**Dokumen 1 Tugas Besar IF3141**

**Akuisisi Informasi**

**BrewSpace**

****

**Disusun oleh:**

**Kelompok K01-G12**

Gagas Praharsa Bahar / 13520016

Bryan Bernigen / 13520034

Angelica Winasta Sinisuka / 13520097

Patrick Amadeus Irawan / 13520109

Owen Christian Wijaya / 13520124

Jevant Jedidia Augustine / 13520133

**Program Studi Teknik Informatika**

**Sekolah Teknik Elektro dan Informatika - Institut Teknologi Bandung**

**Jl. Ganesha 10, Bandung 40132**

**2022**

| Ganesha (4) | **Program Studi**  **Teknik Informatika**  **STEI – ITB** | Nomor Dokumen | Jumlah Halaman |
| --- | --- | --- | --- |
| **SI-01/K01-G12** | **17** |

# Daftar Isi

[**Daftar Isi**](#_heading=h.f4gs0rlh3k41) **2**

[**Daftar Gambar**](#_heading=h.oqj94v9t4w5e) **3**

[**Daftar Tabel**](#_heading=h.nze3vol34lu6) **4**

[**Bab I   
Deskripsi Perusahaan**](#_heading=h.hm08v96hq5yg) **5**

[Tujuan Dokumen](#_heading=h.z9ksdo8673jf) 5

[Profil Perusahaan](#_heading=h.xmigdhljixh) 5

[Visi, Misi, Tujuan, Sasaran, dan Strategi Perusahaan](#_heading=h.h96w2lfx6vzg) 7

[Struktur Organisasi](#_heading=h.7bon321qnihe) 8

[**Bab II  
Kondisi Perusahaan Saat Ini**](#_heading=h.9rx9vbavh8vt) **10**

[Model Bisnis Perusahaan](#_heading=h.d2bm2u5euc1) 10

[Proses Bisnis Perusahaan](#_heading=h.ucwq4dfgg09w) 11

[Penggerak Bisnis Perusahaan](#_heading=h.yiy7e3i2egrh) 12

[Kebutuhan Informasi](#_heading=h.r4320tfq8492) 13

[Deskripsi Teknologi](#_heading=h.qaqdb32yxv1a) 14

[Distribusi Pekerjaan](#_heading=h.erhnbj57j9di) 15

[Pengelolaan Sumber Daya dan Informasi](#_heading=h.au9eta7oft9x) 16

[Pengukuran Pengerjaan](#_heading=h.s0sa869mm1kq) 17

[Kendala dan Hambatan](#_heading=h.aea7cnf4aar8) 17

# Daftar Gambar

| Gambar 1.2.1 Lokasi utama Brewspace | 5 |
| --- | --- |
| Gambar 1.2.2 Logo Brewspace | 6 |
| Gambar 1.4.1 Struktur Organisasi Perusahaan | 9 |
| Gambar 2.2.1 BPMN *Swimlane* untuk Transaksi Makanan | 11 |
| Gambar 2.2.1 BPMN *Swimlane* untuk Reservasi Ruangan | 11 |

# 

# Daftar Tabel

| Tabel 1.4.1 Tabel Struktur Organisasi | 8 |
| --- | --- |
| Tabel 2.2.1 Tabel Legenda | 12 |
| Tabel 2.3.1 Tabel Penggerak Bisnis Perusahaan | 12 |
| Tabel 2.4.1 Tabel Kebutuhan Informasi | 13 |
| Tabel 2.5.1 Tabel Deskripsi Teknologi | 14 |
| Tabel 2.6.1 Tabel Distribusi Pekerjaan | 15 |
| Tabel 2.7.1 Tabel Pengelolaan Sumber Daya dan Informasi | 16 |
| Tabel 2.8.1 Tabel Pengukuran Pengerjaan | 17 |

# 

# Bab I Deskripsi Perusahaan

## Tujuan Dokumen

Tujuan dari dokumen ini adalah untuk mendokumentasikan informasi mengenai perusahaan BrewSpace. Informasi yang diakuisisi dibagi menjadi dua, yaitu deskripsi dari perusahaan dan kondisi perusahaan saat ini. Deskripsi dari perusahaan memuat profil perusahaan, visi, misi, tujuan, sasaran, dan strategi perusahaan, serta struktur organisasi perusahaan. Kondisi perusahaan saat ini mencakup model bisnis perusahaan, proses bisnis perusahaan, penggerak bisnis perusahaan, kebutuhan informasi, deskripsi teknologi, distribusi pekerjaan, pengelolaan sumber daya dan informasi, pengukuran pengerjaan, serta hambatan dan kendala.

## Profil Perusahaan

|  |
| --- |
| Gambar 1.2.1 Lokasi utama Brewspace |
|  |
| Gambar 1.2.2 Logo Brewspace   * Nama perusahaan: Brewspace Coffee & Creative Space * Alamat perusahaan: Jl. Prabu Dimuntur No.22, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115 * Kontak perusahaan:   + +6282111941292 (nomor telpon)   + [info@brewspace.id](mailto:info@brewspace.id) (e-mail)   + brewspace.id (akun *Instagram)* * *Contact person*: +6282240853218 (a.n. Franky selaku *manager*) * Tentang perusahaan:   + Layanan *food and beverages* (FnB)   + Layanan penyediaan ruang kreatif bagi para generasi muda     Brewspace adalah sebuah *coffee shop* yang melayani penjualan *food and beverages* kepada masyarakat umum. Selain itu, wadah penyedia ruang kreatif bagi mahasiswa dan komunitas untuk dapat berkolaborasi dengan menyediakan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan untuk proses-proses kreatif. Brewspace menyediakan fasilitas seperti ruang *meeting,* ruang rekaman untuk *podcast*, dan Wi-Fi dengan kecepatan tinggi, sehingga para demografi pelanggannya mempunyai sebuah ruang yang menunjang aktivitas dan keseharian mereka.  Penghargaan yang diperoleh sejauh ini adalah penghargaan atas kerjasama dengan pihak-pihak eksternal seperti komunitas-komunitas tertentu atau acara-acara tertentu. Sejauh ini, Brewspace tergabung ke dalam asosiasi *coffee shop* dan *cafe* di Bandung. |

## Visi, Misi, Tujuan, Sasaran, dan Strategi Perusahaan

* **Visi**

Visi dari Brewspace adalah untuk menyediakan sebuah ruangan kreatif yang memudahkan generasi muda untuk berkolaborasi dan bekerja secara kreatif dalam ekonomi kreatif yang sedang berkembang pesat

* **Misi**

Misi yang dimiliki Brewspace sekarang adalah sebagai berikut:

* + Menyediakan layanan *food and beverages* dengan kualitas terbaik bagi para pelanggan
  + Menyediakan fasilitas-fasilitas yang mampu mendorong aktivitas ekonomi kreatif dan ruang kolaborasi dan kreasi bagi para generasi muda
  + Memberikan pengalaman yang menyenangkan dan nyaman bagi pengguna dalam setiap aktivitas yang dilakukan dalam ranah Brewspace (konsumsi makanan, reservasi ruangan, dan penggunaan ruangan)
* **Tujuan**

Tujuan yang dimiliki oleh Brewspace sekarang adalah membuat *branding* Brewspace yang unik, sehingga *Brewspace* bisa menjadi salah satu *coffee shop* yang dirujuk oleh generasi muda sebagai tempat yang nyaman dan efisien untuk bekerja bersama

* **Sasaran**

Menyediakan sebuah ruang kreatif yang unik, menyenangkan, nyaman, dan efisien bagi generasi muda untuk berkolaborasi dan bekerja sama satu dengan yang lainnya.

* **Strategi**
  + Strategi secara umum adalah penjualan jasa *food and beverages* tanpa melakukan *charging* akan tempat makan yang digunakan
  + Strategi umum secara fisik termasuk menyediakan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan oleh generasi muda dan termasuk hal esensial dalam aktivitas sehari-hari (misalnya, stop kontak yang dapat dijangkau dengan mudah, koneksi Wi-Fi yang dapat menunjang semua pengguna)
  + Strategi umum secara sosial adalah dengan:
    - Menyediakan program-program sosial yang dapat diikuti oleh semua orang, seperti #KonekinPeople. Melalui #KonekinPeople, para pekerja kreatif dapat membagikan hasil karya mereka ke sebuah tempat umum, di mana hasil pekerjaan tersebut dapat disaksikan oleh khalayak umum. Diharapkan dengan adanya #KonekinPeople, para generasi muda yang membutuhkan jasa sesama pekerja kreatif lainnya dapat menjalin hubungan dengan melihat kecocokan dari portofolio di *website* brewspace.id dan berkreasi dan berkolaborasi bersama
    - Membuka kesempatan bagi para komunitas di Bandung untuk bekerjasama, misalnya dengan menjadikan Brewspace sebagai *venue* acara tersebut

## Struktur Organisasi

Tabel 1.4.1 Tabel Struktur Organisasi

| **ID Jabatan** | **Nama Jabatan** | **Deskripsi Kerja** |
| --- | --- | --- |
| JB-01 | Rapat Direktur | * Mengkoordinasikan direktur produk, direktur service area, direktur kerjasama, dan direktur operasional |
| JB-02 | Direktur Produk | * Merencanakan dan mengatur penambahan dan atau penghapusan produk. |
| JB-03 | Direktur Service dan Area | * Merencanakan dan mengatur penambahan dan pengurangan layanan |
| JB-04 | Direktur Kerjasama | * Merencanakan kerjasama, reputasi, dan hubungan dengan entitas eksternal |
| JB-05 | Direktur Operasional | * Merancang operasional perusahaan |
| JB-06 | General Manager Produk | * Mengubah menu sesuai dengan penambahan atau penghapusan produk dari direktur |
| JB-07 | General Manager Service dan Area | * Mengubah ketersediaan layanan sesuai dengan arahan direktur |
| JB-08 | General Manager Kerjasama | * Mengelola kerjasama, reputasi, dan humas dengan entitas eksternal |
| JB-09 | General Manager Operasional | * Mengelola operasional dan melakukan perawatan operasional secara berkala |
| JB-10 | Staff Kitchen | * Membuat pesanan sesuai dengan keinginan pelanggan |
| JB-11 | Staff Bar | * Membuat pesanan sesuai dengan keinginan pelanggan * Menyajikan pesanan ke pelanggan |
| JB-12 | Staff Service | * Menyajikan pesanan ke pelanggan * Membantu pelanggan |
| JB-13 | Staff Eksternal | * Memegang dan mengurus whatsapp perusahaan * Menjadi contact person untuk bagian reservasi |
| JB-14 | Back Office | * Mengurus administrasi setiap divisi * Mengurus keuangan perusahaan secara menyeluruh |
| JB-15 | Kasir | * Melayani proses transaksi dari pelanggan * Melakukan pencatatan pesanan dari pelanggan |
| JB-16 | Security | Menjaga ketertiban dan keamanan |

# 

Gambar 1.4.1 Struktur Organisasi Perusahaan

# Bab II Kondisi Perusahaan Saat Ini

## Model Bisnis Perusahaan

| **Key Partners**  *Supplier* bahan baku  *Partner* kerjasama per *event*  Sistem *point-to-sales*  Sampoerna  *Agency* *branding* dan *advertising* | **Key Activities**  Layanan *food and beverages*  Penyediaan layanan ruangan  Melayani iklan | **Value Propositions**  Fasilitas dan ruang kreatif yang ditawarkan  Konsep *coffee shop & creative space* yang unik  Program-program kolaborasi sosial seperti #KonekinPeople | **Customer Relationships**  Menyediakan layanan dengan kualitas terbaik bagi pelanggan  Melakukan pencatatan data pengguna untuk promosi khusus via nomor telepon | **Customer Segments**  Siswa SMA  Mahasiswa  Pekerja kreatif  Pekerja dengan tren WFC (*work from cafe*)  Komunitas berstatus middle up | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Key Resources**  *Physical assets* berupa tempat, mesin kasir / produksi makanan, SDM  *Digital assets* berupa *website*, kanal informasi | **Channels**  *Website, e-mail, WhatsApp, Instagram* |
| **Cost Structure**  Bahan baku, gaji karyawan, sewa gedung, internet, listrik | | | **Revenue Streams**  Penyewaan ruangan, penjualan makanan dan minuman, model *package* per ruangan | | |

| *Key Partners* | Pihak-pihak lain yang menjadi pihak kerjasama dengan perusahaan, dapat berupa penyedia sistem, penyedia bahan baku, atau komunitas yang ingin mengadakan *event* |
| --- | --- |
| *Key Activities* | Kegiatan pokok perusahaan mencakup pelayanan *food and beverages*, penyediaan layanan ruangan yang telah disewakan, serta layanan iklan. |
| *Key Resources* | Secara umum dapat dibagi menjadi 2 macam, *physical assets* dan *digital assets*. Aset fisik mencakup hal-hal fisik seperti gedung tempat berjalannya bisnis, mesin kasir, mesin produksi makanan dan minuman, dan SDM. Aset digital mencakup hal seperti *website* perusahaan dan kanal informasi. |
| *Value Propositions* | Brewspace menawarkan fasilitas dan ruang kreatif bagi pelanggan untuk melakukan kolaborasi ekonomi kreatif bersama. Brewspace juga memiliki konsep *coffee shop* dan *creative space* yang unik bila dibandingkan dengan kompetitor, serta memiliki program-program kolaborasi sosial seperti #KonekinPeople. |
| *Customer Relationships* | Setiap pelanggan Brewspace dilayanani dengan kualitas yang terbaik. Dilakukan juga pencatatan data pelanggan untuk promosi khusus via nomor telepon pelanggan |
| *Channels* | *Website* dan *Instagram* digunakan untuk mempromosikan bisnis ke orang banyak, sedangkan *e-mail* dan *WhatsApp* digunakan untuk dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan. |
| *Customer Segments* | Secara umum, target pembeli adalah generasi muda seperti siswa SMA dan mahasiswa. Target lainnya adalah pekerja kreatif, pekerja yang berorientasikan WFH, serta komunitas yang berstatus *middle-up*. |
| *Cost Structure* | Bahan baku untuk membuat makanan dan minuman yang akan dijual, gaji karyawan, serta penyewaan gedung, listrik, dan internet supaya perusahaan dapat berjalan dengan baik. |
| *Revenue Streams* | Brewspace memiliki 2 sumber pendapatan, penjualan *food and beverages* dan penyewaan ruangan yang digunakan bagi pelanggan untuk berkolaborasi bersama. Tiap ruangan yang disewa memiliki model *package* yang juga merupakan sumber pendapatan. |

## Proses Bisnis Perusahaan

1. **Transaksi Makanan (ID: PB-01)**

|  |
| --- |
| Gambar 2.2.1 BPMN *Swimlane* untuk Transaksi Makanan |

Transaksi makanan adalah proses bisnis utama yang terjadi dalam basis harian. Proses bisnis diawali dengan pelanggan yang memesan makanan ke kasir, di mana kasir akan melakukan konfirmasi pembayaran dan penyampaian pesanan ke dapur. Dapur akan melakukan pengecekan ketersediaan bahan baku. Apabila bahan baku tidak tersedia, dapur akan menyampaikan hal tersebut ke kasir dan kasir akan meneruskan informasi tersebut ke pelanggan. Pelanggan kemudian dapat melakukan penggantian pesanan dan melakukan penyampaian ulang ke kasir.

Apabila bahan tersedia, maka pesanan akan dibuat, dan pesanan akan diserahkan ke kasir. Kasir akan melakukan *quality control* dengan memeriksa apakah kualitas makanan sudah sesuai standar dan bisa dikonsumsi oleh pelanggan. Apabila belum sesuai standar, kasir akan meminta perbaikan ke dapur dan dapur akan memproses perbaikan tersebut. Apabila sudah tersedia, maka pesanan akan diantarkan ke pelanggan.

1. **Reservasi (ID: PB-02)**

|  |
| --- |
| Gambar 2.2.1 BPMN *Swimlane* untuk Reservasi Ruangan  Reservasi ruangan adalah proses bisnis terkait pemesanan jadwal penggunaan ruangan di perusahaan yang dimulai dengan pengguna yang melakukan kontak ke public channel perusahaan. Pengguna akan dialihkan ke kontak dengan administrator, di mana administrator akan memeriksa daftar jadwal yang tersedia untuk melihat apakah pemesanan ruangan oleh pelanggan pada jadwal yang diinginkan bisa dilakukan. Apabila jadwal tidak tersedia, administrator akan mengabarkan pelanggan bahwa jadwal tersebut tidak tersedia. Pengguna dapat memilih jadwal alternatif apabila menginginkan.  Setelah jadwal diterima, informasi tersebut akan diteruskan ke kasir. Kasir akan meminta pegawai untuk mempersiapkan ruangan tersebut pada hari dan jam yang sudah ditentukan. Pelanggan akan datang pada waktu yang sudah ditentukan, dan kasir akan melakukan konfirmasi kedatangan pelanggan. Setelah itu, pegawai akan *standby* apabila pelanggan membutuhkan bantuan. Setelah pelanggan menyelesaikan penggunaan ruangan, pegawai akan merapikan ruangan tersebut dan kasir akan melakukan konfirmasi keberangkatan pelanggan. |

1. **Legenda**

Tabel 2.2.1 Tabel Legenda

| **ID Legenda** | **Legenda** | **Keterangan** |
| --- | --- | --- |
| SL-01 |  | Menandai awal dari proses bisnis yang akan berlangsung, dimulai oleh salah satu pihak |
| SL-02 |  | Menandakan akhir dari proses *swimlane*, dapat diakhiri beberapa pihak |
| SL-03 |  | Menandai proses yang dilakukan pihak bersangkutan |
| SL-04 |  | Menandai proses kondisional yang akan mengarah ke beberapa proses berbeda tergantung kondisi yang dinyatakan |
| SL-05 |  | Menandai komunikasi satu arah (untuk lintas pihak) dan urutan eksekusi proses (dalam pihak yang sama) |
| SL-06 |  | Menandai komunikasi dua arah antar dua buah pihak, dapat berupa pertukaran informasi |
| SL-07 |  | Sebuah *lane*, yang menggambarkan kontribusi sebuah pihak dalam proses bisnis tersebut. Sebuah *lane* dapat terhubung dengan *lane* lainnya untuk menandakan adanya interaksi antara dua buah pihak / lebih dalam sebuah proses. Di bagian paling kiri, terdapat nama pihak bisnis yang melakukan proses |
| SL-08 |  | Sebuah *pool*, yang menggambarkan gabungan antara beberapa *lane* untuk mewakilkan sebuah proses bisnis lengkap antara beberapa pihak bisnis |

## Penggerak Bisnis Perusahaan

Tabel 2.3.1 Tabel Penggerak Bisnis Perusahaan

| **ID Penggerak Bisnis** | **Penggerak Bisnis** | **Deskripsi** |
| --- | --- | --- |
| BD-01 | Populasi anak-anak muda di Bandung yang membutuhkan wadah kolaborasi | Anak-anak muda butuh wadah untuk tempat diskusi, ketemu orang, nongkrong, mencari ide, dan lain-lain. Namun belum banyak tempat yang dapat memfasilitasi kebutuhan mereka tersebut. |
| BD-02 | Perkembangan tren WFC (work from cafe) | Banyak pekerjaan jaman sekarang yang dapat dikerjakan dimana saja termasuk di cafe. Saat ini tren orang bekerja di cafe semakin tinggi karena cafe dapat menyediakan kenyamanan bagi para pekerja apalagi jika cafe tersebut memang dirancang sebagai tempat WFC. Dengan menyediakan wifi yang kencang, makanan dan minuman yang enak dan affordable, serta memberikan suasana yang nyaman untuk bekerja, sebuah cafe dapat menjadi pilihan tempat bekerja banyak orang. |
| BD-03 | Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia | Generasi muda (*millenial* dan *zillenial*) yang ada di Indonesia berada dalam ranah pekerjaan ekonomi kreatif, di mana mereka menyediakan jasa kreatif untuk kepentingan bisnis (seperti *video editing,* desain grafis, *digital content*). Mereka membutuhkan wadah dan fasilitas yang memadai untuk bisa mendorong kegiatan kreatif mereka. |
| BD-04 | Inovasi bisnis F&B di Indonesia | Tren bisnis kuliner di Indonesia sudah mulai bergeser dari waralaba berskala nasional dan rumah makan tradisional menjadi waralaba berskala lokal yang menyediakan tren kuliner kontemporer, seperti *coffee shops* dan *all-you-can-eat*. Tipe makanan yang disajikan juga beragam, mulai dari makanan *Western* hingga *Eastern*, di satu lokasi yang sama. |
| BD-05 | Model media *podcast* | Dimulai dari kegiatan *pre-event* komunitas di era pandemi, tren *podcast* mulai menjamur di masyarakat. *Podcast* adalah sebuah tipe media audio yang membahas tentang suatu topik yang bisa didengarkan dari manapun. *Podcast* ramai dimanfaatkan sebagai salah satu media promosi acara, sehingga perusahaan mencoba untuk merangkul para komunitas yang ingin memasarkan *event* melalui *podcast* dengan menyediakan fasilitas perekaman *podcast*. |

## Kebutuhan Informasi

Tabel 2.4.1 Tabel Kebutuhan Informasi

| **ID Informasi** | **ID Proses Bisnis** | **Nama Informasi** | **Manfaat Informasi** |
| --- | --- | --- | --- |
| I-01 | PB-01 | Informasi Pemesanan | Informasi pemesanan makanan dan minuman dibutuhkan untuk mempertimbangkan stok barang yang perlu disimpan |
| I-02 | PB-01 | Informasi Tren | Informasi tren makanan atau minuman yang sedang viral atau sedang laku diperlukan untuk menentukan menu baru yang mungkin untuk dicoba |
| I-03 | PB-01 | Informasi Feedback Pelanggan | Informasi feedback pelanggan dibutuhkan untuk menentukan hal apa yang perlu ditingkatkan dari makanan, minuman, pelayanan, suasana, dan lain-lain. Informasi ini dapat diperoleh dari fitur *feedback* di *website,*  masukan dari kanal media sosial seperti *Twitter*, atau ulasan terbuka di Internet seperti *Google Reviews.* |
| I-04 | PB-02 | Informasi Jam Sibuk | Informasi jam sibuk dibutuhkan agar proses reservasi ruangan dapat dilakukan dengan lebih baik dan lebih akurat berdasarkan kebutuhan pelanggan. |

## Deskripsi Teknologi

Tabel 2.5.1 Tabel Deskripsi Teknologi

| **ID Teknologi** | **ID Proses Bisnis** | **Klasifikasi Teknologi** | **Nama Teknologi** | **Manfaat Teknologi** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| TK-01 | PB-01 | Perangkat Keras | Mesin Kasir | Mesin kasir digunakan untuk mencatat cash flow secara otomatis. Mesin kasir juga dapat mentract produk dan atau layanan apa saja yang dipesan oleh pelanggan |
| TK-02 | PB-01 | Perangkat Lunak | Sistem *point-of-sales* (PoS) | Sistem *point-of-sales* adalah sistem terkomputerisasi yang mengelola penjualan, percetakan nota dan faktur, dan pelayanan pembayaran melalui beberapa metode. Sistem PoS akan menyimpan data transaksi yang nantinya akan diekstraksi untuk dikelola sendiri menggunakan *Google Spreadsheets* |
| TK-03 | PB-01, PB-02 | Jaringan | Sistem Wi-Fi | Jaringan yang digunakan untuk berkomunikasi dengan sistem PoS dan karyawan lain. Jaringan juga digunakan sebagai salah satu fasilitas penunjang yang ditawarkan oleh perusahaan |
| TK-04 | PB-01, PB-02 | Perangkat Lunak | Website | Website digunakan untuk melakukan publikasi sekaligus penawaran-penawaran produk, layanan, dan promo |
| TK-05 | PB-02 | Perangkat Lunak | *Google Spreadsheets* | *Google Spreadsheets* digunakan untuk menyimpan data reservasi ruangan pada jadwal-jadwal tertentu dan mengelola informasi dari sistem PoS |
| TK-06 | PB-01, PB-02 | Perangkat Lunak | *WhatsApp* | *WhatsApp* digunakan untuk komunikasi antar pegawai. *WhatsApp* juga digunakan sebagai media komunikasi antara administrator dan pihak pelanggan yang ingin memesan ruangan |
| TK-07 | PB-02 | Perangkat Keras | Komputer | Komputer digunakan untuk mengelola informasi yang ada di *Google Spreadsheets* dan komunikasi dengan pegawai lainnya. |

## Distribusi Pekerjaan

Tabel 2.6.1 Tabel Distribusi Pekerjaan

| **ID Proses Bisnis** | **ID Jabatan** | **Peran Jabatan dalam Proses Bisnis** | **Kondisi Distribusi Pekerjaan** |
| --- | --- | --- | --- |
| PB-01 | JB-02, JB-03, JB-06, JB-07 | Me-manage stok barang dan melayani *customer* jika terdapat komplain | Manajemen stok barang sudah dilakukan dengan baik karena sudah terintegrasi dengan baik sehingga staff tahu jika suatu produk habis. Namun pelayanan komplain masih overlap dengan direktur terutama jika direktur sedang ada di tempat |
| PB-01 | JB-10, JB-11, JB-12, JB-15 | Mencatat, membuat, dan menyajikan pesanan. | Pekerjaan tersebut terlaksana dengan baik. Terdapat bagian yang mencatat dan menyajikan pesanan lalu ada bagian yang membuat pesanan. |
| PB-01 | JB-14 | Mengatur agar *cashflow* tercatat dengan baik | Pekerjaan tersebut sudah terlaksana dengan baik dengan adanya sistem rekap penjualan setiap hari sehingga cashflow dapat di cek secara berkala |
| PB-02 | JB-03, JB-07 | Mencatat dan mengatur sistem reservasi ruangan melalui chat | Reservasi melalui chat berjalan dengan baik. Hal tersebut terlihat dari kecepatan respons chat yang cepat dan ruangan yang tidak bentrok satu sama lain. |
| PB-02 | JB-12 | Melayani reservasi ruangan ketika pelanggan datang | Pelayanan reservasi ruangan sudah dilakukan dengan baik. Data reservasi sudah terintegrasi dengan baik sehingga pegawai yang melayani sudah tahu harus melakukan apa ketika pelanggan datang |
| PB-01. PB-02 | JB-06, JB-07, JB-08, JB-09 | Memberikan penilaian terhadap performa pegawai | Penilaian akan performa pegawai dilakukan oleh manajer yang merangkap sebagai manajer sumber daya per divisi yang dipegang olehnya. |

## Pengelolaan Sumber Daya dan Informasi

Tabel 2.7.1 Tabel Pengelolaan Sumber Daya dan Informasi

| **ID Proses Bisnis** | **ID Kebutuhan Informasi** | **Bentuk Dokumentasi/Pengelolaan Sumber Daya dan Informasi** | **Kondisi Pengelolaan Sumber Daya Informasi** |
| --- | --- | --- | --- |
| PB-01 | I-01 | Google Sheets rekap penjualan bulanan | Rekap penjualan bulanan sudah terdefinisi dengan baik sehingga perusahaan dapat mengetahui produk mana yang populer dan tidak. Barang mana yang perlu stok banyak dan mana yang hanya perlu sedikit |
| PB-01 | I-02 | Pengolahan secara langsung oleh direktur | Pengelolaan tren hanya sebatas ide direktur atau ide karyawan lain lalu disampaikan ke direktur. Tidak ada tools atau media untuk menyampaikan informasi tren. |
| PB-01 | I-03 | Google Sheets untuk feedback | Feedback dapat diisi melalui google form dan langsung terintegrasi dengan google sheets sehingga rekap feedback dapat digunakan dengan mudah. Sejauh ini belum ada masalah terkait pengelolaan di bidang ini. |
| PB-02 | I-04 | Google Sheets untuk rekap reservasi bulanan | Rekap dilakukan dari data reservasi sebelumnya. data dapat diproses dari Google Sheets untuk mencari jam-jam penuh. Sejauh ini tidak ada masalah terkait pengelolaan informasi di bidang ini. |
| PB-01 | I-05 | Koordinasi di *WhatsApp* untuk promosi dan kesediaan stok | Apabila terdapat rencana promosi untuk beberapa menu, dapur dan pegawai gudang harus menyiapkan dan memastikan adanya stok untuk menu tersebut dengan estimasi tertentu. Koordinasi dilakukan melalui *WhatsApp* secara dua arah. Sejauh ini tidak ada masalah terkait pengelolaan informasi di koordinasi ini, dan pengelolaan tetap dapat dilakukan dengan efisien. |
| PB-01, PB-02 | I-06 | Pencatatan informasi secara manual untuk pelanggan rutin | Hubungan antara perusahaan dan pelanggan dilakukan dengan mencatat informasi pelanggan yang rutin datang ke *coffee shop* untuk kemudian diberikan tawaran khusus pada hari-hari tertentu. Belum ada automasi untuk hal terkait, sehingga pencatatan dilakukan manual. Sejauh ini belum ada masalah, namun harus ada pertimbangan solusi apabila perusahaan ingin melakukan *scale-up.* |
| PB-01 | I-07 | *Google Sheets* untuk rekap pemasukan PoS | Data yang ada di PoS akan dikelola menggunakan *Google Spreadsheets* untuk mendapatkan *insight* terkait strategi finansial selanjutnya. Sejauh ini, tidak ada masalah, dan pengelolaan dapat dilakukan dengan efisien. |

## Pengukuran Pengerjaan

Tabel 2.8.1 Tabel Pengukuran Pengerjaan

| **No** | ***Critical Success Factor*** | ***Key Performance Indicator*** | **Target (jika ada)** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | Mendapatkan *revenue* dari bisnis F&B | Nilai keuntungan yang diperoleh | Keuntungan lebih besar dari omset |
| 2 | Kepuasan pelanggan dengan produk dan layanan | Jumlah feedback yang didapat melalui *form*, dan jumlah review negatif yang diperoleh dari *Twitter* atau *Google Reviews* | *Feedback* negatif yang didapat minim |
| 3 | Kualitas *staff* yang konsisten | Penilaian subjektif terhadap performa *staff* , penilaian oleh *manager* masing-masing divisi | Komplain minim / tidak ada tentang perilaku *staff*, penilaian relatif positif |

## Kendala dan Hambatan

* Hubungan dengan *customer* masih belum dibangun dengan baik, hanya sebatas interaksi saat pelanggan datang
* Keperluan koordinasi dan komunikasi apabila akan dilakukan *scaling* (pembukaan cabang), sehingga harus mendesain alternatif untuk koordinasi antar unit yang lebih besar
* Migrasi data untuk menggunakan sistem yang lebih *established* akan sulit karena bisnis berjalan sepanjang tahun sehingga saat migrasi harus dilakukan sambil data baru dari penjualan masuk sebab waktu yang dipunya untuk migrasi singkat.