

## ANALISIS IS/IT STRATEGIK CAFE X

Rani Susanto

Teknik Informatika – Universitas Komputer Indonesia

Jl. Dipatiukur 112-114 Bandung

E-mail : [rani.susanto@email.unikom.ac.id](mailto:rani.susanto@email.unikom.ac.id)

### ABSTRAK

Cafe X adalah perusahaan yang bergerak dibidang jual beli makanan dan minuman yang didirikan pada tanggal 26 September 2006. Selama ini cafe x memiliki permasalahan dalam hal stok bahan baku. Pihak cafe merasa kesulitan dalam memprediksi stok bahan baku yang ada dengan baik sehingga pada pelaksanaannya sering terjadi bahan baku yang ada lebih sering habis padahal masih terdapat pesanan. Permasalahan ini bertambah ketika cabang lain pun mengalami kehabisan stok dan terjadi saling meminjam bahan baku yang mengakibatkan stok bahan baku utama cafe ini menjadi tidak terkontrol dengan baik.

Permasalahan ini juga mengakibatkan profibilitas dan reputasi dari cafe ini menurun dan memungkinkan pihak cafe akan mengalami kerugian. Oleh karena itu perlu dilakukan sebuah analisis IS/IT strategik untuk pihak cafe x sehingga dapat mempermudah perusahaan dalam merancang sebuah strategi yang baik untuk meningkatkan profibilitas dan reputasi cafe ini. Strategi Sistem Informasi menjadi cara yang tepat karena dengan penggunaan teknologi, semua permasalahan yang terjadi khususnya dalam hal bahan baku akan terselesaikan dengan baik. Untuk itu perlu dirancang strategi plan berikut dengan *Master Plan* untuk cafe ini agar cafe X dapat mencapai keunggulan yang kompetitif.

Hasil penelitian ini memberikan rekomendasi sebuah Sistem Informasi Monitoring Bahan baku yang didalamnya terdapat proses peramalan yang sudah mendukung proses bisnis yang sedang berjalan di Cafe X.

Kata kunci : Analisis IS/IT, Strategi, Sistem Informasi Monitoring, *Forecasting*

### 1. PENDAHULUAN

Cafe X adalah perusahaan yang bergerak dibidang jual beli makanan dan minuman yang didirikan pada tanggal 26 september 2006. Latar belakang berdirinya café ini adalah kebangkrutan yang di alami oleh pemilik perusahaan dimana usaha restoran yang dimilikinya sepi pelanggan, dengan modal seadanya dan dengan jumlah karyawan

sebanyak empat orang karyawan maka pihak pemilik membuka awal usahanya dengan konsep awal hanya menjual minuman yang berbahan dasar kopi dengan harga yang murah. Seiring berjalannya waktu dan makin banyak dikenal oleh banyak orang maka banyak permintaan dari para pelanggan yang mengusulkan agar pihak manajemen menjual beberapa makanan agar pada saat mereka berada di café tidak hanya sekedar minum saja tetapi mereka juga bisa memesan makanan, dengan hanya kapasitas tempat duduk sebanyak tigapuluh tempat duduk manajemen cafe x mulai kewalahan dalam melayani pelanggan yang kian bertambah, maka dari itu pihak cafe ini mulai memikirkan untuk membuka cabang agar bisa lebih mengembangkan usahanya.

Selama ini cafe x memiliki permasalahan dalam hal stok bahan baku. Pihak cafe merasa kesulitan dalam memprediksi stok bahan baku yang ada dengan baik sehingga pada pelaksanaannya sering terjadi bahan baku yang ada lebih sering habis padahal masih terdapat pesanan. Permasalahan ini bertambah ketika cabang lain pun mengalami kehabisan stok dan terjadi saling meminjam bahan baku yang mengakibatkan stok bahan baku utama cafe ini menjadi tidak terkontrol dengan baik.

Permasalahan ini juga mengakibatkan profibilitas dan reputasi dari cafe ini menurun dan memungkinkan pihak cafe akan mengalami kerugian. Oleh karena itu perlu dilakukan sebuah analisis IS/IT strategik untuk pihak cafe x sehingga dapat mempermudah perusahaan dalam merancang sebuah strategi yang baik untuk meningkatkan profibilitas dan reputasi cafe ini. Strategi Sistem Informasi menjadi cara yang tepat karena dengan penggunaan teknologi, semua permasalahan yang terjadi khususnya dalam hal bahan baku akan terselesaikan dengan baik. Untuk itu perlu dirancang strategi plan berikut dengan *Master Plan* untuk cafe ini agar cafe X dapat mencapai keunggulan yang kompetitif.

Tujuan dari analisis IS/IS strategik untuk Cafe X ini adalah sebagai berikut :

1. Merencanakan strategi IT yang dapat mendukung proses bisnis di Cafe X
2. Merekomendasikan Sistem Informasi yang dibutuhkan Cafe X untuk menjalankan strategi IT nya.

**2. LANDASAN TEORI**

Perencanaan strategis untuk IT dibagi menjadi 3 tahapan utama, yaitu :

1. Tahapan *Assesment* yaitu memotret kondisi sekarang.
2. Tahapan Menyusun Strategi dari kondisi yang diinginkan dan *gap*/selisih dengan kondisi sekarang serta cara untuk menghilangkan *gap* tersebut.
3. Tahapan Pelaksanaan atau eksekusi.

**2.1 Tahapan Assesment**

**2.1.1 Business scope dan aligment**

Lingkup bisnis adalah mendefinisikan gambaran utama dari bisnis IT, sedangkan *Alignment* adalah proses adalah proses harmonisasi fungsi-fungsi bisnis untuk mendukung lingkup bisnis.

**2.1.2 Directives dan Asumsi**

Lingkup Bisnis Perusahaan pada umumnya tidak menyediakan *directives* dan asumsi agar organisasi TI menjadi selaras, sehingga harus dilakukan analisa aligment berdasarkan :

1. *Business driver*
2. *Technology driver*
3. Major bisnis initiatives sebagai respon terhadap business driver
4. *IT requirement* yang dipengaruhi oleh *technology driver* dan inisiatif bisnis.

**2.1.3 Analisis Situasional**

Analisis Situasional adalah koleksi informasi dan analisa bisnis dari perspektif internal maupun eksternal untuk membuat kesimpulan tentang keadaan bisnis.

**2.2 Tahapan Strategi**

Pernyataan Strategi adalah pernyataan tentang arah outcome dan outcome yang diinginkan

**2.3 Tahapan Execution**

Execution adalah *strategy in motion* dan suksesnya tergantung dari proses-proses sebelumnya yang terdiri dari :

1. Implementation Program and Project ( IPP)
2. Monitoring adalah review secara periodik untuk mengkaji kemajuan proyek
3. Learning (belajar),
4. *Vigilance* terhadap *unforeseen event*
5. *Dynamic Issues Management*
6. *Calendar interrupt*
7. *Execution interrupt* jika terjadi pada tahapan *execution*

**3. PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

**3.1 Tahapan Assesment**

Langkah awal yang dilakukan adalah menentukan business scope dari Cafe X. Cafe X adalah perusahaan yang bergerak di bidang jual beli makanan dan minuman yang didirikan pada tanggal 26 September 2006 dan pada awal tahun 2007 Cafe ini mulai membuka banyak cabang.

**3.1.1 Visi, Misi dan Tujuan Cafe X**

**Visi** : Menjadi Kedai Kopi terdepan dengan harga murah, nyaman dan berkelas. “*Low Price, Comfort and High Class*”

**Misi** : Memberikan kenyamanan terhadap para pelanggan dengan mengedepankan prinsip “*Low Price, Comfort and High Class*” agar tercipta loyalitas dari para pelanggan

**Tujuan** : Membentuk citra merek yang positif agar didapatkan loyalitas dari para pelanggan.

**3.1.2 Strategi Bisnis Cafe X**

1. Menjaring para pelanggan dengan memberikan paket murah setiap minggunya.
2. Memberikan kenyamanan kepada para pelanggan dengan memberikan fasilitas Wifi Gratis dan suasana minum kopi yang nyaman seperti di rumah.

**3.2 Strategy Plan**

**3.2.1 Faktor-Faktor Internal dan Eksternal**

**a) Faktor Internal**

**Tabel 1.** Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan

No	Kekuatan (Stenghts)	Kelemahan ( <i>Weakness</i> )
1	Menu yang di tawarkan unik	Stok bahan baku tidak terkontrol
2	Jaringan cafe cukup tersebar	Kurangnya koordinasi antar cabang
3	Suasana cafe yang nyaman	Kurangnya pemanfaatan pelayanan teknologi informasi.
4	Harga relatif murah	
5	Bahan baku yang berkualitas	
6	Tersedianya fasilitas layanan <i>Hotspot</i>	
7	Pelayanan yang baik pada konsumen	

**b) Faktor Eksternal**

**Tabel 2.** Identifikasi Peluang dan Ancaman

No	Peluang (Opportunities)	Ancaman (Threat)
1	Budaya Cafe menjadi trend	Kompetitor merk asing banyak beroperasi
2	Peningkatan daya beli masyarakat	Kompetitor lokal mulai bermunculan/ new comers
3	Perubahan pola gaya hidup masyarakat	Adanya product substitusi
4	Perkembangan kemajuan teknologi	Kekuatan tawar menawar pemasok (Supplier)
5	Loyalitas pelanggan	
6	Pertumbuhan jumlah penduduk	

**c) Analisis SWOT**

**Tabel 3.** Analisis SWOT

FAKTOR	OPORTUNITY (PELUANG)	THREAT (ANCAMAN)
	<b>FAKTOR EKSTERNAL</b> 1. Budaya Cafe menjadi trend 2. Peningkatan daya beli masyarakat 3. Perubahan pola gaya hidup masyarakat 4. Perkembangan kemajuan teknologi 5. Loyalitas pelanggan 6. Pertumbuhan jumlah penduduk	1. Kompetitor merk asing banyak beroperasi 2. Kompetitor lokal mulai bermunculan 3. Adanya product substitusi 4. Kekuatan tawar menawar pemasok (Supplier)
<b>FAKTOR INTERNAL</b>		
<b>STRENGTH (KEKUATAN)</b>	<b>STRATEGISO</b>	<b>STRATEGIST</b>
1. Menu yang di tawarkan unik 2. Cabang cafe cukup tersebar 3. Suasana cafe yang nyaman 4. Harga relatif murah 5. Bahan baku yang berkualitas 6. Tersedianya fasilitas layanan Hotspot 7. Pelayanan yang baik pada konsumen	1. Meningkatkan volume penjualan dengan membuka cabang baru (S1,S2,S3,S4, S5,S6,O1,O2,O6,) 2. Meningkatkan variasi produk dengan penganekaragaman menu (S1,S2,S3,O1,O2,O3,O5,O6)	1. Mempromosikan menu yang berbeda dengan kompetitor (S1, T1, T2) 2. Membuat suasana cafe lebih nyaman dari kompetitor (S3, S7, T1, T2)
<b>WEAKNESS (KELEMAHAN)</b>	<b>STRATEGI WO</b>	<b>STRATEGI WT</b>
1. Stok bahan baku tidak terkontrol 2. Kurangnya koordinasi antar cabang 3. Kurangnya pemanfaatan pelayanan teknologi informasi.	1. Memanfaatkan teknologi informasi untuk inventaris bahan baku dan koordinasi antar cabang (W1, W2, W3, O4)	1. Meningkatkan koordinasi, kontrol bahan baku agar bisa mengalahkan kompetitor (W1, W2, T1, T2)

**d) Analisis Faktor Internal**

**Tabel 4.** Matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI)

Faktor Strategis	Bobot	Nilai	Bobot X Nilai
<b>Kekuatan :</b>			
1. Menu yang di tawarkan unik	0,10	4	0,40
2. Jaringan cafe cukup tersebar	0,07	3	0,21
3. Suasana cafe yang nyaman	0,10	4	0,40
4. Harga relatif murah	0,10	4	0,40

Faktor Strategis	Bobot	Nilai	Bobot X Nilai
5. Bahan baku yang berkualitas	0,10	4	0,40
6. Tersedianya fasilitas layanan Hotspot	0,10	4	0,40
7. Pelayanan yang baik pada konsumen	0,10	4	0,40
<b>Kelemahan :</b>			
1. Stok bahan baku tidak terkontrol	0,10	4	0,40
2. Kurangnya koordinasi antar cabang	0,10	4	0,40
3. Kurangnya pemanfaatan pelayanan teknologi informasi.	0,10	4	0,40
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>3,81</b>

**e) Analisis Faktor Eksternal**

**Tabel 5.** Matrik Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

Faktor Strategis	Bobot	Nilai	Bobot X Nilai
<b>Peluang :</b>			
1. Budaya Cafe menjadi trend	0,07	2	0,14
2. Peningkatan daya beli masyarakat	0,10	4	0,40
3. Perubahan pola gaya hidup masyarakat	0,10	2	0,20
4. Perkembangan kemajuan teknologi	0,10	4	0,40
5. Loyalitas pelanggan	0,10	4	0,40
6. Pertumbuhan jumlah penduduk	0,07	2	0,20
<b>Ancaman :</b>			
1. Kompetitor merk asing banyak beroperasi	0,10	4	0,40
2. Kompetitor lokal mulai bermunculan/ new comers	0,10	4	0,40
3. Adanya product substitusi	0,05	3	0,15
4. Kekuatan tawar menawar pemasok (Supplier)	0,05	3	0,15
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>2,69</b>

**3.3 Master Plan**

Dari Analisis yang sudah dilakukan, maka diusulkan suatu Sistem Informasi Monitoring Bahan Baku yang didalamnya mencakup Monitoring, Penyeranan Tindakan serta peramalan (*Forecasting*) atas stok bahan baku yang dibutuhkan.

**3.3.1 Monitoring Bahan Baku dan Jumlah Stok**

Sistem Informasi ini mencakup monitoring bahan baku dan jumlah stok yang tersedia di gudang. Level Manajerial bisa memonitor stok bahan baku yang tersedia di gudang sehingga tidak akan terjadi lagi habisnya bahan baku pada saat dibutuhkan. Selain itu, level manajerial juga bisa memonitoring

jalannya proses transaksi yang terjadi disetiap kedainya.

Sistem ini nantinya akan digunakan untuk setiap gudang yang ada di setiap cabang/outlet yang nantinya data-data tersebut akan diintegrasikan dengan data di outlet yang lain. Bagian Gudang akan menginputkan jumlah stok setiap bahan baku makanan maupun minuman yang ada disetiap outlet. Bila terjadi penambahan maupun pengurangan stok bahan baku, maka bagian gudang bertugas melakukan pembaharuan.

**Forecasting (Peramalan)**

Peramalan yang digunakan disini menggunakan metode yang paling sederhana yaitu *Single Moving Average*.

Data Stok bahan baku selama 3 bulan terakhir yaitu dari bulan Oktober – Desember 2012. Asumsi, peramalan akan dilakukan menggunakan metode *Single Moving Average* untuk meramalkan jumlah bahan baku pada bulan Januari 2013.

Digunakan persamaan *single moving average* yaitu :

$$Y_{t+1} = \frac{Y_t + Y_{t-1} \dots Y_{t-n+1}}{n}$$

**Tabel 6.** Forecasting Bahan Baku Minuman

Sample Bahan Baku Minuman	Okt 2012 (Yt-2)	Nov 2012 (Yt-1)	Des 2012 (Yt)	Forecast. Jan 2013 (Yt+1)
Gula Putih	84	80	93	86
Gula Putih Sachet	12	13	16	14
Gula Merah Sachet	12	14	14	13
Kopi Bubuk	56	52	59	56
Kopi Biji	28	20	33	27
Susu	480	396	498	458
Flavour (Moca, Caramel, Vanilla)	12	10	15	12
Flavour (Strawbery, tiramisu, banana, green apple, kiwi, almond)	4	5	6	5
Mineral Water	384	400	414	399
Soda	192	178	201	190

**Keterangan:**

- Gula putih, gula putih sachet, gula merah sachet, kopi bubuk, kopi biji dalam satuan Kg
- Susu dalam satuan sachet
- Flavour dalam satuan liter
- Mineral water dan Soda dalam satuan botol

Dari hasil di atas, forecast untuk bulan Januari 2013 untuk salah satu stok bahan yaitu Gula Putih

sebanyak 86 kg serta susu 458 sachet. Jika disimpulkan, dapat dilihat dari tabel diatas bahwa hampir semua stok bahan baku mengalami penurunan. Sehingga dari peramalan diatas bisa dihasilkan penyaranan tindakan, bahwa stok bahan baku minuman untuk bulan Januari 2013 harus dikurangi.

**4. PENUTUP**

**4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka didapatkan beberapa kesimpulan yaitu :

1. Strategi IT di Cafe X yang disusun berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal dapat mendukung proses bisnis yang sedang berjalan.
2. Sistem Informasi yang direkomendasikan untuk strategi IT yang telah disusun adalah Sistem Informasi Monitoring Bahan Baku yang didalamnya terdapat proses peramalan bahan baku.

**4.2 Saran**

Adapun saran yang diberikan untuk mendukung strategi IT sesuai dengan proses bisnis nya yaitu perlu dibangunnya suatu *Warehouse Management System* yang didalamnya bisa membantu perusahaan dalam mengkontrol dan meningkatkan target cafe ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

[1] *Laudon, Kenneth C dan Jane P. Laudon. (2007). Sistem Informasi Manajemen. Edisi ke-10*

[2] *Robson, Wendy. (1997). Strategic Management & Information Systems second edition. Prentice Hall, London.*

[3] *Melda Dahoklory, Jopi Sipahelut. (2015) Analisis Perencanaan Strategi Portofolio Aplikasi Is/It Pt Jatropa Indash*