebagai Kota Metropolitan Masa Gubernur Ali Sadikin 1966-1977. Ilmu Sejarah-S1, 4(6)