

ANALISIS EFEKTIVITAS SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN ONLINE PADA PT DLIZFOOD BOROBUDUR SEJAHTERA

Ika Padilah¹, Muhammad Ivan Fadhilah², Ayuril Netatiana Azzahro³, Nadhifah Candra Lestari⁴

^{1,2,3,4}Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar, Indonesia
Jl. Kapten Suparman No.39, Tuguran, Potrobangsang, Kec. Magelang Utara, Kota Magelang, Jawa Tengah

Email: ika699868@gmail.com¹, ivanfadhilahm@gmail.com², ayurilneta@gmail.com³, divachandra135@gmail.com⁴

ABSTRACT

This study aims to analyze the effectiveness of implementing a Management Information System (MIS) in increasing online sales at PT Dlizfood Borobudur Sejahtera. Using a qualitative case study approach, data was obtained through interviews, observations, and documentation. The results show that MIS helps improve transaction recording, stock management, and sales monitoring, thereby making business processes more organized and efficient. The use of digital applications such as spreadsheets, marketplace analytics, and social media insights has been proven to support increased sales and brand awareness. However, obstacles such as low digital literacy and suboptimal system integration remain barriers. Overall, MIS contributes positively to increased online sales and operational efficiency for MSMEs.

Keywords: Management Information System, Online Sales, MSMEs, Digitalization.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM) dalam meningkatkan penjualan online pada PT Dlizfood Borobudur Sejahtera. Menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus, data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SIM membantu memperbaiki pencatatan transaksi, pengelolaan stok, dan pemantauan penjualan sehingga proses bisnis menjadi lebih teratur dan efisien. Penggunaan aplikasi digital seperti *spreadsheet*, *marketplace analytics*, dan media sosial *insight* terbukti mendukung peningkatan penjualan serta *brand awareness*. Namun, kendala seperti literasi digital yang rendah dan integrasi sistem yang belum optimal masih menjadi hambatan. Secara keseluruhan, SIM berkontribusi positif terhadap peningkatan penjualan online dan efisiensi operasional UMKM.

Kata Kunci: Sistem Informasi Manajemen, Penjualan Online, UMKM, Digitalisasi.

Article history

Received: November 2025
Reviewed: November 2025
Published: November 2025

Plagirism checker no 1403
Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.359
Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan terhadap cara perusahaan menjalankan kegiatan bisnisnya. Dalam era digital saat ini, Sistem Informasi Manajemen (SIM) menjadi elemen penting dalam mendukung proses pengambilan keputusan, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat daya saing di tengah kompetisi yang semakin dinamis (Rohman et al., 2023). Penerapan SIM tidak hanya dibutuhkan oleh perusahaan besar, tetapi juga menjadi kebutuhan mendesak bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar mampu bertahan dan beradaptasi dengan persaingan pasar digital yang terus berkembang pesat (Rahayu & Veri, 2025). Melalui penerapan SIM yang tepat, UMKM dapat mengoptimalkan pengelolaan data, mempercepat alur informasi, dan memperluas jangkauan pemasaran sehingga mampu meningkatkan kinerja usaha secara keseluruhan.

PT DLIZFOOD Borobudur Sejahtera merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam produksi dan pemasaran minuman herbal bermerek Roseliz. Berlokasi di kawasan wisata Candi Borobudur, perusahaan ini memiliki peluang pertumbuhan yang besar seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap konsumsi produk herbal alami. Namun demikian, proses bisnis yang dijalankan selama ini masih menghadapi berbagai hambatan, terutama dalam pengelolaan informasi, pelaksanaan promosi digital, dan efisiensi penjualan daring. Belum optimalnya penerapan teknologi digital serta minimnya integrasi antarsistem menjadi faktor yang memperlambat proses kerja perusahaan (Widjaja & Anifatin, 2020). Dalam konteks ini, Sistem Informasi Manajemen berperan penting sebagai sarana integrasi aktivitas utama usaha, mulai dari pencatatan transaksi, pengelolaan stok, penyusunan laporan keuangan, hingga pelayanan pelanggan. Dengan dukungan SIM, data penjualan dapat dipantau secara *real time*, tren permintaan konsumen dapat dianalisis, dan strategi pemasaran digital dapat disesuaikan berdasarkan kebutuhan pasar. Aplikasi seperti Krealogi serta platform digital seperti Google Bisnis, WhatsApp, dan Instagram telah dimanfaatkan PT DLIZFOOD untuk meningkatkan efektivitas penjualan online sekaligus memperkuat *branding* produk Roseliz.

Meskipun upaya digitalisasi telah dilakukan, efektivitas penerapan SIM dalam mendukung penjualan online pada PT DLIZFOOD masih belum mencapai tingkat optimal. Sejumlah kendala seperti rendahnya literasi digital sumber daya manusia, keterbatasan infrastruktur teknologi, serta belum terintegrasinya sistem administrasi dan pemasaran digital masih menjadi tantangan utama yang menghambat performa perusahaan (Hartanto et al., 2022). Kondisi ini menunjukkan perlunya peningkatan kapasitas digital, penyempurnaan sistem, serta penerapan alur kerja yang lebih terstruktur untuk menciptakan proses bisnis yang lebih efisien dan responsif terhadap kebutuhan pasar.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana efektivitas penerapan Sistem Informasi Manajemen dapat meningkatkan penjualan online sekaligus mendukung efisiensi operasional di PT DLIZFOOD Borobudur Sejahtera. Artikel ini bertujuan untuk memberikan analisis mendalam terkait kontribusi SIM dalam transformasi digital UMKM, sekaligus menghadirkan rekomendasi strategis yang dapat digunakan sebagai acuan bagi pelaku usaha sejenis. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan manfaat praktis dalam pengembangan strategi digitalisasi UMKM, memperkuat daya saing berbasis teknologi informasi, serta mendorong pemanfaatan SIM yang lebih terarah dan berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

Sistem Informasi Manajemen (SIM)

Sistem Informasi Manajemen (SIM) adalah sistem yang terintegrasi dan berfungsi untuk mengumpulkan, mengolah, menyimpan, serta menyajikan informasi yang diperlukan untuk

manajemen dalam pengambilan keputusan. SIM mengintegrasikan teknologi, prosedur, dan sumber daya manusia untuk memastikan bahwa informasi yang dihasilkan akurat, relevan, dan tepat waktu (Rahayu & Veri, 2025). Dalam konteks bisnis modern, SIM tidak hanya mendukung pencatatan administratif, tetapi juga memiliki peran strategis dalam memantau kinerja penjualan, mengelola persediaan, dan memprediksi kebutuhan pelanggan.

Pada UMKM, penggunaan SIM menjadi sangat penting karena keterbatasan sumber daya yang ada mengharuskan proses bisnis berjalan dengan lebih efektif dan efisien. Penelitian (Hartanto et al., 2022) menunjukkan bahwa penerapan SIM yang sederhana seperti spreadsheet, aplikasi kasir, dan aplikasi inventori dapat meningkatkan akurasi pencatatan, mempercepat pengolahan data, serta membantu UMKM dalam menghindari kesalahan operasional. SIM juga memungkinkan pemilik usaha untuk memantau data penjualan secara real-time sehingga keputusan yang diambil lebih tepat dan berbasis data.

Penjualan Online pada UMKM

Penjualan online merupakan proses transaksi dan pemasaran yang dilakukan melalui platform digital seperti marketplace, media sosial, dan situs web bisnis. Menurut (Utami et al., 2019), penjualan online memberikan berbagai keuntungan bagi UMKM, seperti memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan mengurangi biaya pemasaran. Penjualan online juga memungkinkan komunikasi dengan pelanggan berlangsung lebih cepat melalui sistem pesan otomatis, katalog digital, dan metode pembayaran elektronik.

Di era digital, UMKM dituntut untuk memanfaatkan platform seperti WhatsApp Business, Instagram, Google Bisnis, dan *marketplace* sebagai sarana pemasaran sekaligus media transaksi. Penelitian (Nafian et al., 2024), menunjukkan bahwa penggunaan media digital dan aplikasi manajemen stok secara langsung meningkatkan efektivitas pemasaran dan profesionalisme pelayanan UMKM. Dalam konteks PT DLIZFOOD Borobudur Sejahtera, penjualan online dilakukan melalui WhatsApp, *marketplace*, dan media sosial yang kemudian diintegrasikan dengan sistem pencatatan seperti invoice digital dan pengelolaan stok berbasis aplikasi. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan online tidak dapat dipisahkan dari dukungan SIM yang terstruktur.

Digitalisasi UMKM

Digitalisasi UMKM adalah proses pemanfaatan teknologi informasi untuk meningkatkan proses produksi, pemasaran, distribusi, serta administrasi usaha. (Puspitasari & Rachmawati, 2018) menjelaskan bahwa digitalisasi memiliki peran yang signifikan dalam mempercepat proses bisnis, meningkatkan akurasi data, dan memperluas akses pasar. Digitalisasi juga memungkinkan UMKM untuk mendapatkan wawasan mengenai perilaku konsumen melalui data yang diperoleh dari marketplace, media sosial, atau aplikasi internal.

Penelitian (Rifai & Haerani, 2020) menyatakan bahwa Sistem Informasi Manajemen (SIM) berbasis digital dapat meningkatkan efisiensi, memperkuat koordinasi kerja, dan membantu UMKM dalam pengambilan keputusan yang berbasis data. Dalam penelitian ini, digitalisasi terlihat melalui penggunaan faktur elektronik, pembayaran non-tunai, integrasi data penjualan dengan gudang, serta pemantauan pengiriman secara digital. PT DLIZFOOD memanfaatkan wawasan dari media sosial, analitik *marketplace*, dan pencatatan stok digital untuk meningkatkan profesionalisme dan efektivitas operasional.

Sistem Pemesanan dan Alur Informasi (*Flowchart*)

Flowchart adalah alat visual yang menggambarkan alur proses bisnis secara sistematis, yang membantu mengurangi kesalahan operasional dan meningkatkan koordinasi antar bagian. Menurut (Pangestu, 2021), penerapan *flowchart* dalam UMKM dapat memperjelas pembagian tugas, memperkuat kontrol internal, dan mempermudah evaluasi proses bisnis.

Dalam penelitian ini, *flowchart* digunakan sebagai dasar untuk menggambarkan alur pemesanan online PT DLIZFOOD, mulai dari penerimaan pesanan, verifikasi pembayaran, pembuatan faktur, penyiapan barang oleh gudang, pencatatan oleh bagian keuangan, hingga pengiriman produk kepada pelanggan. *Flowchart* versi setelah digitalisasi juga menunjukkan pemisahan fungsi antara pemilik dan keuangan, penambahan bagian pemasok untuk restock otomatis, serta unit pengiriman yang bertanggung jawab atas pemantauan logistik. Implementasi *flowchart* tersebut sejalan dengan tujuan SIM, yaitu memastikan proses penjualan online berjalan dengan teratur, cepat, dan minim kesalahan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus untuk menganalisis efektivitas penerapan Sistem Informasi Manajemen dalam meningkatkan penjualan online pada PT Dlizfood Borobudur Sejahtera. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai konteks, proses, dan dampak penerapan sistem dalam lingkungan bisnis yang spesifik, terutama pada UMKM yang sedang beradaptasi dengan digitalisasi. Melalui studi kasus, penelitian dapat menggali informasi secara langsung mengenai bagaimana sistem diterapkan, bagaimana karyawan memanfaatkannya dalam kegiatan operasional, serta kendala apa saja yang muncul selama proses berlangsung

Jenis dan Sumber Data

Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan secara langsung dari lapangan untuk mendapatkan gambaran yang mendalam dan kontekstual mengenai penerapan Sistem Informasi Manajemen. Sumber data primer utama diperoleh melalui wawancara mendalam dan semi-terstruktur dengan Ibu Elisa Anggraeni selaku pemilik dan pengelola PT Dlizfood, serta dengan staf yang terlibat langsung dalam operasional penjualan online dan pengelola sistem. Wawancara ini difokuskan untuk menggali informasi mengenai proses bisnis, motivasi di balik penggunaan teknologi, cara sistem informasi manajemen dioperasikan, kendala yang dihadapi, dan dampak yang dirasakan terhadap penjualan dan efisiensi operasional. Selain itu, teknik observasi langsung juga diterapkan untuk mengamati alur kerja nyata, mulai dari proses pemesanan online, pencatatan transaksi, pengelolaan stok di gudang, hingga proses pengiriman produk. Observasi ini memungkinkan peneliti untuk memverifikasi informasi dari wawancara dan melihat secara langsung bagaimana aplikasi seperti *spreadsheet*, *marketplace analytics*, dan media sosial diintegrasikan dalam aktivitas harian perusahaan, meskipun dalam bentuk yang masih sederhana.

Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul dari wawancara, observasi, dan studi dokumen dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan mengikuti model analisis interaktif. Proses analisis ini terdiri dari tiga tahapan utama. Pertama, dilakukan reduksi data dengan menyaring, memfokuskan, dan menyederhanakan seluruh data mentah untuk memilih informasi-informasi pokok yang relevan dengan fokus penelitian. Tahap kedua adalah penyajian data, di mana data yang telah terorganisir disajikan dalam bentuk narasi tematik yang sistematis serta didukung oleh bagan alir (*flowchart*) untuk menggambarkan proses transaksi online dan peran Sistem Informasi Manajemen secara lebih jelas dan terstruktur. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, di mana temuan awal yang diperoleh diverifikasi secara terus-menerus melalui sumber data dan metode guna memastikan keabsahan dan kredibilitas hasil penelitian sebelum akhirnya dirumuskan menjadi kesimpulan yang utuh dan menjawab rumusan masalah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

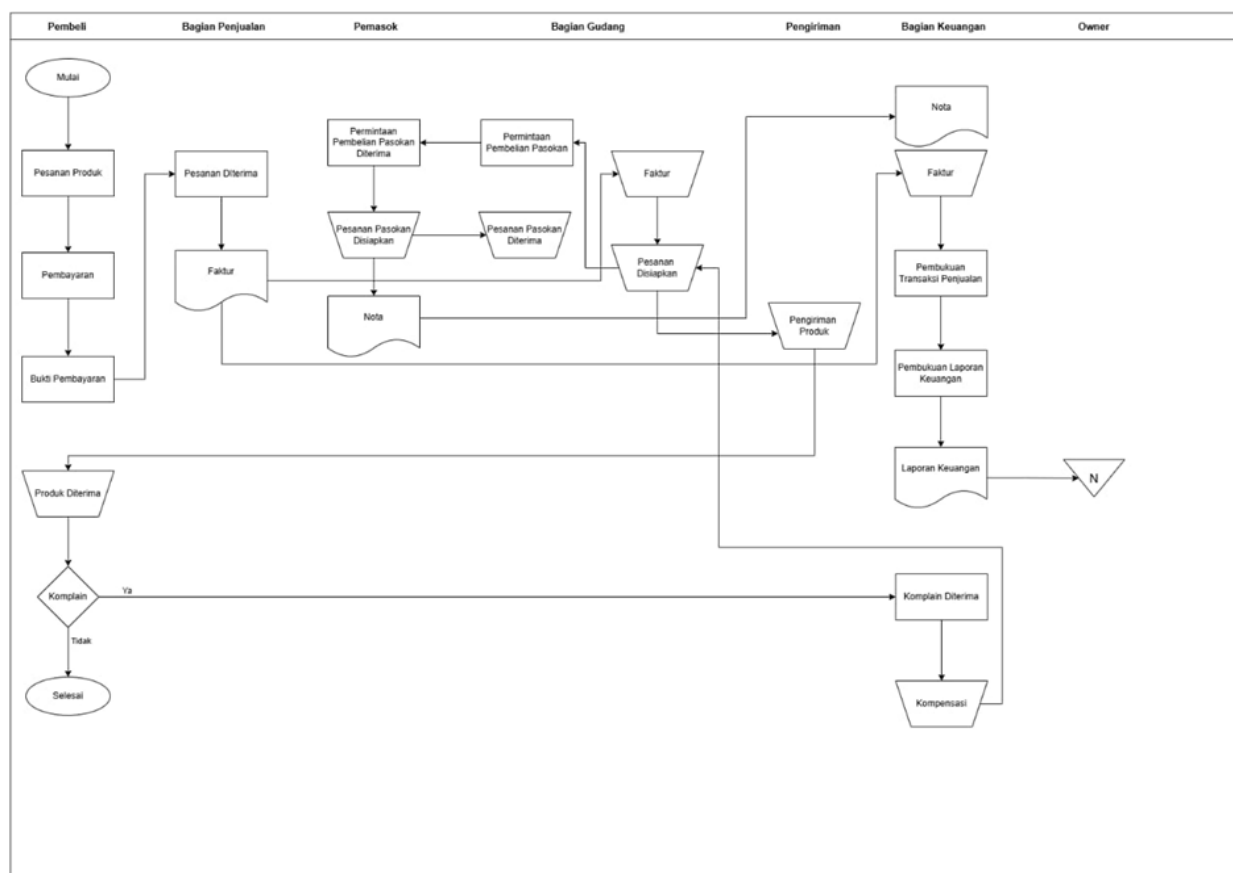
Profil UMKM

PT Dlizfood Borobudur Sejahtera berdiri sejak tahun 2018 dan terus berkembang sebagai produsen olahan rempah lokal yang berfokus pada kualitas dan keberlanjutan produk. Usaha ini hadir sebagai mitra bagi hotel, restoran, kafe, serta retailer dengan menyediakan berbagai jenis rempah-rempah kering, buah kering, dan sayur kering berkualitas tinggi yang diolah melalui proses higienis dan terstandar. Selain menyasar segmen bisnis, perusahaan juga memenuhi kebutuhan rumah tangga yang semakin peduli pada gaya hidup sehat melalui konsumsi bahan alami berkualitas. Dalam kegiatan pemasaran, perusahaan menggunakan *brand* ROSELIZ, sementara badan usaha resminya terdaftar dengan nama PT Dlizfood Borobudur Sejahtera. UMKM ini dikelola oleh Ibu Elisa Anggraeni, seorang wirausahawan yang memiliki komitmen kuat untuk mengembangkan rempah-rempah dan produk herbal Nusantara agar memiliki nilai tambah serta daya saing, baik di pasar nasional maupun internasional.

Dalam proses produksinya, Roseliz telah menerapkan standar kebersihan yang ketat, salah satunya melalui penggunaan *food dehydrator* sebagai alat utama pengeringan. Teknologi ini membuat produk tetap bersih, aman dikonsumsi, dan memiliki daya simpan yang lebih panjang tanpa mengurangi kualitas rasa maupun kandungan nutrisi. Produk-produk Roseliz juga semakin dikenal luas oleh konsumen karena variasinya yang beragam, seperti wedang uwuh, wedang telang, wedang rempah, dan berbagai olahan herbal lainnya. Inovasi ini tidak hanya menjaga keberlanjutan tradisi minuman herbal Nusantara, tetapi juga mengemasnya dalam bentuk yang lebih modern, praktis, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen masa kini yang mengutamakan kemudahan dan kesehatan.

Salah satu capaian terbesar Roseliz adalah keberhasilannya memasuki pasar internasional. Produk olahan rempah yang dihasilkan tidak hanya diminati oleh konsumen lokal, tetapi juga telah berhasil menembus berbagai negara seperti Italia, Turki, Belanda, Hongkong, dan Korea Selatan. Pencapaian ekspor ini mencerminkan kualitas produk yang mampu memenuhi standar global sekaligus membuktikan bahwa UMKM Indonesia memiliki potensi besar untuk bersaing di pasar dunia. Keberhasilan tersebut menjadi motivasi kuat bagi perusahaan untuk terus memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan kualitas produksi, serta mempertahankan kekhasan bahan alami Indonesia sebagai keunggulan utama. Dengan fondasi yang kuat ini, PT Dlizfood Borobudur Sejahtera terus menunjukkan perkembangan yang menjanjikan dan berkontribusi dalam mengenalkan kekayaan rempah Nusantara ke kancah internasional.

Flowchart Transaksi Online



Penjelasan:

Proses pemesanan dilakukan secara daring melalui platform seperti *marketplace* atau *website* bisnis, di mana data pesanan dan pembayaran otomatis tercatat dalam sistem. Setelah pesanan masuk, bagian penjualan langsung memproses faktur digital yang terkirim ke gudang untuk penyiapan barang. Bagian gudang menyiapkan produk sesuai pesanan, kemudian menyerahkan ke bagian pengiriman (*delivery*) yang juga terhubung dengan sistem untuk mencatat status pengiriman secara *real-time*. Pembeli dapat memantau posisi produk yang dikirim dan menerima notifikasi saat barang sampai. Selain itu, bagian keuangan secara otomatis mencatat transaksi yang terjadi tanpa harus melakukan pembukuan manual karena sistem sudah terintegrasi dengan pembayaran digital dan faktur elektronik. Pemilik usaha dapat mengakses laporan keuangan secara langsung dari sistem tanpa perlu menunggu laporan akhir bulan.

Pada pengembangan tahap after ini, kami juga merekomendasikan penambahan dan pemisahan beberapa posisi fungsi kerja dalam struktur sistem agar alur kerja semakin jelas dan profesional.

1. Bagian keuangan dan *owner* sebaiknya dipisah agar pemilik dapat fokus pada pengawasan dan pengambilan keputusan strategis, sementara bagian keuangan berperan sebagai pengelola transaksi dan penyusun laporan keuangan harian atau bulanan. Pemisahan ini bermanfaat untuk meningkatkan akurasi dan transparansi laporan keuangan karena setiap fungsi memiliki tanggung jawab yang lebih spesifik.

2. Pemasok (*supplier*) tetap perlu dimasukkan dalam sistem *Online* agar proses pemesanan bahan baku dapat dilakukan secara otomatis berdasarkan stok gudang. Dengan begitu, proses restock menjadi lebih cepat dan tidak menunda produksi.
3. Bagian *delivery* atau pengiriman juga disarankan untuk berdiri sebagai bagian tersendiri yang terhubung langsung dengan sistem pemesanan dan pembayaran. Keberadaan bagian ini penting agar pengiriman produk dapat dimonitor secara digital, baik oleh pembeli maupun pihak internal, sehingga meminimalkan risiko keterlambatan dan kehilangan barang.

Program yang Dijalankan

PT Dlizfood Borobudur Sejahtera telah melaksanakan program pengembangan bisnis melalui pendekatan digitalisasi yang bertujuan memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Upaya ini diwujudkan melalui digitalisasi penjualan wedang jamu herbal pada berbagai *platform e-commerce* dan media sosial sehingga proses pemasaran menjadi lebih efektif, cepat, serta mampu menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain itu, perusahaan juga mengembangkan produk wedang jamu siap seduh dengan kemasan modern, sebagai langkah inovatif untuk menyesuaikan diri dengan preferensi konsumen masa kini yang mengutamakan kepraktisan tanpa mengurangi kualitas produk tradisional.

Melalui langkah digitalisasi tersebut, PT Dlizfood Borobudur Sejahtera tidak hanya berfokus pada ekspansi pasar, tetapi juga pada penguatan sistem manajemen internal agar setiap proses bisnis berjalan lebih terukur dan terarah. Perusahaan mulai memanfaatkan Sistem Informasi Manajemen (SIM) sederhana yang mencakup penggunaan *spreadsheet*, *marketplace analytics*, dan *insight* media sosial untuk mengumpulkan serta menganalisis data penjualan. Dengan sistem ini, perusahaan dapat memahami tren penjualan, preferensi konsumen terhadap rasa dan kemasan, serta waktu penjualan tertinggi, sehingga strategi pemasaran dapat disesuaikan dengan kebutuhan pasar secara lebih akurat.

Selanjutnya, integrasi SIM dengan aktivitas digital marketing membantu perusahaan memantau kinerja program digital secara berkelanjutan. Melalui laporan kinerja bulanan, manajemen dapat menilai efektivitas promosi, tingkat interaksi pelanggan, dan kepuasan konsumen berdasarkan ulasan online. Dari pemantauan tersebut, perusahaan kemudian melakukan sejumlah tindakan korektif seperti penyesuaian harga, peningkatan kualitas kemasan, hingga pelatihan digital marketing bagi tim. Kombinasi antara digitalisasi, inovasi produk, dan pemanfaatan data ini telah menghasilkan dampak positif, termasuk peningkatan penjualan, kenaikan omset, efisiensi operasional, serta meningkatnya *brand awareness* di pasar online, yang secara keseluruhan memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan industri minuman herbal modern.

Peran Sistem Informasi Manajemen (SIM) dalam Pelaksanaan Program

Sistem Informasi Manajemen (SIM) yang memanfaatkan aplikasi *spreadsheet*, *marketplace analytics*, dan *insight* media sosial memiliki peran strategis dalam mendukung digitalisasi bisnis PT Dlizfood Borobudur Sejahtera. Penggunaan SIM memungkinkan perusahaan mengumpulkan serta menganalisis data penjualan secara terstruktur, termasuk tren penjualan per produk dan wilayah, preferensi konsumen terhadap rasa, ukuran, serta kemasan, dan waktu penjualan tertinggi. Data tersebut membantu perusahaan menyesuaikan strategi pemasaran, mengelola persediaan secara efisien, serta mengambil keputusan berbasis informasi yang akurat untuk meningkatkan kinerja penjualan online.

Penerapan SIM juga memberikan kemampuan bagi perusahaan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman dalam persaingan digital. Peluang terlihat dari meningkatnya minat masyarakat terhadap minuman herbal praktis dan alami pascapandemi, yang dapat

dimanfaatkan untuk memperluas pasar dan memperkuat inovasi produk. Ancaman muncul dari pesaing baru yang menawarkan produk serupa dengan harga lebih rendah dan pilihan yang lebih beragam di marketplace. Analisis yang dihasilkan melalui SIM membantu perusahaan merancang strategi diferensiasi, memperkuat daya saing, serta merespons perubahan pasar secara cepat dan tepat.

Dampak dan Efektivitas SIM terhadap Penjualan Online

Efektivitas penggunaan data dari SIM dan implementasi program digital memberikan dampak positif yang signifikan bagi perkembangan bisnis PT Dlizfood Borobudur Sejahtera. Data penjualan yang dihimpun melalui SIM menunjukkan adanya peningkatan sekitar 25% dalam enam bulan pertama setelah peluncuran produk digital. Peningkatan ini didorong oleh kemampuan perusahaan dalam memahami perilaku konsumen, menyesuaikan strategi pemasaran, serta mengoptimalkan kanal digital berdasarkan informasi yang akurat. Pasar utama yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ini berasal dari wisatawan dan pembeli online yang semakin tertarik pada produk wedang jamu praktis.

Selain pertumbuhan penjualan, omset perusahaan juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan, yaitu berkisar 10-30% dibandingkan dengan periode sebelum program digitalisasi diterapkan. Kenaikan omset ini tidak hanya dipengaruhi oleh meningkatnya jumlah pesanan, tetapi juga oleh perluasan jangkauan konsumen melalui platform media sosial dan marketplace. Peningkatan *brand awareness* turut menjadi dampak langsung dari aktivitas digital marketing, yang membuat produk semakin dikenal dan mendapatkan lebih banyak perhatian dari calon pembeli di berbagai wilayah.

Di sisi lain, penggunaan SIM juga memberikan manfaat dalam meningkatkan efisiensi operasional perusahaan. Sistem informasi yang digunakan membantu dalam mengelola stok secara lebih teratur, memprediksi kebutuhan bahan baku, serta memastikan distribusi produk berjalan tepat waktu. Dengan pengelolaan yang lebih terstruktur, perusahaan dapat mengurangi risiko kekurangan atau kelebihan stok, mempercepat proses pemenuhan pesanan, serta menjaga kualitas layanan kepada pelanggan. Secara keseluruhan, integrasi antara SIM dan program digital telah terbukti mendukung pertumbuhan bisnis sekaligus memperkuat daya saing perusahaan di pasar online.

Peran Sistem Informasi Manajemen (SIM) dalam Evaluasi Digital

Sistem Informasi Manajemen digunakan untuk memantau pelaksanaan program digital serta memastikan setiap aktivitas berjalan sesuai target yang telah ditetapkan. Melalui indikator pemantauan seperti laporan kinerja bulanan, manajemen dapat menilai pencapaian target penjualan, mengevaluasi efektivitas promosi digital melalui *engagement rate* dan *conversion rate*, serta melihat tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan ulasan yang muncul di platform online. Dari hasil pemantauan tersebut, diketahui bahwa program *digital marketing* diperkirakan telah mencapai 75% dari target interaksi online. Temuan ini menjadi dasar bagi perusahaan untuk mengambil tindakan korektif, seperti melakukan penyesuaian harga, meningkatkan kualitas kemasan agar lebih menarik, dan memberikan pelatihan digital marketing kepada tim untuk memperkuat kapabilitas pemasaran.

Secara keseluruhan, pembahasan ini memperlihatkan bahwa penggunaan SIM sederhana tetap mampu berfungsi sebagai alat monitoring dan analisis dasar yang efektif. Meskipun teknologi yang digunakan tidak kompleks, SIM memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan penjualan dan perluasan *brand awareness* di pasar online. Melalui pemantauan yang konsisten dan tindakan perbaikan yang tepat waktu, perusahaan dapat mengembangkan strategi digital yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan konsumen serta dinamika persaingan pasar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM) pada PT Dlizfood Borobudur Sejahtera terbukti berperan penting dalam meningkatkan efektivitas penjualan online dan efisiensi operasional melalui penggunaan *spreadsheet*, *marketplace analytics*, dan media sosial *insight* yang membantu pencatatan transaksi, pemantauan stok, analisis tren, serta pengelolaan pesanan secara lebih terstruktur. Digitalisasi ini juga mendorong peningkatan kinerja penjualan, omset, dan *brand awareness*, meskipun masih menghadapi kendala seperti literasi digital SDM yang terbatas, integrasi sistem yang belum optimal, dan pemanfaatan teknologi yang masih sederhana. Karena itu, peningkatan kapasitas digital, pengembangan sistem terintegrasi, dan penataan ulang alur kerja diperlukan agar transformasi digital perusahaan semakin efektif dan daya saing UMKM terus meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Hartanto, M. B., Marliana, I., & Lediya, R. (2022). *Strategi Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Berbasis Cloud Computing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*. 3(1), 1-6.
- Nafian, S. I., Safitri, S. A., & Nur'aini, S. (2024). Penggunaan Sistem Informasi Manajemen Dalam Pengelolaan Umkm: Mini Literature Review. *Jurnal Teknologi Informasi*, 10(1), 45-49. <https://doi.org/10.52643/jti.v10i1.2705>
- Pangestu, A. (2021). ANALISIS KEUANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DITINJAU DARI STANDAR AKUNTANSI KEUANGAN ENTITAS MIKRO KECIL MENENGAH (Studi pada UMKM Catering Box 3 Putri). *DSpace Repository*. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/37807/17312349.pdf?sequence=1>
- Puspitasari, V., & Rachmawati, D. (2018). *Implementasi Sistem Pengendalian Manajemen pada UMKM Batik Lasem*. 4309, 29-43.
- Rahayu, W., & Veri, J. (2025). Penerapan Sistem Informasi Manajemen Berbasis Digital dalam UMKM: Sebuah Kajian Literatur. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 5(2), 267-272. <https://doi.org/10.31004/jh.v5i2.2340>
- Rifai, A., & Haerani, A. (2020). *Sistem Informasi Manajemen Mendukung Kelangsungan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dampak Situasi Pandemi Covid- 19*. 2014-2026.
- Rohman, M. H., Taufiq, M., & Wijaya, R. S. (2023). Peningkatan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Upaya Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Dalam Program Kknt-Mbkm Di Kelurahan Rungkut Tengah, Kecamatan Gunung Anyar, Kota Surabaya. *INCIDENTAL: Journal Of Community Service and Empowerment*, 2(01), 64-74. <https://doi.org/10.62668/incidental.v2i01.723>
- Utami, I. D., Santosa, I., Annisa, R., Simanjuntak, I. R., Permatasari, U. A., & Faizah, N. (2019). Sistem Informasi Manajemen Berbasis Web pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus: UMKM Sumber Jokotole, Socah, Bangkalan). *INTEGER: Journal of Information Technology*, 4(1). <https://doi.org/10.31284/j.integer.2019.v4i1.493>
- Widjaja, M. Y. A., & Anifatin, Y. A. (2020). *Analisis Penerapan Sistem Informasi Manajemen UMKM pada Operasional Kantin Ilmu di Yayasan Perkumpulan Kanjeng Sepuh*. 17, 302.