

SiSERA

SISTEM INFORMASI SELERA PERSADA



Disusun oleh :

M S Alfaruq

A22.2018.02647

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Latar Belakang

Bidang kuliner saat ini berkembang pesat. Hal tersebut dapat dilihat dengan semakin menjamurnya kafe. Setiap kafe bersaing dengan memberikan keunggulannya yang berbeda satu sama lain. Selain rasa makanan yang enak, kafe juga menyuguhkan tempat yang *cozy* bagi anak muda. Pelayanan pada *customer* menjadi *point* penting untuk menarik *customer*. Penggunaan sistem informasi dapat membantu dalam meningkatkan pelayanan pada *customer*.

Selera Persada adalah usaha dari 2 bersaudara yang bergerak di bidang kuliner yang berlokasi di Jalan Masjid No 33, Kabupaten Kudus. Dengan slogan “Semua Ada yang Sesuai Selera”, Selera Persada menyuguhkan suasana *green cafe* dalam penyajian berbagai macam menu makanan, minuman dan cemilannya. Pada saat ini Selera Persada masih menggunakan sistem konvensional untuk pemesanan makanan atau minuman dimana pelayan menggunakan pena dan kertas sebagai media untuk mencatat pesanan dari pelanggan. Sistem pelayanan tersebut mulai dirasa kurang efektif dan efisien seiring dengan semakin ramainya pelanggan. Terdapat permasalahan dalam beberapa tahapan proses pelayanan, seperti pelanggan harus berjalan ke tempat pemesanan, sedangkan tempat pemesanan dan tempat duduknya lumayan jauh.

Kemudian pada bagian pantri masih belum tertata rapi terkait hal pengelolaan antrian pemesanan makanan, sehingga menyulitkan dalam memproses pesanan yang akan dibuat. Selain itu proses laporan keuangan harian maupun bulanan masih dilakukan dengan cara konvensional sehingga terjadi banyak kesalahan dan rangkapnya data, sulitnya mencari dan menyimpan data yang jumlahnya semakin banyak, dan juga sering terjadinya keterlambatan untuk laporan pertanggung jawaban pada atasan.

Berdasarkan hal tersebut yang telah dikemukakan di atas, maka saya akan membangun aplikasi pemesanan E-menu di Selera Persada dengan memanfaatkan sistem informasi pemesanan menu cafe berbasis web yang saling terintegrasi dengan bagian kasir dan *pantry* untuk mempermudah dalam pengelolaan data pesanan, data

stok berbasis menu/porsi, dan laporan harian/bulanan pada proses bisnis di Selera Persada.

1.2 Rancangan Produk dan Teknologi

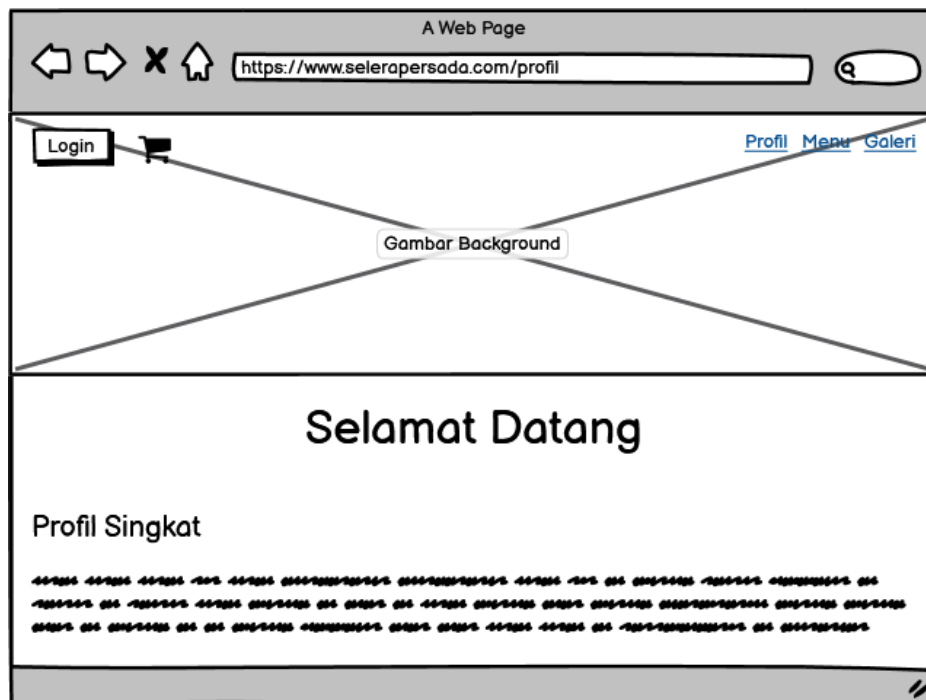
Dengan melihat masalah dan solusi yang sudah diberikan, maka dikembangkanlah suatu produk Sistem Informasi Kafe berbasis website dengan nama SiSera dimana produk ini dapat mempermudah pengguna untuk melihat atau memesan ketersediaan menu di kafe Selera Persada. Selain itu produk ini juga memiliki fitur untuk *booking* tempat yang ingin digunakan. Pengguna akan memeriksa terlebih dahulu ketersediaan menu, kemudian jika stok menu masih ada pengguna dapat memesan menu itu untuk dipesan. Setelah itu pengguna dapat antaran menu yang sudah dipesan tadi tanpa harus ke depan lagi untuk memesan, karena menu yang dipesan sudah dipesankan oleh kasir.

Tidak hanya untuk pengguna saja, dari sisi kasir pun sudah dipersiapkan fitur-fitur untuk pengelolaan menu di kafe. Seperti fitur untuk inventaris menu, klasifikasi menu, laporan bulanan, dan lain-lain. Tidak hanya fitur, dari sisi *User Interface* produk ini menggunakan Admin Panel yang modern agar pengguna lebih tertarik dalam menggunakan produk ini. Kami juga memperhatikan sisi *User Experience* pengguna. Dengan memperhatikan tata letak untuk menu navigasi, form, juga tombol aksi pengguna diharapkan nyaman dalam menggunakan produk ini.

Untuk desain tampilannya sendiri kami menggunakan tema *Modern Design* yang dimaksudkan untuk mempercantik sisi *User Interface*. *Modern Design* ini sendiri memanfaatkan widget-widget yang sudah siap untuk digunakan. Salah satu framework yang kami pakai untuk produk ini adalah *Modern Design Bootstrap*. Framework ini sudah mempersiapkan kumpulan widget siap pakai untuk mempercepat proses *development*. Framework ini juga sudah mendukung responsive design yang meningkatkan fleksibilitas ketika dibuka melalui smartphone.

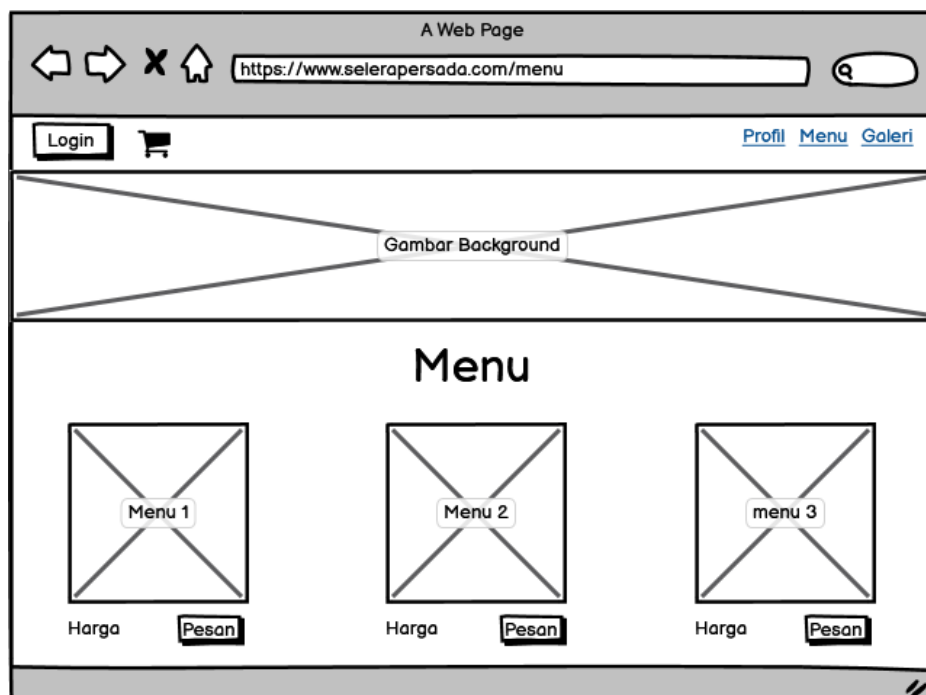
1.2.1 Ilustrasi produk

a) Halaman Awal/Profil



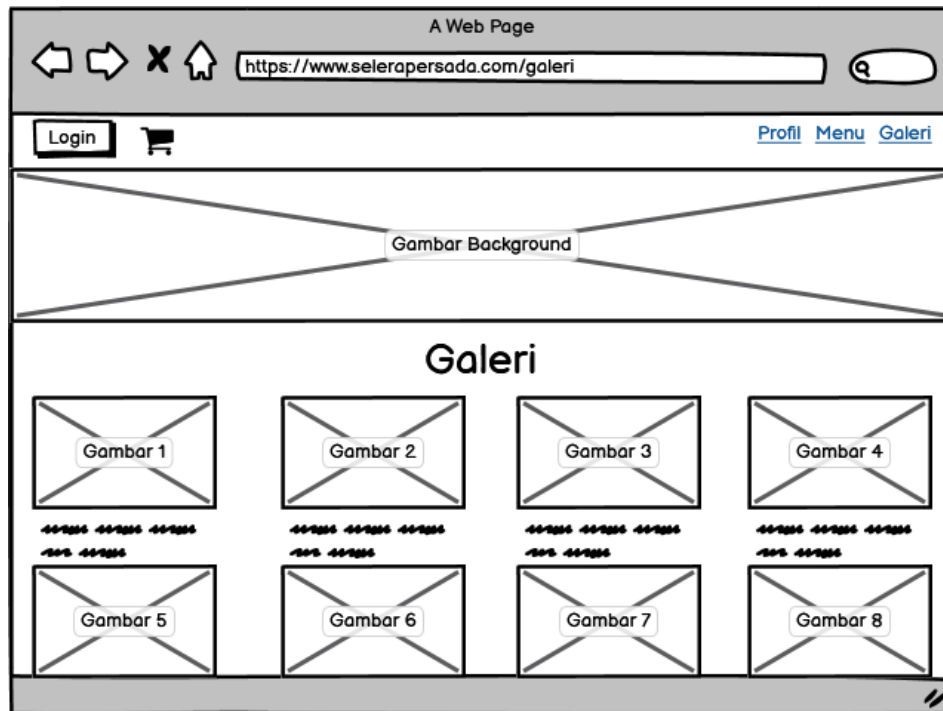
Pada halaman awal, terdapat sebuah gambar yang sebagai background dari kafe dari Selera Persada Coffee. Lalu terdapat button untuk login dan, link menu. Ada juga sambutan selamat datang dan profil singkat dari sistem informasi Selera Persada (SiSera).

b) Halaman Menu



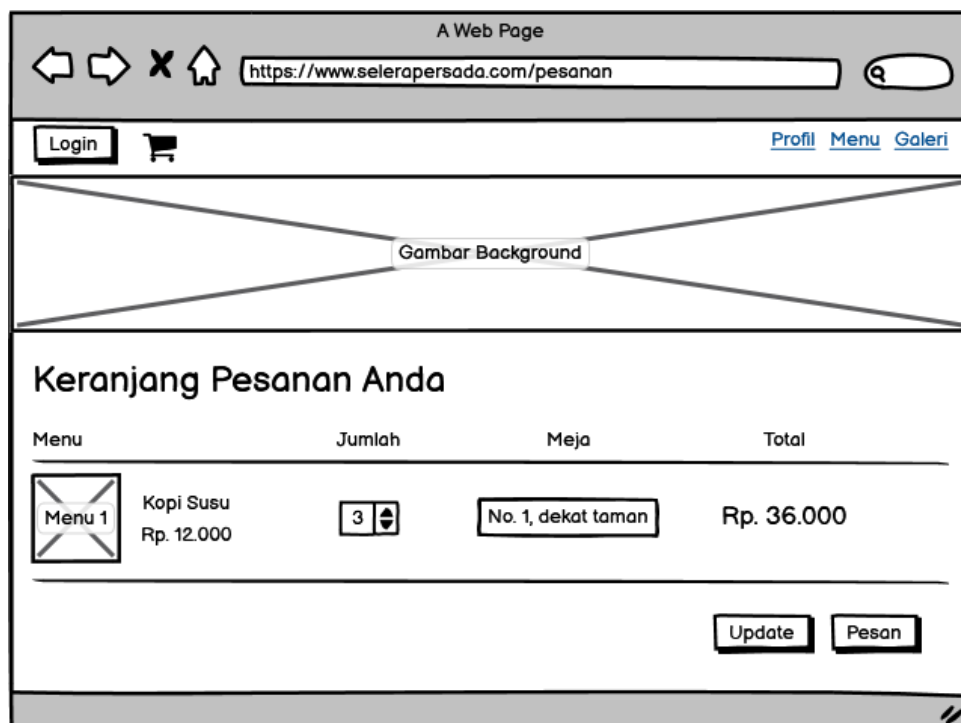
Pada halaman menu, terdapat penjelasan tentang menu yang di jual dengan cara memencet *icon image* lalu muncul detail informasinya.

c) Halaman Galeri



Lalu pada bagian galeri, pengunjung dapat melihat foto menu, foto pelanggan, dan foto kafe. Di bawahnya terdapat informasi sedikit mengenai foto yang di ambil.

d) Halaman Keranjang



Pada halaman pesanan, tertera jumlah pembelian yang dilakukan oleh pengunjung. Mulai dari info menu yang di pesan, lalu jumlah pesanan yang di pesan, dan total harga. Untuk bisa melakukan pesanan, pengunjung harus login terlebih dahulu karena untuk menghindari pesanan yang tidak jelas. Lalu disampingnya terdapat total dari pembelian tersebut yang nantinya jika pembeli melakukan pemesanan, maka pelayan akan datang ke meja yang tertera untuk melakukan proses pembayaran.

BAB II

ASPEK PEMASARAN

2.1 Analisa Pasar

Dalam melakukan analisis potensi pasar, maka diperlukan untuk mengetahui segmentasi pasar agar pengelompokan konsumen dapat berjalan dengan efektif.

2.1.1 Segmentasi Geografis

Kafe terletak di Kecamatan Kota yang menjadi pusat perbelanjaan dan aktifitas bagi anak muda di sekitarnya. Ditambah dengan lokasi kafe yang berada di pusat kota dapat ditemukan dengan mudah.

2.1.2 Segmentasi Demografis

Yaitu segmentasi pasar yang dikelompokkan berdasarkan :

- ✓ Usia, semua kalangan usia.
- ✓ Jenis pekerjaan, seperti pegawai sipil dan wirausaha.
- ✓ Jenjang pendidikan dikelompokkan menjadi, tingkat pendidikan menengah dan tinggi.

2.1.3 Segmentasi Psikografis

Pada segmentasi ini dibedakan menjadi berbagai kelompok berdasarkan sifat psikologis dan kegemaran atau hobby. Kelompok-kelompok tersebut berasal dari kalangan remaja dan dewasa. Secara psikografis website ini ditujukan untuk orang-orang yang gemar nongkrong, dimana kebanyakan berasal dari kalangan remaja dan dewasa. Walaupun tidak menutup kemungkinan untuk kalangan orang tua ikut menggunakan website ini.

2.2 Potensi Pasar

Berdasarkan analisis pasar menggunakan pendekatan segmentasi, dapat diambil beberapa kesimpulan terkait dengan target pasar dan persaingan pasar, diantaranya yaitu :

Target pasar yang menjadi sasaran adalah kalangan remaja dan juga orang dewasa. Hal ini menjadi fokus utama untuk *owner* dalam memasarkan atau mempromosikan kafe. Khususnya kalangan

1. *millennials* yang lebih banyak menggunakan gadget mereka untuk mencari informasi.
2. Produk ini memiliki fitur untuk mendapatkan informasi mengenai menu apa saja yang tersedia di Kafe Selera Persada. Pengguna juga bisa memesan menu terlebih dahulu untuk dipesan, sehingga memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi.

2.3 Dampak Positif Bagi *Owner*

Dengan dibuatnya produk ini diharapkan dapat memberikan dampak positif, diantaranya:

2.4.1. Bagi *Owner*

Hadirnya SiSera dapat membantu *owner* dalam mengelola berkas/laporan menu yang ada di kafe. Tidak hanya itu, *owner* juga bisa lebih luas dalam memberikan suatu informasi kepada masyarakat.

2.4.2. Bagi Masyarakat Sekitar

Dengan hadirnya SiSera akan membantu masyarakat untuk lebih meningkatkan minat ke kafe tersebut. Masyarakat bisa lebih mudah dalam mencari informasi mengenai kafe. Dengan meningkatnya minat ke kafe masyarakat akan menambah kuantitas relasi di daerah tersebut.

2.4 Kompetitor

Berdasarkan survei yang telah dilakukan, ada beberapa kafe yang memanfaatkan website sebagai media promosi untuk kafanya, beberapa diantaranya seperti berikut :

2.4.1. Kopi Soe

Dari Survei yang telah dilakukan, salah satunya adalah Kopi Soe sebuah kafe yang terletak di Jl. Sunan Muria, Glantengan, Kec. Kota Kudus yang letak nya tidak jauh dari Selera Persada.



Kelebihan :

- ✓ Desain yang simple dan menarik
- ✓ Pengelompokan kategori minuman yang mempermudah pengguna dalam menentukan pilihannya
- ✓ Dihubungkan dengan website resmi yang membuat proses promosi menjadi lebih luas

Kekurangan :

- ✓ Bahasa yang digunakan bercampur antara bahasa inggris dan bahasa indonesia yang menggunakan ejaan lama
- ✓ Sistem order menu dari website cukup membingungkan karena susah dimengerti

2.4.2. Kazuki Coffee

Selanjutnya ada Kazuki Coffee yang juga memanfaatkan website untuk kafanya.



Kelebihan :

- ✓ Desain cukup simple dan warna yang digunakan selaras dengan temanya
- ✓ Informasi yang ditampilkan cukup detail

Kekurangan :

- ✓ Galeri yang ditampilkan tidak maksimal
- ✓ Tidak menampilkan menu yang tersedia

2.4.3. Omah Coffee

Omah Coffee juga memiliki website yang memberikan informasi mengenai profil kafe, jadwal jam buka, serta menu yang tersedia.



Kelebihan :

- ✓ Fitur yang dihadirkan mengenai profile kafe, menu sampai dengan komentar pengunjung cukup lengkap
- ✓ Terdapat fitur rute untuk menuju ke lokasi kafe

Kekurangan :

- ✓ Warna yang digunakan kurang selaras
- ✓ Desain yang di tampilkan kurang menarik
- ✓ Informasi tentang kafe kurang detail

2.4.4. Dua Sodara Coffee

Salah satu website kafe yang memiliki informasi cukup lengkap dari survei yang telah dilakukan.



Kelebihan :

- ✓ Tampilan menu yang beragam beserta harganya
- ✓ Terdapat fitur untuk pesan online

Kekurangan :

- ✓ Tampilan navigasi kurang interaktif
- ✓ Tampilan menu tidak memiliki gambar

2.5 Tren Industri

Di era serba teknologi ini, banyak manfaat yang kita dapatkan dari teknologi yang terus berkembang dengan canggihnya. Banyak orang yang dimudahkan dengan adanya teknologi komputasi. Bentuk teknologi komputasi yang dimaksud adalah sistem informasi, khususnya yang berbasis website. Kebutuhan akan sistem informasi berbasis website kini semakin diprioritaskan karena memudahkan pemilik usaha atau pegawai dalam memanajemen atau mengelola usahanya. Dalam beberapa tahun belakangan ini, peran sosial media mulai dirasakan oleh masyarakat berkat kehadiran berbagai macam platform sosial media, seperti facebook, instagram, dan lain sebagainya. Bahkan, jumlah pengguna media daring tersebut dapat melejit dengan cepat hingga sukar bagi media konvensional untuk menyaingi pertumbuhan social media.

Dengan meningkatnya pengguna internet di Indonesia membuat sistem informasi berbasis website semakin banyak dicari. Berdasarkan hasil studi Polling Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh sebanyak 10,12%. Data ini diambil selama periode Maret hingga 14 April 2019 dengan melibatkan 5900 sampel.

2.6 Strategi Pemasaran

Konsumsi kopi masyarakat Indonesia terus meningkat hingga 1,3 kg per kapita per tahunnya. Namun jumlah tersebut masih lebih rendah dibandingkan Amerika Serikat yang konsumsinya mencapai 4,3 kg per kapita, Austria 7,6 kg per kapita dan Belgia 8,0 kg per kapita. Sebagai negara penghasil kopi terbesar keempat di dunia, seharusnya Indonesia tidak kalah dengan negara-negara importir kopi. Dengan begitu seharusnya kita tidak kesulitan mendapatkan biji kopi terbaik. Untuk meningkatkan tren konsumsi kopi maka harus ada strategi pemasaran yang tepat.

2.1.1 Mengutamakan kualitas produk

Meskipun harga kopi relatif lebih mahal dibanding produk sejenis, tapi apabila citarasa dan aroma kopi dapat memuaskan konsumen. Hal ini akan menjadi kelebihan kedai kopi anda.

2.1.2 Memposisikan dirinya sebagai rumah ketiga

Sejak awal, ciptakan kedai kopi anda sebagai “rumah ketiga” bagi semua orang yang berpergian dari rumah dan tempat kerja. Jadi kedai kopi bukan sekedar tempat untuk membeli secangkir kopi, melainkan sebuah tempat berkumpul untuk bersosialisasi dan berdiskusi, terutama bagi para pelajar dan para profesional muda. Pengalaman dan atmosfer yang unik dan menyenangkan ini menjadi konsep yang sangat kuat, sehingga konsumen merasa sangat tertarik dengan kafe anda.

2.1.3 Kepuasan pelanggan

Dari pintu masuk ke dalam kafe hingga tetes kopi terakhir, konsumen harus bisa merasakan keunikan dalam pengalaman mencicipi kopi di kafe Anda.

2.1.4 Inovasi

Ciptakan ide kreatif dan inovatif dalam menambahkan pilihan produk atau jasa. Mereka menambahkan rasa yang berbeda pada kopi, menambahkan menu makanan, dan juga menjadi salah satu yang pertama dalam menyediakan fasilitas internet di toko mereka.

2.1.5 Pemilihan lokasi

Dalam memilih lokasi, pilih di area-area tertentu sehingga membuatnya sangat mudah ditemui di jalanan-jalanan kota. Sedangkan mindset strategi pemasaran tradisional justru menentang penempatan toko yang berdekatan karena dapat memotong penjualan dari outlet-outlet yang ada.

2.1.6 Eksistensi media sosial

Dua cara untuk memperkuat eksistensi di media sosial, yaitu dengan cara meningkatkan engagement di media sosial dan beriklan. Lakukan posting setiap hari di seluruh akun media sosial dan lanjutkan promosi dengan memperbanyak kuis berhadiah voucher kopi atau giveaway lainnya dengan rutin.

2.1.7 Luncurkan promo

Jangan ragu meluncurkan promo diskon. Misalnya target market anda adalah pekerja kantoran, jadi tawarkan diskon 25% kopi dan cemilan pukul 18.30-21.00. Dengan begitu, konsumen anda tertarik untuk datang ke kafe. Strategi ini lebih tepat untuk kafe yang baru diluncurkan, tapi tidak perlu setiap hari, hanya di momen tertentu.

2.1.8 Membuat website

Sebuah brand yang memiliki website akan memperkuat *brand awareness* kafe anda di masyarakat. Buat desain dan konten yang menarik, juga ramaikan website anda dengan foto-foto menu makanan dan minuman yang disajikan, serta informasi harganya. Jangan lupa memuat artikel edukasi seputar kopi dan kuliner.

BAB III

TIM MANAJEMEN

3.1 Struktur Organisasi

Nama	Kedudukan
M Solahudin Al Faruq	CEO
Noor Faizin	CTO
Nuno Akbar	COO

3.2 Deskripsi Bagian

1. CEO (Chief Executive Officer)

- Memonitoring perkembangan SiSera
- Membagi dan memberi tugas kepada masing-masing bagian
- Memberikan kebijakan terhadap perkembangan SiSera

2. CTO (Chief Technology Officer)

- Membuat aplikasi berbasis website SiSera
- Menentukan framework dan tools yang digunakan pada proses *development* SiSera
- Mengatasi permasalahan yang timbul pada saat sistem digunakan
- Membuat rancangan desain UI/UX untuk website SiSera
- Merancang dan mengelola database yang akan digunakan

3. COO (Chief Operational Officer)

- Memonitoring perkembangan SiSera
- Membuat laporan mengenai perkembangan dan masalah yang ada di dalam SiSera
- Menjawab pertanyaan dan keluhan dari pengguna SiSera

3.3 Analisis Sumber Daya

Tim kami mempunyai sumber daya yang berkualitas untuk mengembangkan sebuah sistem informasi yang berguna untuk website penjualan ini. Didukung dengan pustakawan yang sudah berpengalaman dan developer web yang sudah memiliki pengalaman lebih dari 1 tahun, berikut beberapa skill yang dimiliki :

- Menguasai Web Programming (HTML, CSS, Javascript, Codeigniter, Framework, MYSQL)

SiSERA

- b) Menguasai tool mockup desain seperti Balsamiq dan Figma
- c) Menguasai *version control system* seperti GITHUB untuk membantu dalam Kerjasama tim dna pemeliharaan sistem

BAB IV

PROYEKSI KEUANGAN

4.1 Pengeluaran Awal Tahun Pertama

No	Nama Barang	Keterangan	Jumlah	Harga(Rp)
1	VPS	Paket/tahun	1	Rp. 1.500.000
2	Domain	Paket/tahun	1	Rp. 500.000
3	Internet	10 Mbps	1	-
4	Promosi Awal	Lengkap	1	Rp. 3.000.000
Total				Rp. 5.000.000

4.2 Pengeluaran Bulanan

No	Nama Barang	Satuan	Jumlah	Harga(Rp)
1	Gaji Karyawan	Rp. 1.500.000	3	Rp. 4.500.000
2	Internet	Rp. 600.000	1	Rp. 600.000
3	Promosi	Rp. 400.000	1	Rp. 400.000
4	Pengembangan Apps	Rp. 500.000	1	Rp. 500.000
5	Lain-lain	Rp. 200.000	1	Rp. 200.000
Total				Rp. 6.200.000
Total 1 Tahun				Rp. 74.400.000
Pengeluaran Tahun Pertama				Rp. 79.400.000

4.3 Pengeluaran Tahunan

No	Nama Barang	Keterangan	Jumlah	Harga(Rp)
1	Domain+Hosting	Per Tahun	1	Rp. 2.000.000
Total				Rp. 2.000.000
Pengeluaran Setiap Tahun				Rp. 76.400.000

BAB V

MANAJEMEN RESIKO

5.1 Analisis SWOT

A. Kekuatan (Strength)

SiSera memiliki keunggulan dibanding kompetitor lainnya, dimana pada SiSera memberikan informasi dan layanan kafe Selera Persada. Berikut adalah beberapa keunggulan dari aplikasi SiSera:

- a. Memberikan informasi tentang profil, menu dan acara (*event*) pada kafe Selera Persada.
- b. Memberikan layanan pemesanan menu, dan tempat.
- c. Desain yang simpel dan mudah dipahami
- d. Berbasis website dan bisa di akses dimanapun

B. Kelemahan (Weakness)

Kelemahan dari aplikasi SiSera adalah diperlukannya koneksi internet untuk mengakses websitenya.

C. Peluang (Opportunity)

Berikut merupakan beberapa peluang yang didapatkan dari SiSera, antara lain :

- a. Belum tersedianya aplikasi yang menyediakan layanan tentang kafe berbasis website di Kabupaten Kudus.
- b. Belum tersedianya aplikasi yang menampilkan informasi lengkap tentang kafe di Kabupaten Kudus.

Dari beberapa peluang yang ada di atas, kami yakin bahwa SiSera akan mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat. Ditambah lagi dengan dukungan dari *owner* dalam mewujudkan website ini di Kabupaten Kudus.

D. Ancaman (Threat)

Ancaman dari SiSera adalah munculnya aplikasi sejenis dengan layanan yang sama, karena sampai saat ini belum ada aplikasi sejenis yang ada pada kafe di Kabupaten Kudus.

BAB VI

PROYEKSI KEBERHASILAN

6.1 Pendapatan Tahun Pertama

6.2 Kondisi Optimis Tahun Pertama