

Peran Sistem Informasi Manajemen Terhadap Perkembangan E- Commerce Dalam Pengambilan Keputusan Bagi Usaha UMKM

Agung Wijoyo S.Kom., M.Kom¹, Ayu Andika², Dimas Aji Saputra³, Inna Rismayanti⁴,
Muhamad Imam Sofisa⁵

¹²³⁴⁵Ekonomi dan bisnis, Manajemen SDM, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

Email : ¹dosen01671@gmail.com, ²ayuandika@gmail.com,

³dimasajisaputra338@gmail.com, ⁴innarismayanti21@gmail.com,

⁵imamsofisa@gmail.com,

Abstrak-Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Sistem Informasi Manajemen (SIM) dalam mendukung perkembangan E-Commerce serta pengambilan keputusan bagi usaha skala kecil dan menengah (UMKM). Dalam era globalisasi yang ditandai dengan pertumbuhan pesatnya teknologi informasi, penggunaan E-Commerce menjadi sangat penting bagi kelangsungan dan pertumbuhan usaha UMKM. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif terhadap data primer dan sekunder untuk mengidentifikasi kontribusi SIM dalam meningkatkan efisiensi operasional, pengambilan keputusan, dan pertumbuhan bisnis melalui platform E-Commerce. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan SIM secara efektif dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi UMKM dalam pasar global yang semakin terintegrasi.

Kata Kunci: Sistem Informasi Manajemen, E-Commerce, UMKM, Pengambilan Keputusan, Efisiensi Operasional

Abstract-This research aims to analyze the role of Management Information Systems (MIS) in supporting the development of E-Commerce and decision-making for small and medium-sized enterprises (SMEs). In an era of globalization marked by the rapid growth of information technology, the use of E-Commerce is crucial for the sustainability and growth of SMEs. This study employs a descriptive analysis method on primary and secondary data to identify the contribution of MIS in enhancing operational efficiency, decision-making, and business growth through the E-Commerce platform. The research findings indicate that the effective use of MIS can provide a competitive advantage for SMEs in an increasingly integrated global market.

Keywords: Management Information Systems, E-Commerce, SMEs, Decision-Making, Operational Efficiency.

PENDAHULUAN

Persaingan dunia saat ini semakin ketat dan sulit, kita harus tetap waspada terhadap perbaikan di era yang serba digital ini. Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi informasi dalam dunia bisnis saat ini memiliki fungsi penting bagi para pelaku bisnis dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Hal ini dikarenakan teknologi informasi memberikan keamanan dalam berbisnis secara cepat, tepat, dan akurat.

E-commerce adalah bisnis digital, yang menghubungkan perusahaan atau individu sebagai pembeli untuk melakukan transaksi elektronik, pertukaran barang, perdagangan atau pertukaran informasi melalui web atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. Belum lama ini, perkembangan e-commerce di masyarakat berjalan sangat pesat. Hingga saat ini perkembangan e-commerce di masyarakat sangat pesat, karena bisnis digital ini sangat membantu perekonomian daerah. Saat ini industri e-commerce sangat mempengaruhi lapangan kerja yang ada di Indonesia, perkembangan pasar bisnis digital dapat menambah lapangan kerja baru di Indonesia, muncul lapangan kerja baru untuk membantu mendukung kegiatan e-commerce, misalnya posisi programming atau logistik di perusahaan e-tailing, dan posisi yang ada disegarkan dengan perkembangan bisnis digital, misalnya pengelola UMKM berpindah dari bidang bisnis offline ke

online.

Sistem informasi manajemen atau sistem informasi manajemen adalah sistem untuk mengendalikan fungsi internal perusahaan dengan memanfaatkan orang, dokumen atau data, dan teknologi untuk memecahkan masalah yang ada dalam perusahaan seperti masalah keuangan hingga masalah strategis yang digunakan. Ternyata e-commerce berkaitan dengan sistem informasi manajemen untuk kegiatan operasional dan juga pengambilan keputusan. Sistem informasi yang digunakan oleh e-commerce adalah DSS atau Discussion Support System dimana digunakan sebagai pengambilan keputusan berbasis data. Fungsi penting sistem manajemen informasi dalam bisnis adalah mengumpulkan data, mengolah data, dan menyajikan informasi.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis dan sintesis literatur. Langkah pertama adalah mengidentifikasi sumber-sumber literatur yang relevan melalui pencarian online yang meliputi basis data jurnal ilmiah, repositori universitas, dan situs-situs terpercaya lainnya. Setelah sumber-sumber yang tepat telah diidentifikasi, dilakukan analisis terhadap konten yang terkait dengan peran SIM dalam mendukung e-commerce dan pengambilan keputusan UMKM. Penilaian kritis terhadap metodologi dan temuan penelitian sebelumnya juga dilakukan untuk memastikan validitas dan keandalan data yang digunakan dalam penelitian ini.

ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Pengertian Sistem Informasi Manajemen

Sistem informasi manajemen adalah suatu sistem perencanaan bagian dari pengendalian internal dalam bisnis yang meliputi dokumen, manusia, teknologi, dan prosedur dalam akuntansi manajemen. Dikutip dari buku Sistem Informasi Manajemen Sumber Daya Manusia, sistem informasi manajemen adalah kumpulan dari sistem manajemen atau sistem yang menyediakan informasi yang bertujuan untuk mendukung operasional manajemen dan pengambilan keputusan dalam suatu organisasi. Tujuan utama dalam pembangunan sistem ini adalah untuk memecahkan berbagai masalah dalam bisnis, seperti layanan, biaya produk, dan strategi bisnis. Sistem ini digunakan untuk melakukan analisis sistem informasi pada penerapan aktivitas operasional suatu organisasi.

Beberapa pendapat ahli tentang pengertian sistem informasi manajemen sebagaimana dikutip oleh Rochaety sebagai berikut.

Gordon B. Davis mengemukakan bahwa sistem informasi manajemen merupakan suatu sistem manusia dan mesin yang terpadu untuk menyajikan informasi guna mendukung fungsi operasi, manajemen, dan proses pengambilan keputusan dalam suatu organisasi.

Soetedjo Moeljodiharjo berpendapat bahwa sistem informasi manajemen merupakan suatu metode yang menghasilkan informasi yang tepat waktu yang digunakan untuk langkah pengambilan keputusan dalam rangka memperbaiki perencanaan dan pengendalian.

Robert W. Holmes mengartikan sistem informasi manajemen sebagai suatu sistem yang dirancang untuk menyajikan informasi pilihan yang berorientasi kepada keputusan guna merencanakan, mengawasi, dan menilai aktivitas organisasi yang dirancang dalam kerangka kerja. D. Joseph F. Kelly menyatakan bahwa sistem informasi manajemen merupakan perpaduan antara sumber daya manusia dengan sumber daya lainnya yang berlandaskan komputer sehingga menghasilkan kumpulan penyimpanan, perolehan kembali, komunikasi, dan penggunaan data untuk tujuan operasi manajemen yang efisien.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem informasi manajemen dalam pendidikan merupakan rangkaian keterkaitan antara sumber daya manusia dengan aplikasi

teknologi informasi yang digunakan untuk menyimpan, mengolah, dan mengambil kembali data dalam rangka untuk mendukung proses pengambilan keputusan dalam bidang pendidikan.

3.2 Pengertian E-Commerce

E-commerce (Elektronik Commerce) atau dalam bahasa Indonesia Perdagangan Secara Elektronik adalah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. Secara sederhana e-commerce adalah proses pembelian maupun penjualan produk secara elektronik. e-commerce sendiri makin kian berkembang beberapa tahun belakangan ini dan secara perlahan menggantikan toko tradisional (Offline).

Definisi e-commerce menurut Adi Nugroho (2006), e-commerce (perdagangan elektronik) adalah cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa lewat jaringan internet.

Sedangkan menurut Rahmati (2009), e-commerce adalah singkatan dari Electronic Commerce yang artinya sistem pemasaran secara atau dengan media elektronik. E-commerce ini mencakup distribusi, penjualan, pembelian, marketing dan service dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah sistem elektronika seperti internet atau bentuk jaringan komputer yang lain. E-commerce bukan sebuah jasa atau sebuah barang, tetapi merupakan perpaduan antara jasa dan barang. E-commerce dan kegiatan yang terkait melalui internet dapat menjadi pemicu untuk memperbaiki ekonomi domestik melalui liberalisasi jasa domestik dan mempercepat integrasi dengan kegiatan produksi global. Karena e-commerce akan mengintegrasikan perdagangan domestik dengan perdagangan dunia, berbagai bentuk pembicaraan atau negosiasi tidak hanya akan terbatas dalam aspek perdagangan dunia, tetapi bagaimana kebijakan domestik tentang pengawasan di sebuah negara, khususnya dalam bidang telekomunikasi, jasa keuangan, dan pengiriman serta distribusi.

Secara garis besar e-commerce adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penjualan barang dan jasa melalui Internet. Dalam pengertian yang paling umum, hanya menciptakan situs Web yang mengiklankan dan mempromosikan produk anda dapat dianggap "e-commerce." dalam beberapa tahun terakhir, bagaimanapun e-commerce telah menjadi jauh lebih canggih. Bisnis e-commerce sekarang menawarkan toko online di mana pelanggan dapat mengakses ribuan produk, pemesanan, pilih metode pengiriman yang diinginkan dan pembayaran dengan menggunakan atm, mobile banking, atau kartu kredit mereka.

3.2.1 Jenis Jenis E-Commerce :

Berikut beberapa jenis E-Commerce yang paling sering dilakukan, antara lain:

1. *E-commerce consumer to consumer (C2C)* Jenis e-commerce c2c ini dilakukan antara konsumen dengan konsumen. Misalnya, konsumen dari suatu produsen akan menjual kembali produk ke konsumen lainnya. Contohnya : Tokopedia, Bukalapak, OLX dan sejenisnya.

2. *E-commerce business to business (B2B)* Jenis bisnis B2B ini dilakukan oleh orang atau pihak yang memiliki kepentingan yang sama dalam menjalankan bisnis, dimana keduanya saling mengenal dan mengetahui proses bisnis yang dilakukannya. Biasanya B2B jenis ini dilakukan secara berkesinambungan karena kedua belah pihak saling diuntungkan dan ada rasa saling percaya. Contoh bisnis B2B adalah ketika dua perusahaan melakukan transaksi jual beli online, serta pembayaran yang tersedia menggunakan kartu kredit.

3. *E-commerce consumer to business (C2B)* Jenis C2B adalah bisnis antara konsumen dan produsen. Usaha tersebut dilakukan oleh konsumen kepada produsen yang menjual produk atau jasa. Misalnya konsumen akan menampilkan detail produk atau jasa yang diinginkan secara online kepada produsen. Produsen yang mengetahui permintaan akan menawarkan produk atau jasa yang diinginkan konsumen.

4. *E-commerce business to consumer (B2C)* Jenis e-commerce B2C ini dilakukan oleh bisnis dan konsumen. Transaksi e-commerce ini terjadi seperti jual beli biasa. Konsumen mendapatkan

penawaran produk dan melakukan pembelian secara online. Misalnya, produsen menjual produk ke konsumen secara online. Disini para produsen akan menjalankan bisnis dengan cara memasarkan produknya ke konsumen tanpa ada feedback dari konsumen untuk melakukan bisnis kembali. Jadi, produsen hanya memasarkan produk atau jasa, sedangkan konsumen hanya sebagai pembeli atau pengguna.

3.2.2 Metode Yang Sering Digunakan Dalam E-commerce

Untuk masalah pembayaran, ada beberapa metode yang sering digunakan dalam E-Commerce, yaitu:

1. Pembayaran Elektronik Pembayaran dengan metode ini menggunakan internet banking, kartu kredit/debit, atau dengan uang digital yang sudah beredar seperti Go-Pay, Ovo, Link aja, Dana, Dan lainnya.
2. Pembayaran *Cash On Delivery (Cash On Delivery)* Transaksi pembayaran dengan metode ini dilakukan secara langsung. Jadi Penjual dan Pembeli akan bertemu sesuai dengan kesepakatan (bisa juga dengan bantuan perantara kurir), setelah menerima barang, pembeli membayarkan uang secara tunai kepada pihak Penjual. Pembayaran menggunakan metode ini juga dapat meminimalisir terhadap penipuan secara online.
3. Pembayaran lewat Transfer Pihak pembeli akan mentransfer sejumlah uang ke nomor rekening penjual. setelah membayar, barang baru akan dikirim oleh penjual melalui jasa pengiriman.

3.2.3 Manfaat E-commerce

Berikut beberapa manfaat alasan mengapa e-commerce merupakan pilihan yang menarik bagi para pengusaha:

- a. Menghemat Waktu
- b. Pembeli lintas Wilayah
- c. Mampu meningkatkan market exposure
- d. Mampu meningkatkan customer loyalty
- e. Mampu meningkatkan supplier management
- f. Mampu mengurangi biaya operasional (operating cost)
- g. Dapat mempersingkat waktu produksi

3.4 Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Dalam peraturan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), disebutkan bahwa : “Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria masing-masing usaha”.

Adapun menurut Nayla (2014), karakteristik UMKM antara lain yaitu sebagai berikut:

1. Manajemen usaha sendiri: Pemilik UKM memiliki kebebasan untuk bertindak dan mengambil keputusan sendiri dengan kemajuan usahanya.
2. Modal usaha yang terbatas: UKM memiliki modal yang terbatas, karena pada umumnya modal hanya berasal dari pemilik usaha atau bisa juga sekelompok kecil orang yang juga menginvestasikan uangnya di modal UKM.

3. Karyawan kebanyakan dari penduduk setempat: Pada umumnya UKM mempekerjakan karyawan dari penduduk setempat. Ini karena hal dua. Pertama, pemilik UKM ingin memanfaatkan warga setempat agar bisa bekerja secara mandiri di daerah tersebut. Kedua, keterbatasan dana untuk membayar pegawai yang berasal dari luar daerah.
4. Merupakan bisnis keluarga: Bisnis ini dijalankan dan dikembangkan oleh pemilik bisnis dan keluarganya. Setelah berkembang cukup besar, pemilik UKM mempekerjakan penduduk setempat dengan sistem kekeluargaan.
5. Posisi kunci dipegang oleh pemilik: Maju dan mundurnya UKM sepenuhnya tergantung pada pemilik usaha. Dalam hal ini, berarti sistem menjalankan atau mempromosikan bisnis tidak diajarkan kepada karyawan atau orang yang mereka percayai.
6. Modal usaha yang berasal dari keuangan keluarga Sebagian besar UKM tidak mengandalkan modal dari pihak luar seperti investor atau bank, melainkan dari keuangan keluarga sehingga memungkinkan terjadinya perpaduan antara keuangan keluarga dan perusahaan. Modal dari pihak luar hanya dibutuhkan ketika pemilik UKM ingin mengembangkan usahanya ke luar daerah.
7. Menuntut motivasi tinggi Untuk memajukan UKM, pemilik usaha dituntut memiliki motivasi yang tinggi. Motivasi tersebut antara lain motivasi untuk melakukan promosi besar-besaran, membuat situs bisnis, membuat strategi pemasaran online dan offline, dan sebagainya.
8. Menggunakan teknologi sederhana dalam proses produksi: Pada umumnya UKM masih menggunakan teknologi sederhana dalam proses produksinya. Teknologi sederhana yang dimaksud di sini adalah alat-alat yang masih tradisional dan belum canggih seperti yang terjadi akhir-akhir ini

3.5 Kelebihan dan Kekurangan E- Commerce

Tidak bisa dipungkiri jika semakin hari popularitas e-commerce memang semakin meningkat. Tren belanja online yang terus meningkat membuat penggunaan e-commerce juga semakin meningkat. Meski begitu, tetap harus tahu kelebihan dan kekurangan e-commerce seperti berikut :

➤ Kelebihan E-Commerce:

1. Meningkatkan Transaksi Antar Wilayah

Salah satu kelebihan dari penggunaan e-commerce adalah bisa meningkatkan transaksi antar wilayah. Dengan kelebihan dan kekurangan e-business model ini, proses jual beli yang dulu hanya bisa dilakukan untuk lingkungan dekat, kini dapat dilakukan secara lebih luas. Hal ini karena transaksi jual beli dilakukan secara online sehingga tidak memiliki batasan waktu dan jarak.

2. Meningkatkan Market Expose

Transaksi jual beli melalui e-commerce ini bisa dilakukan dari mana saja tanpa adanya batasan wilayah. Secara tidak langsung, kelebihan dan kekurangan e-commerce menurut para ahli mampu meningkatkan exposure dari toko tersebut sehingga akan lebih dikenal oleh konsumen luas.

3. Tidak Membutuhkan Toko Fisik

Berjualan di e-commerce tidak mengharuskan pemilik bisnis memiliki toko fisik. Hal tersebut karena semua transaksi dilakukan secara online dimana penjual dan pembeli tidak perlu bertemu secara langsung. Anda hanya perlu mengupload foto produk yang dijual melalui platform e-commerce dan konsumen bisa melihat dan langsung membeli jika tertarik.

Pengelolaan Usaha Lebih Mudah

Satu lagi kelebihan e-commerce adalah memudahkan dalam pengelolaan usaha. Anda tidak perlu pusing tentang bagaimana proses transaksi dan pengiriman barang karena semua sudah disediakan oleh platform e-commerce. Selain itu, ada banyak pilihan pembayaran yang disediakan mulai dari transfer bank hingga menggunakan fasilitas uang elektronik.

➤ Kekurangan E-Commerce:

Selain memiliki kelebihan, e-commerce juga memiliki kekurangan yang perlu di waspadai. Berikut ini kekurangan e-commerce yang perlu Anda ketahui:

1. Masalah Keamanan

Salah satu kekurangan terbesar dari penggunaan apa itu e-commerce dan contohnya adalah berkaitan dengan masalah keamanan. Dalam transaksi melalui e-commerce masih sering terjadi penipuan dan transaksi palsu yang bisa merugikan konsumen.

2. Ketidaksesuaian Produk

Kekurangan lainnya saat melakukan transaksi jual beli secara online adalah barang yang dikirim tidak sesuai dengan yang dipesan. Untuk menghindari risiko ini, penting bagi konsumen untuk memilih toko online terpercaya agar pesanan yang diterima dari kelebihan dan kekurangan electronic markets (ems) sesuai dengan yang diinginkan.

3. Kerugian Tidak Terduga

Meski menawarkan keuntungan bisnis yang cukup menggiurkan, akan tetapi berjualan melalui platform e-commerce juga memiliki risiko mendatangkan kerugian tidak terduga. Hal ini bisa terjadi jika ada salah satu penjual yang melakukan penipuan sehingga membuat nama seluruh toko di platform e-commerce menjadi buruk di mata konsumen. Inilah perbedaan e-commerce dan e-business yang bisa mendatangkan kerugian tidak terduga.

3.6 Hubungan E-Commerce Dengan Sistem Informasi Manajemen

E-commerce dan sistem informasi manajemen (SIM) saling terkait. E-commerce adalah tindakan mendistribusikan, menjual, membeli, dan memasarkan sesuatu (barang dan jasa) melalui penggunaan jaringan telekomunikasi seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya.

Sedangkan SIM adalah sistem yang digunakan untuk mengontrol fungsi internal perusahaan dengan memanfaatkan manusia, dokumen atau data, dan teknologi untuk menyelesaikan masalah yang ada di perusahaan, seperti masalah keuangan hingga masalah strategi. E-commerce dan SIM saling terkait karena e-commerce menggunakan SIM untuk aktivitas operasional dan manajemen. SIM digunakan untuk mengelola data pelanggan, inventaris, dan transaksi e-commerce. SIM juga membantu dalam pengambilan keputusan bisnis dan perencanaan strategis untuk e-commerce. SIM juga membantu dalam mempercepat proses bisnis e-commerce dan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi dan pelayanan yang lebih baik.

Dalam konteks ini, SIM sangat penting dalam mendukung keberhasilan e-commerce. SIM membantu dalam mengelola data dan informasi yang diperlukan untuk menjalankan bisnis e-commerce dengan lebih efektif dan efisien. SIM juga membantu dalam mempercepat proses bisnis e-commerce dan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi dan pelayanan yang lebih baik.

Meski menawarkan keuntungan bisnis yang cukup menggiurkan, akan tetapi berjualan melalui platform e-commerce juga memiliki risiko mendatangkan kerugian tidak terduga. Hal ini bisa terjadi jika ada salah satu penjual yang melakukan penipuan sehingga membuat nama seluruh toko di platform e-commerce menjadi buruk di mata konsumen. Inilah perbedaan e-commerce dan e-business yang bisa mendatangkan kerugian tidak terduga.

Selain itu, ada TPS, atau sistem pemrosesan transaksi, yang digunakan untuk memproses data keuangan yang masuk ke bisnis karena bisnis online memerlukan pembayaran online. Berikut ini adalah sistem informasi manajemen, kadang-kadang dikenal sebagai SIM. SIM digunakan untuk membantu tugas-tugas bisnis. Memanfaatkan *Executive Information System (EIS)* yang merupakan titik akses manajemen untuk memantau informasi internal dan eksternal perusahaan.

Karena itu, sangat penting bagi perusahaan e-niaga untuk meningkatkan penawaran dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi mereka dengan menerapkan empat sistem informasi manajemen yang telah dibahas.

3.7 Peranan Sistem Informasi Manajemen Dalam E-Commerce dan Pengambilan Keputusan

Sistem informasi manajemen (SIM) memiliki peranan yang sangat penting dalam perkembangan e-commerce dan pengambilan keputusan bagi usaha UMKM. Sebagai sebuah platform bisnis yang berbasis teknologi, e-commerce memerlukan SIM yang efektif dan efisien untuk mengelola dan menganalisis data yang terkait dengan transaksi penjualan dan pembelian online.

Dalam hal ini, SIM dapat membantu usaha UMKM memantau stok barang, mengelola pesanan, serta mengolah data pelanggan untuk membuat keputusan bisnis yang lebih baik.

Dengan adanya SIM yang handal, para pelaku bisnis dapat memperoleh akses ke data yang relevan dan akurat, sehingga dapat membuat keputusan berdasarkan fakta yang ada. Selain itu, SIM juga dapat membantu usaha UMKM mengoptimalkan kinerja mereka dalam bidang pemasaran, seperti melacak dan menganalisis kinerja kampanye iklan online.

Dengan cara ini, SIM memungkinkan para pelaku bisnis untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka agar lebih tepat sasaran dan efektif. Dalam bidang pemasaran, seperti melacak dan menganalisis kinerja kampanye iklan online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa implementasi efektif dari SIM dalam konteks e-commerce memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM, termasuk dalam hal efisiensi operasional, pengelolaan inventaris, pemasaran, dan layanan pelanggan. Keputusan yang didukung oleh data yang dihasilkan oleh SIM juga terbukti mendorong inovasi dan adaptasi strategi bisnis yang relevan dengan perubahan pasar dan kebutuhan konsumen. Namun demikian, tantangan terkait infrastruktur teknologi dan keterampilan SDM dalam penerapan SIM juga perlu mendapat perhatian serius.

KESIMPULAN

Sistem Informasi Manajemen dapat membantu UMKM dalam mengidentifikasi suatu masalah, menyelesaikan masalah dan mengevaluasi kinerja serta dapat digunakan pada perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Dalam lembaga atau organisasi banyak manfaat suatu sistem informasi bila digunakan sebaik mungkin. Keputusan yang baik akan ada jika terdapat informasi yang baik. Sistem informasi memiliki pengetahuan dalam memecahkan masalah melalui alternatif pemecahan sehingga dibutuhkan dalam pengambilan keputusan yang logis. Sistem Informasi hanya berperan sebagai alat bantu yang akan mempermudah manajemen suatu organisasi dalam mengambil keputusan, namun tidak untuk menggantinya. Karena manajemen dari suatu perusahaan akan memiliki *Decision Support System (DSS)* yang akan membantu manajer dalam mengambil keputusan. Dengan melakukan proses pengambilan keputusan secara tepat mampu mengatasi dan memecahkan masalah yang bersangkutan sehingga usaha pencapaian tujuan yang dimaksud dapat dilaksanakan secara baik dan efektif.

REFERENCES

- Aidil Amin Effendy, D. S. (2020). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota From* journal.stiemb.ac.id
<http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/571/248>.
- Lipursari, A. (2013, Februari). *Peran Sistem Informasi Manajemen (Sim) Dalam Pengambilan. From* neliti.com: <https://www.neliti.com/publications/132855/peran-sistem-informasi-manajemen-sim-dalam-pengambilan-keputusan>.
- Maharani, A. S. (2020). *Hubungan E-comemerce Dengan Sistem Informasi. kumparan.com.*
<https://kumparan.com/amanda-syakhinamaharani/sistem-informasi-manajemen-dalam-bisnis-e-commerce-1uq2kofrkaD/4>.
- Nugroho, A. (2006). *eCommerce : Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya.*
- Riadi, M. (2021, Desember 30). *UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) -Pengertian, Karakteristik dan Jenis. From kajianpustaka.com: https://www.kajianpustaka.com/2021/12/umkm-usaha-mikro-kecil-menengah.html /2021/12/umkm-usaha-mikro-kecil-menengah.html*.