



## Analisis Arsitektur Sistem Informasi Outlet Momoyo Tembilahan Menggunakan Metode Zachman Framework

Muhlishatun Niswah<sup>1</sup>

Program Studi Sistem Infromasi, STMIK Indragiri Pekanbaru

[muhlishatunn@gmail.com](mailto:muhlishatunn@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan Zachman Framework pada outlet Momoyo Tembilahan, sebuah usaha minuman kekinian yang berkembang pesat di Indonesia. Metode yang digunakan adalah studi kasus kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi dari pusat serta cabang. Fokus penelitian meliputi enam perspektif Zachman: *Planner, Owner, Designer, Builder, Worker, and Functioning System*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem POS berbasis *cloud*, struktur kerja fleksibel, serta integrasi pusat-cabang mampu meningkatkan efisiensi operasional dan akurasi laporan penjualan. Namun, terdapat peluang pengembangan, seperti pembuatan aplikasi pemesanan digital resmi dan penambahan fasilitas kursi dan meja untuk kenyamanan pelanggan. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi penerapan *enterprise architecture* di usaha waralaba skala kecil-menengah

**Kata kunci:** Zachman Framework, Enterprise Architecture, Sistem Pos, Waralaba Minuman Manajemen Operasional

### ***Information System Momoyo Tembilahan Outlet Architecture Analysis Using the Zachman Framework Method***

### **Abstract**

*This study aims to analyze the application of the Zachman Framework at Momoyo Tembilahan, a rapidly growing contemporary beverage franchise in Indonesia. The research employs a qualitative case study method with data collection through direct observation, semi-structured interviews, and documentation from both headquarters and the branch. The study focuses on six Zachman perspectives: Planner, Owner, Designer, Builder, Worker, and Functioning System. Findings indicate that a cloud-based POS system, flexible work structure, and headquarters-branch integration enhance operational efficiency and accuracy of sales reports. Opportunities for improvement include the development of an official digital ordering application and additional seating for customer comfort. This study contributes to the adaptation of enterprise architecture in small-to-medium scale franchise businesses.*

**Keywords:** Zachman Framework, Enterprise Architecture, Postal Systems, Beverage Franchising, Operational Management

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis waralaba minuman kekinian di Indonesia mengalami peningkatan signifikan dalam dekade terakhir. Berdasarkan data Asosiasi Franchise Indonesia (2022), sektor minuman ringan dan cepat saji menunjukkan pertumbuhan tahunan rata-rata 15–20%, dengan

penetrasi pasar yang tinggi di kota-kota kecil hingga menengah [1], [2]. Fenomena ini mendorong kebutuhan akan manajemen operasional yang efisien, sistem informasi yang terintegrasi, serta strategi pengelolaan outlet yang mampu menjamin konsistensi produk dan layanan. Salah satu model manajemen yang relevan dalam konteks ini adalah Zachman Framework, sebuah kerangka arsitektur perusahaan yang memetakan perspektif berbeda, mulai dari perencanaan, desain, pembangunan, hingga operasional harian [3].

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan efektivitas Zachman Framework dalam organisasi skala besar, terutama pada integrasi sistem informasi dan alur kerja bisnis. Misalnya, penelitian oleh Nogueira et al. yang menerapkan Zachman Framework melalui metodologi *action-research* pada perusahaan berbasis teknologi untuk menyelaraskan arsitektur *enterprise* dengan tujuan bisnis [4], serta Zachman yang memperkenalkan kerangka tersebut sebagai ontologi dasar untuk representasi deskriptif *enterprise* di organisasi kompleks [3]. Namun, sebagian besar penelitian ini berfokus pada perusahaan besar atau multi-nasional [5], sementara implementasi pada usaha waralaba skala menengah di kota kecil masih jarang diteliti [6], [7].

Kesenjangan penelitian ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk menelaah bagaimana Zachman Framework dapat diterapkan secara efektif pada outlet waralaba minuman kekinian, yang menghadapi tantangan unik seperti variasi jumlah pelanggan, fluktuasi stok bahan baku, dan keterbatasan sumber daya manusia [8], [9]. Ketidak-konsistenan dalam pencatatan transaksi manual, integrasi data POS, serta sistem pengelolaan karyawan bergilir merupakan isu kritis yang belum banyak diulas secara empiris. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menghadirkan kajian empiris terkait integrasi sistem operasional, manajemen data, dan pelayanan pelanggan menggunakan pendekatan Zachman Framework pada outlet Momoyo Tembilahan.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk (1) mendeskripsikan penerapan enam perspektif Zachman Framework *Planner, Owner, Designer, Builder, Worker, and Functioning System* di outlet Momoyo Tembilahan; (2) menganalisis efektivitas sistem POS berbasis *cloud* dan mekanisme kerja karyawan bergilir; dan (3) mengevaluasi kesenjangan antara sistem pusat dan praktik operasional di outlet. Unit analisis dalam penelitian ini adalah outlet Momoyo Tembilahan, termasuk manajer, karyawan, serta integrasi data dan sistem informasi yang digunakan. Dengan konteks kota menengah seperti Tembilahan, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi praktis dan teoritis, baik dalam pengembangan *enterprise architecture* pada usaha waralaba menengah maupun dalam memberikan rekomendasi pengelolaan operasional yang lebih efektif [10].

Struktur artikel disusun sebagai berikut: bagian pertama menyajikan pendahuluan dan latar belakang, bagian kedua menjelaskan metode penelitian, bagian ketiga membahas temuan dan interpretasi data berdasarkan perspektif Zachman Framework, dan bagian terakhir memuat perusahaan pada usaha serupa.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus untuk menganalisis penerapan Zachman Framework pada outlet Momoyo Tembilahan. Pendekatan studi kasus dipilih karena mampu menyelidiki secara mendalam praktik operasional, integrasi sistem POS, alur kerja karyawan, dan interaksi antara pusat serta cabang, sehingga fenomena nyata di lapangan dapat digambarkan secara komprehensif [6]. Keandalan data dijaga melalui triangulasi metode, sumber, dan waktu, sehingga temuan dapat dipercaya dan valid.

### a. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di outlet Momoyo Tembilahan, berlokasi di Jl. Baharuddin Yusuf No. Parit 10, Tembilahan Hulu, Indragiri Hilir, Riau. Lokasi ini dipilih karena mewakili outlet waralaba minuman kekinian yang sudah beroperasi selama lebih dari

satu tahun, memiliki manajer tetap, delapan karyawan aktif, serta sistem POS terintegrasi yang mencatat transaksi harian dan stok bahan. Lokasi ini memungkinkan peneliti melakukan observasi langsung terhadap alur kerja harian, pembagian tugas antar karyawan, serta interaksi dengan pelanggan dan pusat.

**b. Subjek dan Informan Penelitian**

Subjek penelitian adalah manajer outlet, karyawan, dan sistem operasional yang digunakan di outlet Momoyo Tembilahan. Informan utama adalah manajer Yasmin, yang mengelola seluruh operasional dan bertanggung jawab atas pengelolaan data penjualan. Selain itu, empat karyawan yang bertugas bergiliran di kasir, dapur, pelayanan, dan pengelolaan stok menjadi informan tambahan untuk memperoleh perspektif pekerja (*Worker*) secara langsung. Kehadiran peneliti selama jam operasional memungkinkan pengamatan mendalam serta verifikasi jawaban informan dengan dokumen dan catatan lapangan.

**c. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian terdiri dari panduan wawancara semi-terstruktur, lembar observasi, dan dokumentasi sistem POS serta catatan manual outlet. Panduan wawancara dirancang menutupi enam perspektif Zachman Framework—*Planner, Owner, Designer, Builder, Worker, and Functioning System*—yang mencakup pertanyaan mulai dari strategi operasional, proses bisnis, pengelolaan stok, hingga integrasi data dengan pusat (pertanyaan 1–56). Observasi diarahkan untuk menilai pembagian tugas, waktu tersibuk outlet, pelayanan pelanggan, dan penggunaan sistem POS, sehingga data lapangan dapat dianalisis secara holistik.

**d. Teknik Pengumpulan Data**

Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi. Observasi dilakukan setiap hari selama jam operasional outlet (10.00–22.00 WIB), dengan fokus pada alur kerja karyawan, proses pelayanan, penggunaan POS, serta pencatatan data manual dan digital. Wawancara dilakukan dengan manajer dan karyawan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai strategi operasional, pengelolaan stok, serta integrasi dengan pusat Momoyo. Dokumentasi mencakup laporan harian, catatan stok, menu, struktur organisasi, dan data penjualan yang terekam pada sistem POS



Gambar 1. Observasi Ke Outlet Momoyo



Gambar 2. Foto Bersama

#### e. Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, yaitu mengelompokkan informasi berdasarkan enam perspektif Zachman Framework, kemudian menafsirkan hubungan antara praktik lapangan dan teori arsitektur perusahaan [11], [12]. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber (manajer, karyawan, dokumen), triangulasi metode (observasi, wawancara, dokumentasi), serta *member checking* dengan manajer outlet. Pendekatan ini memastikan temuan penelitian mencerminkan kondisi nyata, sekaligus mampu memberikan rekomendasi pengembangan sistem dan operasional outlet.

### 3. PEMBAHASAN

Dari hasil observasi di outlet Momoyo Tembilahan, dapat ditarik banyak *insight* mengenai penerapan praktik manajemen operasional, strategi pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia, dan integrasi sistem informasi. Outlet Momoyo Tembilahan berlokasi di Jl. Baharuddin Yusuf No. Parit 10, Tembilahan Hulu, Indragiri Hilir, Riau. Lokasinya strategis, mudah dijangkau, dan menjadi pilihan utama bagi pelanggan lokal, terutama anak muda, pelajar, mahasiswa, dan keluarga muda yang mencari minuman kekinian berkualitas.

Momoyo Tembilahan mulai beroperasi pada tahun 2022 di bawah PT Junyilife (PT Junyi Jaya Indonesia). Didirikan dengan tujuan menghadirkan minuman kekinian yang memiliki cita rasa khas, bahan berkualitas, dan harga terjangkau. Dari hasil observasi, produk yang dijual meliputi es krim, milk tea, fruit tea, dan choco drink dengan berbagai topping, seperti boba dan pearl. Keunikan produk Momoyo terletak pada rasa yang konsisten, bahan segar, harga bersahabat, dan konsep outlet modern yang menarik, sehingga menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan dan membangun loyalitas jangka panjang. Jam operasional outlet adalah pukul 10.00–22.00 WIB, dengan waktu tersibuk pukul 14.00–21.00 WIB. Dari hasil observasi, pada jam sibuk ini seluruh karyawan bekerja secara efisien, mengikuti prosedur standar, dan bergiliran untuk melayani pelanggan, sehingga pelayanan tetap cepat dan terstruktur. Outlet memiliki delapan karyawan aktif yang bekerja bergiliran setiap hari. Setiap karyawan dilatih agar dapat menguasai semua posisi, termasuk kasir, pembuatan minuman, pelayanan pelanggan, dan kebersihan, sehingga operasional tetap lancar meskipun jumlah pelanggan meningkat.

Alur kerja harian dimulai dari persiapan bahan baku, pencatatan stok, pembuatan minuman, pelayanan pelanggan, hingga laporan harian dikirim ke pusat melalui sistem POS (*Point of Sale*). Dari hasil observasi, stok bahan dicatat manual setiap hari, kemudian di-*update* di sistem POS setelah outlet tutup. Bahan segar disimpan di kulkas area belakang, sedangkan bahan kering ditempatkan di rak tertutup agar tetap higienis dan mudah dijangkau. Pembelian bahan baku dilakukan seminggu sekali sesuai kebutuhan dan jadwal pengiriman pusat, sehingga meminimalkan risiko kekurangan stok dan pemborosan bahan. Sistem informasi outlet menggunakan POS yang terintegrasi dengan *cloud*. Data yang dicatat meliputi transaksi penjualan, stok bahan, menu terlaris, dan laporan harian. Dari hasil observasi, manajer outlet bertanggung jawab memverifikasi data setiap malam sebelum dikirim ke pusat. POS secara otomatis mencatat stok bahan setiap transaksi, sehingga meminimalkan risiko kesalahan manual. Integrasi catatan manual dan sistem POS memungkinkan pemantauan performa harian yang akurat dan efisien, mendukung pengambilan keputusan strategis berbasis data, sekaligus memudahkan pusat untuk memonitor seluruh outlet [13].

Strategi menarik pelanggan dilakukan melalui promosi digital, *bundling* produk, diskon musiman, dan pelayanan cepat serta ramah. Dari hasil observasi, tren pelanggan meningkat 5–10% setiap bulan, terutama saat promosi atau libur sekolah. Pelayanan dilakukan secara fleksibel, di mana setiap karyawan dapat melayani pelanggan sesuai kondisi outlet. Waktu pelayanan rata-rata per pesanan 2–5 menit, sehingga meskipun outlet ramai, pelanggan tidak menunggu terlalu lama. Evaluasi penjualan dilakukan setiap akhir pekan untuk memantau performa outlet dan menentukan menu favorit pelanggan, data ini meliputi jumlah pelanggan, jenis minuman terlaris, dan stok bahan yang tersisa. Analisis ini membantu outlet menyesuaikan persediaan, strategi promosi, dan pelayanan agar tetap optimal.

Pengelolaan keuangan dilakukan oleh pemilik outlet dibantu manajer. Semua transaksi dicatat melalui POS sehingga memudahkan rekonsiliasi harian dan analisis laba. Dari hasil observasi, pengelolaan keuangan cukup transparan, memungkinkan pengambilan keputusan strategis berbasis data harian. Evaluasi keuangan meliputi margin keuntungan, biaya bahan baku, performa penjualan per jenis produk, dan jam operasional, sehingga manajemen dapat merencanakan strategi bisnis dengan tepat [2], [14]. Kebersihan dan kenyamanan pelanggan menjadi prioritas. Area kerja selalu dijaga oleh karyawan, sementara pelanggan *take-away* sering harus menunggu berdiri karena keterbatasan kursi dan meja. Dari hasil observasi, saran untuk menambah kursi dan meja sangat relevan agar kenyamanan pelanggan meningkat, terutama saat jam sibuk, sekaligus mendukung loyalitas pelanggan. Pelatihan karyawan baru dilakukan oleh pusat Momoyo, meliputi teknik pembuatan minuman dan pelayanan pelanggan sesuai SOP standar. Hal ini memastikan konsistensi kualitas produk dan pelayanan di seluruh outlet. Dari hasil observasi, setiap karyawan mampu menjalankan SOP dengan baik sehingga pelayanan cepat dan efisien tetap terjaga meskipun terjadi lonjakan jumlah pelanggan.

Dalam perspektif sistem dan teknologi, integrasi catatan manual, POS, dan *cloud* memungkinkan pemantauan *real-time*, kontrol stok, dan laporan akurat ke pusat. Hal ini menunjukkan penerapan prinsip Zachman Framework dalam mengorganisasi data, proses, dan sumber daya manusia secara sistematis [11]. Strategi manajemen dan teknologi yang terintegrasi ini mendukung efisiensi operasional, pengambilan keputusan berbasis data, serta pengembangan outlet yang berkesinambungan. Dari hasil observasi, kombinasi strategi promosi dan pelayanan pelanggan memberikan dampak langsung terhadap tren kunjungan. Promosi digital, *bundling* produk, serta pelayanan cepat dan ramah terbukti meningkatkan jumlah pelanggan dan frekuensi kunjungan [8]. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi antara strategi marketing, manajemen operasional, dan teknologi sangat penting agar outlet tetap kompetitif.

Selain itu, dukungan pusat Momoyo sangat signifikan. Dari hasil observasi, pusat menyediakan pelatihan, desain outlet, promosi, dan suplai bahan baku. Sistem POS terstandar, laporan harian otomatis, serta dukungan saat *grand opening* outlet baru merupakan bagian dari strategi pusat untuk menjaga kualitas dan keseragaman operasional di seluruh outlet. Implementasi dukungan ini membuktikan bahwa penerapan model Zachman Framework dapat membantu memetakan peran, proses, data, dan teknologi secara sistematis untuk mencapai efisiensi dan konsistensi layanan [12]. Berikut adalah Tabel Penerapan Metode Zachman Framework Pada Outlet Momoyo Tembilahan hasil dari observasi yang telah dilakukan pada hari Sabtu, 8 November 2025, di Jl. Baharuddin Yusuf No. Parit 10, Tembilahan Hulu, Indragiri Hilir, Riau.

Tabel Penerapan Metode Zachman Framework Pada Outlet Momoyo Tembilahan

Bagian	What (Apa)	Who (Siapa)	When (Kapan)	Where (Di mana)	Why (Mengapa)	How (Bagaimana)
Planner	Produk utama: minuman teh, cokelat, es krim, fruit tea, choco drink, topping boba/pearl ; layanan cepat saji	Manajer Yasmin & staf outlet	Jam operasional 10.00–22.00 WIB, Jam Sibuk 14.00–21.00 WIB	Outlet Momoyo Tembilahan	Menentukan strategi operasional dan efisiensi pelayanan	Pemesanan di kasir → dibuat di dapur → diserahkan ke pelanggan
Owner	Alur kerja harian, pengelolaan keuangan, pencatatan stok bahan, evaluasi penjualan	Pemilik outlet & manajer Yasmin	Harian, evaluasi penjualan akhir pekan	Outlet	Menjaga kualitas layanan, profitabilitas, dan ketersediaan stok	Persiapan bahan → pencatatan stok manual → update POS → laporan dikirim ke pusat
Designer	Sistem POS, data penting (penjualan, stok, menu terlaris)	Supervisor & manajer	Update setiap malam 22.00–22.30 WIB	POS & cloud	Akurasi data, laporan pusat, pengambilan keputusan manajemen	Data diverifikasi manajer → disimpan di cloud → diakses pusat
Builder	Input data menu, harga, stok, transaksi, laporan harian	Kasir & supervisor outlet	Selama jam operasional	Tablet kasir digital	Efisiensi, cepat, pemantauan real-time	Transaksi & stok otomatis tercatat → diverifikasi setiap malam
Worker	Tugas karyawan: menyiapkan bahan, membuat minuman, melayani pelanggan , menjaga	Semua karyawan (8 orang bergiliran)	Harian & peak hour sore–malam	Outlet	Kepuasan pelanggan & kelancaran operasional	Pelayanan pelanggan fleksibel, waktu per pesanan 2–5 menit, semua karyawan bisa melayani

	kebersihan					
Outlet/ Pusat	Pemesanan online, laporan harian, dukungan pusat, pelatihan karyawan baru, grand opening	Manajer Yasmin, pusat Momoyo	Laporan harian, onboardin g, grand opening, pelatihan karyawan baru	Outlet & TikTok Shop	Integrasi sistem, dukungan pusat, pertumbuhan bisnis	Data POS dikirim otomatis ke pusat; outlet bekerja sama dengan TikTok Shop untuk pemesanan online; dukungan pelatihan & promosi

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN/REKOMENDASI

### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi dan analisis penerapan Zachman Framework di outlet Momoyo Tembilahan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

a. Alur Operasional dan Sistem Kerja

Dari hasil observasi, alur kerja outlet tersusun secara sistematis mulai dari persiapan bahan, pencatatan stok, pembuatan minuman, pelayanan pelanggan, hingga pelaporan ke pusat. Sistem POS terintegrasi dengan *cloud* memungkinkan pencatatan transaksi dan stok bahan secara *real-time*, sehingga manajemen pusat dapat memantau operasional dan mengambil keputusan berbasis data.

b. Manajemen Sumber Daya Manusia

Outlet memiliki delapan karyawan yang bekerja bergiliran setiap hari. Pembagian tugas dilakukan fleksibel, dan setiap karyawan wajib dapat bekerja di berbagai posisi. Pelatihan karyawan baru dari pusat Momoyo memastikan kualitas produk dan pelayanan tetap konsisten.

c. Strategi Pemasaran dan Pelayanan

Strategi promosi digital, *bundling* produk, diskon musiman, dan pelayanan cepat terbukti efektif meningkatkan jumlah pelanggan dan frekuensi kunjungan. Pelayanan dilakukan secara fleksibel oleh seluruh karyawan, dengan waktu pelayanan rata-rata 2–5 menit per pesanan, sehingga mengurangi antrean saat jam sibuk.

d. Pengelolaan Data dan Sistem POS

Sistem POS standar yang digunakan di seluruh outlet memungkinkan pencatatan transaksi, stok bahan, dan menu terlaris secara akurat. Data tersimpan di *cloud* sehingga manajemen pusat dapat memonitor outlet secara *real-time*. Hal ini mendukung pengambilan keputusan strategis, pengelolaan stok, dan evaluasi menu [13].

e. Dukungan Pusat Momoyo

Pusat Momoyo memberikan dukungan pelatihan, desain outlet, promosi, suplai bahan baku, dan bantuan saat *grand opening* outlet baru. Hal ini menunjukkan penerapan

Zachman Framework dalam memetakan peran, proses, data, dan teknologi secara sistematis agar outlet tetap efisien, konsisten, dan dapat berkembang [12].

f. Kinerja Outlet Tembilahan

Tren pelanggan meningkat sekitar 5–10% setiap bulan, terutama saat promosi atau libur sekolah. Outlet berhasil menjaga kualitas produk, pelayanan, dan pengelolaan stok sehingga kepuasan pelanggan tetap tinggi.

g. Prospek Pengembangan

Outlet Tembilahan berpotensi meningkatkan kapasitas layanan dengan menambah fasilitas tempat duduk dan kursi, serta mengembangkan aplikasi pemesanan resmi agar sistem pemesanan online lebih terintegrasi [10]. Peningkatan fasilitas dan sistem ini akan memperkuat pengalaman pelanggan dan mendukung pertumbuhan outlet di masa depan.

#### **4.2 Saran/Rekomendasi**

Berdasarkan hasil observasi dan kesimpulan penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

a. Penambahan Fasilitas Tempat Duduk

Disarankan menambah jumlah kursi dan meja di area outlet agar pelanggan dapat duduk dengan nyaman, terutama saat jam sibuk. Saat ini, banyak pelanggan tidak kedapatan tempat duduk, termasuk pelanggan *take-away* yang harus berdiri menunggu pesanan.

b. Pengembangan Aplikasi Pemesanan

Dapat dipertimbangkan pengembangan aplikasi pemesanan resmi dari pusat Momoyo untuk mengintegrasikan sistem pemesanan online dengan laporan penjualan dan stok bahan secara otomatis.

c. Optimasi Manajemen Stok

Meskipun sistem POS sudah otomatis, disarankan melakukan *cross-check* manual secara berkala untuk meminimalkan risiko kekurangan atau kelebihan stok.

d. Penguatan Strategi Pemasaran Digital

Outlet dapat terus mengoptimalkan promosi digital melalui media sosial, kerja sama dengan *influencer* lokal, dan program loyalitas pelanggan untuk meningkatkan frekuensi kunjungan dan menarik pelanggan baru.

e. Monitoring Kinerja Karyawan

Evaluasi rutin terhadap kinerja karyawan perlu dilakukan agar pembagian tugas tetap efisien dan kualitas pelayanan konsisten, terutama saat jam sibuk.

f. Integrasi Laporan dan Analisis Data

Manajemen pusat dapat memanfaatkan laporan harian dari outlet untuk analisis tren penjualan, evaluasi menu, dan perencanaan promosi musiman, sehingga keputusan strategis lebih tepat dan berbasis data [14].

#### **5. UCAPAN TERIMAKASIH**

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, karunia, dan bimbingan-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kerja sama selama proses penelitian dan penyusunan artikel ilmiah ini, antara lain:

- a. Manajemen dan karyawan Momoyo Tembilahan, atas izin observasi, waktu, dan informasi yang diberikan selama pengumpulan data. Kerja sama dan keterbukaan yang diberikan sangat membantu penulis dalam mendapatkan data lapangan yang akurat dan relevan.
- b. Dosen pembimbing, yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan akademik secara konsisten, sehingga penulis mampu menyusun jurnal ini sesuai standar ilmiah dan metodologi penelitian yang benar.
- c. Rekan-rekan kelompok, atas kerja sama, diskusi, dan kontribusi aktif selama proses penelitian. Terima kasih khusus diberikan kepada semua anggota kelompok yang telah membantu pengumpulan data, analisis, dan penyusunan naskah, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
- d. Keluarga dan teman-teman, atas dukungan moral, motivasi, dan doa yang tiada henti. Dorongan dari keluarga dan teman-teman menjadi sumber semangat bagi penulis untuk tetap fokus dan konsisten dalam menyelesaikan penelitian ini.
- e. Pihak-pihak lain yang berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung, baik dalam hal fasilitas, informasi, maupun saran yang membangun, yang semuanya turut membantu kelancaran penelitian dan penyusunan artikel ini.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, ucapan terima kasih ini ditujukan dengan tulus dan penuh penghargaan. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat, menjadi referensi yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen operasional dan penerapan Zachman Framework pada bisnis minuman modern.

## REFERENSI

- [1] A. P. Pradewa and W. Dhewanto, “Strategic Approach to Drive Business Growth in The Food and Beverage Industry,” *Econ. Bus. J.*, vol. 3, no. 3, 2025, [Online]. Available: <https://ecbis.net/index.php/go/article/view/205>
- [2] Suwardi, K. A. Wibowo, and A. Y. Annisa, “How to Achieve Profit Growth by Optimizing Operational Resources Based on Total Efficiency in Food and Beverage Companies in Indonesia,” *Int. J. Sci. Res. Manag.*, vol. 11, no. 10, pp. 5216–5226, 2023, doi: 10.18535/ijsrn/v11i10.em04.
- [3] J. A. Zachman, “A Framework for Information Systems Architecture,” *IBM Syst. J.*, vol. 26, no. 3, pp. 276–292, 1987, [Online]. Available: <https://www.dragon1.com/downloads/the-zachman-framework-enterprise-architecture-original-paper-1987.pdf>
- [4] J. M. Nogueira, D. Romero, J. Espadas, and A. Molina, “Leveraging the Zachman Framework Implementation Using Action-Research Methodology - A Case Study: Aligning the Enterprise Architecture and the Business Goals,” *Enterp. Inf. Syst.*, vol. 7, no. 1, pp. 100–132, 2012, doi: 10.1080/17517575.2012.678387.
- [5] A. Masood, “Enterprise Architecture in Modern Enterprises: An Integrated Review of TOGAF, Zachman, FEAF, and Related Methodologies,” *Mediu. - Enterp. Archit. Ser.*,

- 2025, [Online]. Available: <https://medium.com/@adnanmasood/enterprise-architecture-in-modern-enterprises-an-integrated-review-of-togaf-zachman-feaf-and-408e95a44972>
- [6] A. P. Pratama, M. A. Santoso, and F. Pakaja, “Application of Zachman Framework in Designing Enterprise Architecture of Setunggal Coffee Business,” *Int. J. Multidiscip. Appl. Sci. Res.*, vol. 1, no. 4, pp. 125–130, 2025, [Online]. Available: <https://oneamid.com/JOL/index.php/IJOMAS/article/download/43/52>
- [7] K. Aprilia, F. S. Lee, Y. M. Geasela, S. Everlin, and F. F. Tampinongkol, “Design of Enterprise Architecture Using Zachman Framework at Private School in Center Jakarta,” *J. Comput. Sci.*, vol. 20, no. 9, pp. 1059–1068, 2024, doi: 10.3844/jcssp.2024.1059.1068.
- [8] S. Z. ZA, D. Martiyanti, G. N. Achmad, D. Lesmana, and R. Yudaruddin, “Impact of operational activities on customer satisfaction in cafes and restaurants: A mediating role of infrastructural elements,” *Innov. Mark.*, vol. 18, no. 4, pp. 13–24, 2022, doi: 10.21511/im.18(4).2022.02.
- [9] A. Wilyanto, A. J. Renaldi, E. Valentina, Richmond, and R. Melinda, “Analysis of the implementation of operational risk management in vegetarian culinary business,” *J. Manag. Sci.*, vol. 6, no. 1, pp. 38–46, 2023, [Online]. Available: <https://exsys.iocspublisher.org/index.php/JMAS/article/download/185/117>
- [10] D. Martiyanti, S. Z. ZA, G. N. Achmad, D. Lesmana, and R. Yudaruddin, “Driving Franchisee Success in Indonesia’s F&B MSMEs: The Strategic Role of Entrepreneurial Orientation, Relationship Quality, and Franchisee Innovation,” *Res. Publ.*, 2025, [Online]. Available: [https://www.researchgate.net/publication/395741591\\_Driving\\_Franchisee\\_Success\\_in\\_Indonesia's\\_F\\_B\\_MSMEs\\_The\\_Strategic\\_Role\\_of\\_Entrepreneurial\\_Orientation\\_Relationship\\_Quality\\_and\\_Franchisee\\_Innovation](https://www.researchgate.net/publication/395741591_Driving_Franchisee_Success_in_Indonesia's_F_B_MSMEs_The_Strategic_Role_of_Entrepreneurial_Orientation_Relationship_Quality_and_Franchisee_Innovation)
- [11] A. P. Aslam, H. Fadlurahman, A. Y. Vandika, M. A. Arnanda, and M. R. Abdillah, “Implementation of Enterprise Architecture Zachman Framework at Jewelry Company,” *Indones. J. Enterp. Archit.*, vol. 1, no. 2, pp. 88–102, 2024, [Online]. Available: <https://journal.lontaradigitel.com/index.php/IJEA/article/download/292/157>
- [12] R. N. Fadhilah, H. Sasongko, M. R. Abdillah, A. P. Aslam, and H. Fadlurahman, “Implementation of Zachman Framework in Planning Enterprise Architecture at PT Karya Niaga Abadi,” *Res. Publ.*, 2023, [Online]. Available: [https://www.researchgate.net/publication/374796494\\_Implementation\\_of\\_Zachman\\_Framework\\_in\\_Planning\\_Enterprise\\_Architecture\\_at\\_PT\\_Karya\\_Niaga\\_Abadi](https://www.researchgate.net/publication/374796494_Implementation_of_Zachman_Framework_in_Planning_Enterprise_Architecture_at_PT_Karya_Niaga_Abadi)
- [13] I. Al Fajri, O. T. Sidanta, G. Wang, and N. Legowo, “Design Restaurant Information System (RIS) Cloud Based with the Zachman Framework Approach,” *Int. J. Emerg. Trends Eng. Res.*, vol. 8, no. 5, pp. 1756–1760, 2020, doi: 10.30534/ijeter/2020/43852020.
- [14] B. O. Yusup and S. E. Handoyo, “The Effect of Cash Conversion Cycle on Company Profitability: A Study on Indonesian Food and Beverage Listed Companies,” *Int. J. Manag. Sci. Appl.*, vol. 3, no. 1, pp. 24–42, 2023, doi: 10.58291/ijmsa.v3i1.146.