

LAPORAN TUGAS PERKULIAHAN
SISTEM ENTERPRISE [14823123]



Kelas : Sistem Dan Teknologi Informasi (B)

Dwi Insan Pinayungan 1482300070

Dosen Pengampu

Agus Hermanto, S Kom, M.MT, ITIL, COBIT, SFC

PROGAM STUDI TEKNIK SISTEM DAN TEKNOLOGI INFORMASI

SEPTEMBER 2024

TUGAS INDIVIDU

SOAL

Analisis Proses Bisnis dalam Konteks Enterprise

Jelaskan konsep dasar proses bisnis dalam konteks enterprise. Berikan contoh nyata dari sebuah organisasi yang anda ketahui, dan jelaskan bagaimana proses bisnis tersebut mendukung tujuan strategis organisasi.

JAWABAN

Konsep Dasar Proses Bisnis dalam Konteks Enterprise

Dalam konteks perusahaan, proses bisnis adalah serangkaian tindakan yang saling terkait yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan tertentu. Salah satu contohnya adalah transformasi input menjadi output yang memiliki nilai tambah, baik dalam bentuk barang atau jasa, melalui serangkaian tahapan yang terstruktur. Untuk memastikan operasional yang efisien, proses bisnis di perusahaan besar biasanya melibatkan banyak departemen, sumber daya manusia, teknologi, dan informasi.

Karakteristik Utama Proses Bisnis dalam Enterprise:

1. Sistematis: Terdiri dari langkah-langkah yang jelas dan berurutan untuk mencapai hasil tertentu.
2. Terintegrasi: Melibatkan berbagai unit atau departemen di dalam organisasi yang saling bergantung.
3. Berkelanjutan: Proses ini terus-menerus dilakukan dan disempurnakan untuk meningkatkan efisiensi.
4. Berdasarkan Tujuan: Selalu selaras dengan tujuan strategis organisasi, seperti peningkatan produktivitas, kepuasan pelanggan, atau inovasi produk.



➤ **Proses Bisnis dalam Perusahaan Ritel (Alfamart)**

Proses bisnis utama: Pengelolaan Persediaan (Inventory Management) Karena alfamart memiliki banyak toko di seluruh kota, proses pengelolaan persediaan adalah bagian penting dari keberhasilan mereka. Ini membantu perusahaan menjalankan bisnisnya dengan baik.

Proses Pengelolaan Persediaan:

1. **Permintaan Stok:** Toko-toko alfamart mengirimkan permintaan untuk barang yang mulai habis. Sistem manajemen persediaan yang otomatis biasanya membantu dalam proses ini.
2. **Pemesanan dari Pusat Distribusi:** Pusat Distribusi, juga dikenal sebagai Pusat Distribusi, memproses pesanan dan mengirimkan barang-barang yang dibutuhkan ke toko sesuai dengan permintaan.
3. **Pengiriman Barang:** Barang dikirim ke toko dari pusat distribusi oleh logistik internal atau mitra pengiriman.
4. **Penerimaan Stok:** Toko menerima barang, mengeceknya, dan mencatatnya dalam sistem.
5. **Pembaharuan Sistem:** Informasi stok yang tersedia terus diperbarui secara otomatis oleh sistem inventori.

- **Alfamart mendukung tujuan strategis organisasinya dalam konteks enterprise** menggunakan berbagai prosedur dan pendekatan yang terintegrasi di berbagai tingkat operasional. Tujuan strategis Alfamart didukung oleh beberapa cara berikut.:

1. Efisiensi Operasional melalui Teknologi dan Automasi

alfamart menggunakan sistem manajemen inventori yang terintegrasi dengan pusat distribusi dan toko. Teknologi ini memungkinkan:

- Pengelolaan Persediaan Real-Time: Stok di setiap toko dapat dipantau secara otomatis dan pengiriman dari pusat distribusi dapat diatur dengan lebih efisien. Ini mengurangi biaya penyimpanan berlebih dan mencegah kekurangan stok.
- Proses Pemesanan yang Cepat: Berdasarkan prediksi permintaan dan data penjualan sebelumnya, sistem otomatis memastikan pengisian stok tepat waktu.
- Optimalisasi Rantai Pasokan (Supply Chain): alfamart dapat mengurangi biaya pengiriman dan waktu pengiriman produk dengan jaringan distribusi yang terstruktur.

Tujuan Strategis yang Didukung:

Pengendalian biaya operasional dan peningkatan efisiensi. Ini membantu perusahaan tetap kompetitif di pasar ritel yang sangat kompetitif.

2. Skalabilitas dan Ekspansi Cepat

alfamart secara konsisten memperluas jaringannya dengan membuka cabang-cabang baru di seluruh Indonesia. Proses ini didukung oleh:

- **Standarisasi Operasional:** Dengan proses yang terstandarisasi di setiap cabang, alfamart dapat membuka toko baru dengan cepat tanpa masalah dalam pengelolaan logistik atau pelatihan karyawan.
- **Fasilitas Pusat Distribusi:** Pusat distribusi yang tersebar luas dan canggih memungkinkan pertumbuhan jaringan toko tanpa masalah distribusi.

Tujuan Strategis yang Didukung:

Bisnis berkembang dan memperluas pangsa pasarnya. Alfamart dapat memperkuat posisinya sebagai pemimpin ritel di Indonesia dengan membuka lebih banyak cabang dalam waktu singkat.

3. Pengalaman Pelanggan yang Konsisten

Salah satu strategi utama alfamart adalah memberikan pengalaman berbelanja yang konsisten dan memuaskan bagi pelanggan di semua cabang. Mereka mencapai ini dengan:

- **Produk yang Konsisten:** Karena produk yang sama tersedia di setiap toko Indomaret, pelanggan dapat menemukan apa yang mereka butuhkan kapan pun mereka inginkan, yang menghasilkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.
- **Penawaran Promosi yang Tepat Waktu:** Kampanye loyalitas pelanggan dan promosi yang terintegrasi mendorong pelanggan untuk berbelanja lebih sering dan lebih banyak.
- **Layanan Pelanggan yang Cepat dan Efisien:** Pelatihan rutin karyawan dan penggunaan sistem kasir yang canggih mengurangi antrian dan kesalahan transaksi.

Tujuan Strategis yang Didukung:

Meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pengalaman berbelanja yang positif memastikan pelanggan terus memilih alfamart dibanding pesaing.

4. Data-Driven Decision Making (Pengambilan Keputusan Berbasis Data)

alfamart memanfaatkan data dari transaksi harian di seluruh cabangnya untuk mendukung pengambilan keputusan strategis, seperti:

- Analisis Penjualan: alfamart dapat mengubah stok dan strategi pemasaran dengan bantuan data penjualan untuk mengetahui produk mana yang paling laris dan tren konsumen.
- Pengelolaan Promosi yang Tepat Sasaran: Promosi dapat disesuaikan dengan tren lokal atau musiman dengan data yang akurat, meningkatkan efisiensi promosi dan penjualan.

Tujuan Strategis yang Didukung:

Optimalisasi pemasaran dan peningkatan penjualan. Pengambilan keputusan yang berbasis data membantu perusahaan merespons perubahan pasar dengan cepat.

5. Kemitraan yang Kuat dengan Pemasok dan Mitra Logistik

Indomaret membangun hubungan yang baik dengan para pemasok barang dan mitra logistik untuk memastikan kelancaran operasional. Kemitraan ini mendukung:

- Ketersediaan Produk yang Stabil: Indomaret dapat mendapatkan pasokan produk yang stabil dan harga yang kompetitif melalui kerjasama dengan pemasok.
- Distribusi yang Efektif: Indomaret memastikan barang dikirim tepat waktu ke toko-toko yang tersebar di seluruh negara melalui kerjasama dengan mitra logistik.

Tujuan Strategis yang Didukung:

Menjamin stabilitas pasokan barang dan efektivitas distribusi. Ini penting untuk memastikan toko-toko selalu siap melayani pelanggan tanpa kendala pasokan.

6. Komitmen terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

alfamart juga mendukung tujuan strategisnya melalui program CSR yang bertujuan untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat. Program CSR ini mencakup:

- Mendukung Usaha Kecil dan Menengah (UKM): alfamart bekerja sama dengan UKM lokal untuk memasarkan produk lokal di toko mereka, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.
- Kegiatan Sosial dan Lingkungan: alfamart memperkuat reputasinya di masyarakat dan menumbuhkan pelanggan setia melalui berbagai inisiatif dan program lingkungan.

Tujuan Strategis yang Didukung:

Membangun reputasi positif di masyarakat dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Kegiatan CSR yang sukses dapat meningkatkan citra perusahaan dan menarik lebih banyak pelanggan yang peduli pada isu-isu sosial.

Kesimpulan

Melalui berbagai proses yang terintegrasi, Indomaret mencapai tujuan strategis perusahaannya, seperti manajemen rantai pasokan yang efektif, pengembangan jaringan ritel, dan penggunaan data untuk pengambilan keputusan yang lebih baik. Semua ini memastikan bahwa bisnis tetap kompetitif, efektif, dan terus berkembang di pasar yang sangat kompetitif sambil tetap memberikan nilai tambah kepada masyarakat dan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Buku: Heizer, J., & Render, B. (2013). Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management.
- Buku: Krajewski, L. J., Ritzman, L. P., & Malhotra, M. K. (2013). Operations Management: Processes and Supply Chains.
- Buku: Slack, N., Brandon-Jones, A., & Johnston, R. (2016). Operations Management
- Laporan tahunan Indomaret: Annual Report Indomaret
- Buku: Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance.