

Dokumen 1 Tugas Besar IF3141

Akuisisi Informasi

Scoop & Scoops

Disusun oleh:

Kelompok K01-G08


Muhammad Yusuf Rafi / 13522009
Erdianti Wiga Putri A / 13522053
Nabila Shikoofa Muida / 13522069
Bagas Sambega R / 13522071
Enrique Yanuar / 13522077
Abdul Rafi Radityo H / 13522089

Program Studi Teknik Informatika

Sekolah Teknik Elektro dan Informatika - Institut Teknologi Bandung

Jl. Ganesha 10, Bandung 40132

2025

	Sekolah Teknik Elektro dan Informatika ITB	Nomor Dokumen		Halaman
		<i>IF3141-01/K01-G08</i>		21
		<i>Revisi</i>	00	26/03/2025

Daftar Isi

Daftar Isi.....	2
Daftar Gambar.....	3
Daftar Tabel.....	4
Bab I	
Deskripsi Perusahaan.....	5
1.1. Tujuan Dokumen.....	5
1.2. Profil Perusahaan.....	5
1.2.1. Logo Perusahaan.....	5
1.2.2. Nama, Alamat, dan Kontak Perusahaan.....	5
1.2.3. Contact Person Narasumber.....	6
1.2.4. Bidang Usaha.....	6
1.2.5. Pencapaian.....	6
1.3. Visi, Misi, Tujuan, Sasaran, dan Strategi Perusahaan.....	6
1.3.1. Visi.....	6
1.3.2. Misi.....	7
1.3.3. Tujuan.....	7
1.3.4. Sasaran.....	7
1.3.5. Strategi.....	7
1.4. Struktur Organisasi.....	8
Bab II	
Kondisi Perusahaan Saat Ini.....	10
2.1. Model Bisnis Perusahaan.....	10
2.2. Proses Bisnis Perusahaan.....	13
2.2.1. Perencanaan Strategi dan Produk Perusahaan (ID: PB-01).....	13
2.2.2. Pengadaan Bahan Baku dan Logistik (PB-02).....	14
2.2.3. Produksi Produk (ID: PB-03).....	15
2.2.4. Penjualan dan Pencatatan Transaksi (ID: PB-04).....	15
2.2.5. Legenda.....	16
2.3. Penggerak Bisnis Perusahaan.....	17
2.4. Kebutuhan Informasi.....	17
2.5. Deskripsi Teknologi.....	18
2.6. Distribusi Pekerjaan.....	19
2.7. Pengelolaan Sumber Daya dan Informasi.....	20
2.8. Pengukuran Pengerjaan.....	21
2.9. Kendala dan Hambatan.....	21

Daftar Gambar

Gambar 1.2.1.1 Logo Scoop & Scoops.....	5
Gambar 1.4.1 Struktur Organisasi Scoop & Scoops.....	8
Gambar 2.2.1.1 Diagram Proses Bisnis PB-01.....	13
Gambar 2.2.2.1 Diagram Proses Bisnis PB-02.....	14
Gambar 2.2.3.1 Diagram Proses Bisnis PB-03.....	15
Gambar 2.2.4.1 Diagram Proses Bisnis PB-04.....	15

Daftar Tabel

Tabel 1.4.1. Penjelasan Struktur Organisasi Scoop & Skoops.....	8
Tabel 2.1.1. Business Model Canvas Scoop & Skoops.....	10
Tabel 2.2.5.1. Legenda Proses Bisnis.....	16
Tabel 2.3.1. Penggerak Bisnis Scoop & Skoops.....	17
Tabel 2.4.1. Kebutuhan Informasi Scoop & Skoops.....	17
Tabel 2.5.1. Deskripsi Teknologi Scoop & Skoops.....	18
Tabel 2.6.1. Distribusi Pekerjaan SDM Scoop & Skoops.....	19
Tabel 2.7.1. Pengelolaan Sumber Daya Informasi Scoop & Skoops.....	20
Tabel 2.8.1. Pengukuran Pengerjaan Scoop & Skoops.....	21

Bab I

Deskripsi Perusahaan

1.1. Tujuan Dokumen

Tujuan utama dari dokumen ini adalah untuk mendokumentasikan dan menganalisis informasi mengenai kondisi perusahaan Scoop & Skoops yang diperoleh melalui wawancara dengan pihak terkait. Dokumen ini terbagi menjadi dua bagian utama; pertama, deskripsi perusahaan yang meliputi profil, visi, misi, serta tujuan dan sasaran organisasi. Kedua, analisis kondisi perusahaan saat ini yang mencakup model bisnis, proses bisnis, faktor penggerak bisnis, kebutuhan informasi, teknologi yang digunakan, distribusi pekerjaan, manajemen sumber daya dan informasi, serta evaluasi pengerjaan dan identifikasi hambatan serta kendala yang dihadapi. Dokumen ini bertujuan untuk menyajikan gambaran menyeluruh tentang Scoop & Skoops agar informasi tersebut dapat digunakan sebagai bahan studi dan referensi untuk pengembangan lebih lanjut.

1.2. Profil Perusahaan

1.2.1. Logo Perusahaan



Gambar 1.2.1.1 Logo Scoop & Skoops

1.2.2. Nama, Alamat, dan Kontak Perusahaan

Nama : Scoop & Skoops
Alamat : Jl. Singa Perbangsa, No. 103B, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132
Kontak : scoopandskoops@marketing.gmail.com

1.2.3. Contact Person Narasumber

Nama : Fachmi Akmal Muharram
Jabatan : Operational Manager 2
Kontak : +62 813-3135-7919

1.2.4. Bidang Usaha

Scoop & Scoops adalah perusahaan es krim yang menawarkan berbagai varian rasa unik dan berkualitas tinggi, dengan konsep penyajian yang menarik dan harga terjangkau, terutama ditujukan untuk mahasiswa. Perusahaan ini juga aktif berpartisipasi dalam acara komunitas dan menjalin kemitraan dengan berbagai pihak untuk memperluas jangkauan pasarnya.

1.2.5. Pencapaian

Scoop & Scoops, yang didirikan pada tahun 2018 oleh PT Gerbang Mas Bersama, telah mencapai beberapa pencapaian signifikan. Perusahaan ini berhasil membuka beberapa cabang di wilayah Bandung dan Cimahi, termasuk outlet di Cihapit. Selain itu, Scoop & Scoops juga berpartisipasi dalam berbagai acara sebagai tenant *pop-up* dan menyediakan layanan *food truck* di berbagai event di Bandung dan Jabodetabek. Pada tahun 2019, Scoop & Scoops merencanakan pembukaan cabang ketiga di Kota Cirebon, dengan mempertimbangkan potensi pasar yang berkembang di wilayah tersebut. Perusahaan juga aktif menjalin kemitraan, seperti dengan Amanda Bakery, untuk memperluas jangkauan distribusi produknya. Melalui inovasi produk dan penerapan strategi pemasaran yang efektif, Scoop & Scoops terus berupaya untuk menjadi salah satu toko es krim paling unik dan autentik di Indonesia.

1.3. Visi, Misi, Tujuan, Sasaran, dan Strategi Perusahaan

1.3.1. Visi

Menjadi penyedia es krim terkemuka yang menawarkan produk berkualitas tinggi dengan harga terjangkau, serta inovatif dalam memenuhi kebutuhan konsumen muda, khususnya mahasiswa dan perempuan.

1.3.2. Misi

- Menyediakan berbagai varian es krim dan minuman seperti milk tea dan smoothies yang sesuai dengan selera dan preferensi konsumen muda.
- Melakukan inovasi produk secara berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang dinamis
- Mengembangkan kemitraan strategis dengan berbagai retail dan restoran untuk memperluas jangkauan distribusi produk.

1.3.3. Tujuan

- Meningkatkan pangsa pasar di segmen konsumen muda, terutama mahasiswa, melalui produk yang terjangkau dan berkualitas
- Memperluas jaringan distribusi produk melalui kemitraan dengan retail dan restoran, serta kehadiran di berbagai acara.

1.3.4. Sasaran

- **Peningkatan Distribusi:** Memperluas jaringan distribusi produk es krim ke berbagai retail dan restoran, dengan fokus pada kemitraan tanpa merek untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.
- **Inovasi Produk:** Mengembangkan dan meluncurkan produk baru, seperti es krim swirl dan popsicle, untuk memenuhi selera konsumen yang beragam.
- **Eksansi Outlet:** Membuka outlet baru dengan konsep mini, serta memasang vending machine di lokasi strategis untuk meningkatkan aksesibilitas produk.

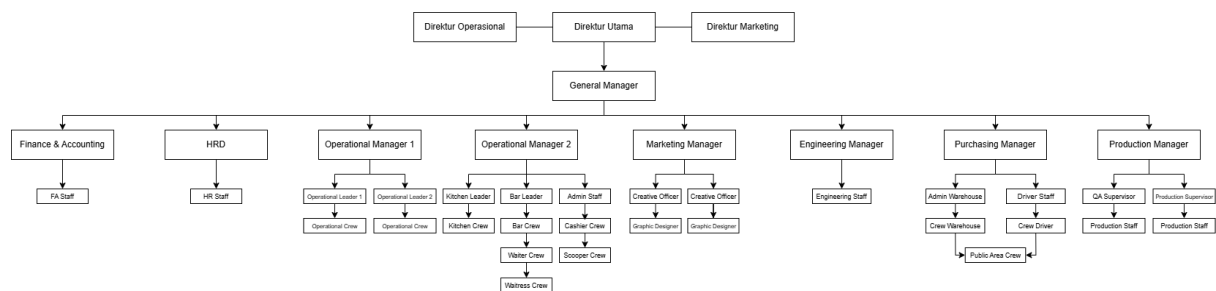
1.3.5. Strategi

- **Diversifikasi Produk:** Mengembangkan berbagai varian es krim dan minuman yang sesuai dengan tren dan selera konsumen muda, serta memperkenalkan produk baru secara berkala.
- **Kemitraan Distribusi:** Bekerja sama dengan berbagai retail dan restoran tanpa merek untuk memperluas jangkauan distribusi dan meningkatkan ketersediaan produk di berbagai lokasi.
- **Pemasaran Digital:** Memanfaatkan platform media sosial dan pemasaran digital untuk menjangkau target pasar secara efektif, serta membangun komunitas penggemar merek.

- **Partisipasi Acara:** Mengikuti berbagai acara dan festival yang relevan dengan target pasar untuk meningkatkan brand awareness dan berinteraksi langsung dengan konsumen.
- **Inovasi Berkelanjutan:** Melakukan riset dan pengembangan produk secara kontinu untuk menghadirkan inovasi yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus berubah.

1.4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi Scoop & Scoops dapat dilihat pada gambar di bawah ini



Gambar 1.4.1 Struktur Organisasi Scoop & Scoops

Sumber: [Dokumen Penulis](#)

Penjelasan dari struktur organisasi di atas tertera sebagai berikut.

Tabel 1.4.1. Penjelasan Struktur Organisasi Scoop & Scoops

ID Jabatan	Nama Jabatan	Deskripsi Kerja
JB-01	Direktur Utama	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merencanakan, mengelola, dan menganalisis kebutuhan operasional, sumber daya, keuangan, dan pemasaran untuk mendukung aktivitas fungsional bisnis. 2. Melakukan koordinasi dengan Direktur Operasional dan Direktur Marketing melalui rapat rutin bulanan. 3. Melakukan evaluasi terhadap kinerja perusahaan dalam pemenuhan visi dan misi perusahaan.
JB-02	Direktur Operasional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengelola tim dan memastikan efisiensi operasional. 2. Mengawasi pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan.
JB-03	Direktur Marketing	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengatur strategi pemasaran perusahaan. 2. Mengimplementasikan kegiatan promosi dan branding.

		3. Meningkatkan penjualan dan kesadaran merek.
JB-04	<i>General Manager</i>	1. Mengawasi operasi sehari-hari di berbagai departemen. 2. Memastikan kepatuhan terhadap standar dan target perusahaan.
JB-05	<i>Finance & Accounting</i>	1. Bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan perusahaan. 2. Melakukan perencanaan anggaran dan pelaporan keuangan. 3. Mengaudit keuangan perusahaan.
JB-06	HRD	1. Mengelola semua aspek sumber daya manusia. 2. Melakukan perekrutan, pelatihan, dan pengembangan karyawan.
JB-07	<i>Operational Manager 1</i>	1. Mengelola operasi back office, termasuk administrasi dan pengelolaan data internal serta distribusi, baik produk maupun bahan baku. 2. Memastikan semua kegiatan back office berjalan efisien dan sesuai dengan kebijakan perusahaan.
JB-08	<i>Operational Manager 2</i>	1. Bertanggung jawab atas pengawasan dan koordinasi aktivitas operasional yang berhubungan langsung dengan pelanggan. 2. Mengelola staf dan sumber daya untuk memastikan layanan pelanggan yang efektif dan responsif.
JB-09	<i>Marketing Manager</i>	1. Mengarahkan kegiatan pemasaran dan promosi. 2. Merancang implementasi pemasaran. 3. Bekerja dengan tim kreatif untuk mencapai tujuan pemasaran.
JB-10	<i>Engineering Manager</i>	1. Memimpin tim teknisi dalam pemeliharaan dan perbaikan mesin dan peralatan perusahaan. 2. Menjamin kinerja teknis peralatan sesuai dengan standar keamanan dan efisiensi operasional. 3. Mengkoordinasikan proyek-proyek perbaikan dan pembaruan sistem mesin untuk meningkatkan produktivitas.
JB-11	<i>Purchasing Manager</i>	1. Mengawasi proses pembelian bahan baku dan operasional. 2. Melakukan negosiasi kontrak dan pengelolaan <i>supplier</i> .
JB-12	<i>Production Manager</i>	1. Bertanggung jawab atas manajemen <i>timeline</i> produksi. 2. Mengatur perencanaan, efisiensi, dan kualitas output produksi.

Bab II

Kondisi Perusahaan Saat Ini

2.1. Model Bisnis Perusahaan

Berikut ini merupakan rincian detail mengenai model bisnis perusahaan yang dijabarkan dengan menggunakan tools BMC (*Business Model Canvas*).

Tabel 2.1.1. *Business Model Canvas* Scoop & Scoops

Key Partner <ul style="list-style-type: none"> - Bekerjasama dengan Sentral Cargo sebagai layanan pengiriman barang - Bekerjasama dengan pihak ketiga untuk perakitan barang - Bekerjasama secara B2B dengan beberapa sekolah, cafe, dan restoran. 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> - Mengadakan promosi dan partisipasi dalam berbagai event. - Membuka mini booth di mall. - Menjalinkan kerjasama untuk edisi khusus. 	Value Proposition <ul style="list-style-type: none"> - Menawarkan es krim premium dengan kualitas setara gelato. - Harga lebih terjangkau. 	Customer Relationships <ul style="list-style-type: none"> - Menciptakan engagement melalui konten dan event. - Menawarkan promosi khusus untuk pelajar/mahasiswa. 	Customer Segments <ul style="list-style-type: none"> - Pelajar/Mahasiswa usia 16-23 tahun. - Keluarga. - Pekerja kantoran.
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> - Investasi kendaraan untuk distribusi. - Pengadaan bahan baku dan peralatan produksi. - Biaya operasional <i>freezer</i> dan <i>cold storage</i>. 		Key Resources <ul style="list-style-type: none"> - Modal finansial. - Mesin produksi es krim dan tenaga kerja. - Fasilitas <i>cold storage</i>. - Kendaraan pengirim dengan <i>cold storage</i>. Channels <ul style="list-style-type: none"> - Event sekolah, komunitas, kuliner. - Konten media sosial di Instagram (@scoop.and.scoops) dan TikTok (@scoop.and.scoops) - Iklan digital Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> - Penjualan langsung melalui <i>outlet</i> dan <i>mini booth</i>. - Kerjasama dengan Amanda Brownies untuk penjualan es krim di cabang mereka. - B2B <i>partnerships</i> untuk suplai es krim tanpa label kepada restoran dan pelaku bisnis lain di seluruh Indonesia. 		

Berikut merupakan penjelasan dari model bisnis di atas:

1. *Value Propositions*

Scoop & Scoops menawarkan es krim premium dengan kualitas yang setara dengan gelato, dibuat menggunakan bahan baku berbasis susu tanpa penambahan air dan 80% bahan non-artifisial. Ini memberikan keunggulan dalam hal kualitas dan

kesegaran produk. Harga yang ditawarkan lebih terjangkau dibandingkan dengan produk gelato dan es krim lain di pasar, menjadikannya pilihan yang menarik bagi konsumen yang mencari kualitas tinggi dengan harga yang ekonomis.

2. *Customer Segment*

Target pasar Scoop & Skoops mencakup pelajar dan mahasiswa berusia 16-23 tahun, keluarga, dan pekerja kantoran, dengan fokus khusus pada segmen wanita. Hal ini mencerminkan strategi pemasaran yang dirancang untuk menarik minat kelompok yang tren saat ini.

3. *Customer Relationship*

Perusahaan berupaya menciptakan keterlibatan pelanggan melalui konten yang menarik dan event-event yang relevan, seperti acara sekolah atau pensi. Promosi khusus juga ditawarkan untuk pelajar dan mahasiswa, seperti harga spesial 2 scoop Rp17.000 pada jam tertentu, meningkatkan nilai dan daya tarik bagi segmen muda.

4. *Channels*

Strategi distribusi Scoop & Skoops meliputi partisipasi dalam event sekolah, komunitas, dan festival kuliner. Mereka juga menggunakan media sosial aktif seperti Instagram dan TikTok. Selain itu, Scoop & Skoops juga mengoperasikan mini booth di lokasi strategis seperti mal untuk menjangkau pelanggan secara langsung dan memberikan pengalaman brand yang konsisten.

5. *Key Activities*

Kegiatan utama yang dilakukan Scoop & Skoops antara lain adalah mengadakan promosi secara aktif dan partisipasi dalam berbagai event untuk meningkatkan visibilitas. Pembukaan mini booth di tempat-tempat dengan traffic tinggi dan kerjasama untuk produk edisi khusus, seperti merchandising atau produk kolaboratif, juga merupakan bagian dari aktivitas utama.

6. *Key Partners*

Amanda Brownies dan Scoop & Scoops adalah bagian dari perusahaan yang sama, yang memudahkan kerjasama dalam distribusi produk. Scoop & Scoops juga bekerja sama dengan supplier peralatan GEA. Selain itu, Scoop & Scoops mendapatkan bahan baku seperti susu dan butter dari penyedia terpercaya, untuk memastikan kualitas produksi yang tinggi.

7. *Key Resources*

Sumber daya utama Scoop & Scoops meliputi modal finansial yang kuat, mesin produksi es krim modern, tenaga kerja terampil, serta fasilitas penyimpanan dingin yang mencakup ruang besar dengan *freezer*. Kendaraan pengiriman dilengkapi dengan *cold storage* untuk memastikan kualitas produk tetap terjaga selama distribusi.

8. *Cost Structure*

Biaya pengeluaran signifikan yang dikeluarkan oleh Scoop & Scoops adalah investasi pada kendaraan untuk distribusi, pengadaan bahan baku dan peralatan produksi yang efisien. Biaya operasional yang berkaitan dengan pemeliharaan freezer dan fasilitas cold storage juga diperhitungkan dalam struktur biaya.

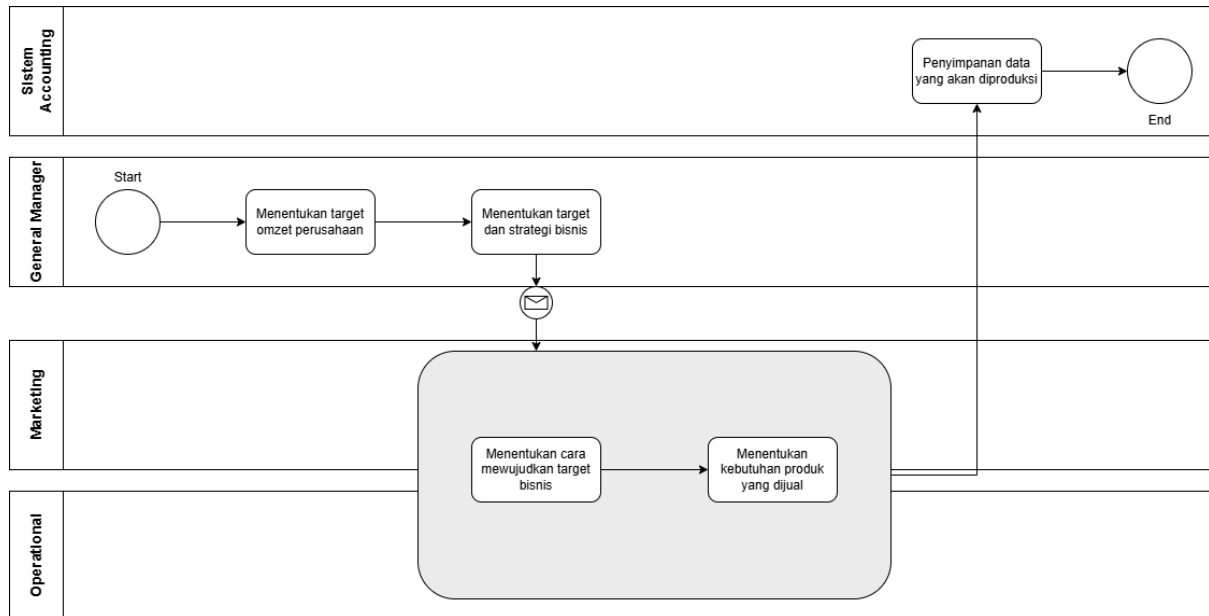
9. *Revenue Streams*

Sumber pendapatan utama Scoop & Scoops berasal dari penjualan langsung melalui outlet dan mini booth. Kerjasama dengan Amanda Brownies membantu penjualan di cabang mereka, serta B2B *partnership* untuk menyuplai es krim tanpa label kepada restoran dan pelaku bisnis lain di seluruh Indonesia juga membuka peluang pendapatan baru.

2.2. Proses Bisnis Perusahaan

Terdapat total 4 proses bisnis utama yang dilakukan oleh Scoop & Skoops, dimulai dari perencanaan strategi dan penentuan produk perusahaan, pengadaan bahan baku dan logistiknya, produksi produk, dan penjualan juga pencatatan penjualan tersebut. Proses bisnis secara lengkap dapat diakses melalui [BPMN SI.drawio](#).

2.2.1. Perencanaan Strategi dan Produk Perusahaan (ID: PB-01)



Gambar 2.2.1.1 Diagram Proses Bisnis PB-01

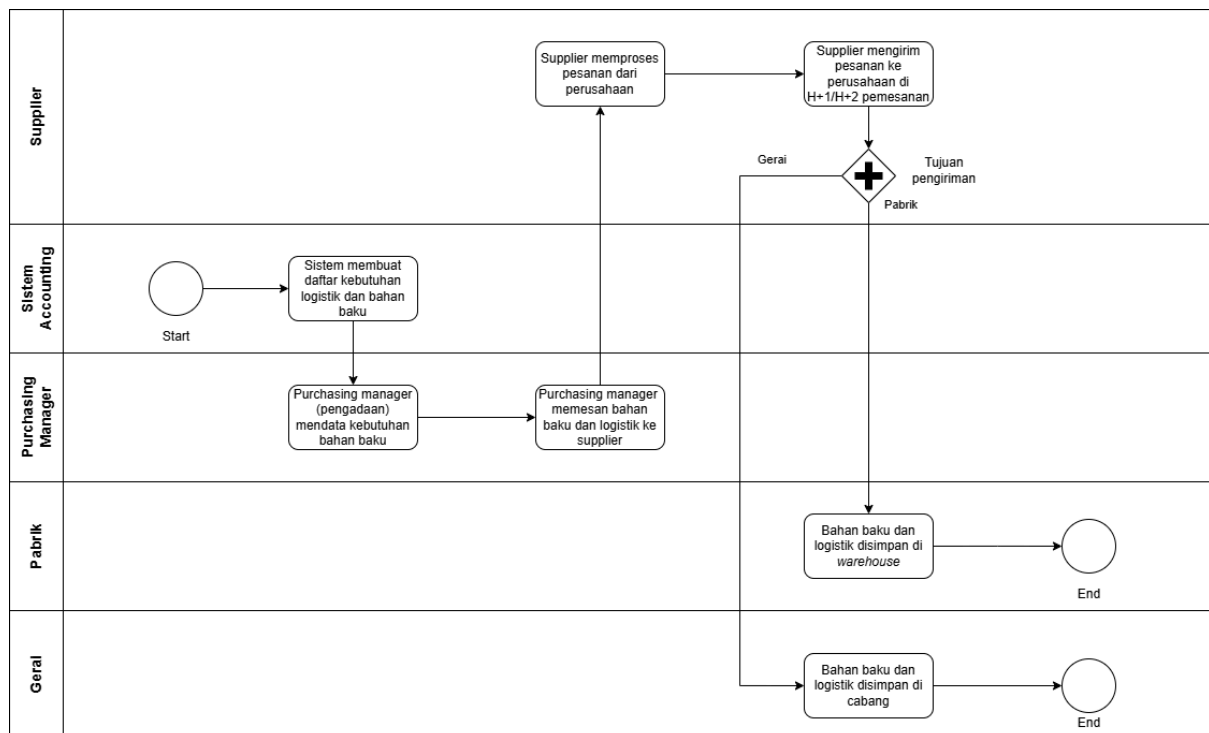
a. Penentuan target bisnis oleh *general manager*

General manager akan menentukan besaran *revenue* dan omzet yang harus didapatkan pada setiap tahunnya. Setelah *general manager* menentukan target omzet tahunan, *general manager* akan menentukan strategi bisnis untuk tahun tersebut.

b. Penentuan implementasi produk oleh operasional dan marketing

Setelah target bisnis perusahaan selesai ditentukan, data ini akan dikirim ke divisi operasional dan marketing. Kemudian divisi operasional dan marketing akan membahas implementasi dari target yang sudah ditetapkan *general marketing*, menentukan produk apa yang akan dibuat dan dijual. Data produk-produk yang akan dibuat dan diadakan ini akan disimpan di sistem akuntansi.

2.2.2. Pengadaan Bahan Baku dan Logistik (PB-02)



Gambar 2.2.2.1 Diagram Proses Bisnis PB-02

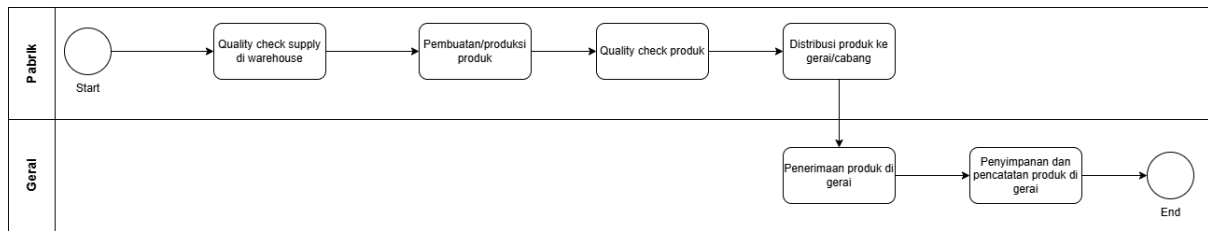
a. Perhitungan bahan baku dan logistik yang dibutuhkan

Berdasarkan produk yang akan dibuat dan sudah ditentukan oleh divisi operasional dan marketing, sistem akuntansi akan membuat daftar bahan yang diperlukan untuk membuat produk-produk tersebut secara otomatis. Kemudian daftar bahan yang diperlukan ini akan dikirimkan ke *purchasing manager*.

b. Pemesanan bahan baku dan logistik ke *supplier*

Scoop & Skoops akan melakukan *preorder* oleh *purchasing manager* ke perusahaan *supplier*. Sehari atau dua hari setelah pemesanan, bahan baku dan logistik yang diminta tersebut akan dikirimkan kembali ke pabrik untuk produksi, atau langsung ke gerai jika gerai membutuhkan logistik secara langsung.

2.2.3. Produksi Produk (ID: PB-03)



Gambar 2.2.3.1 Diagram Proses Bisnis PB-03

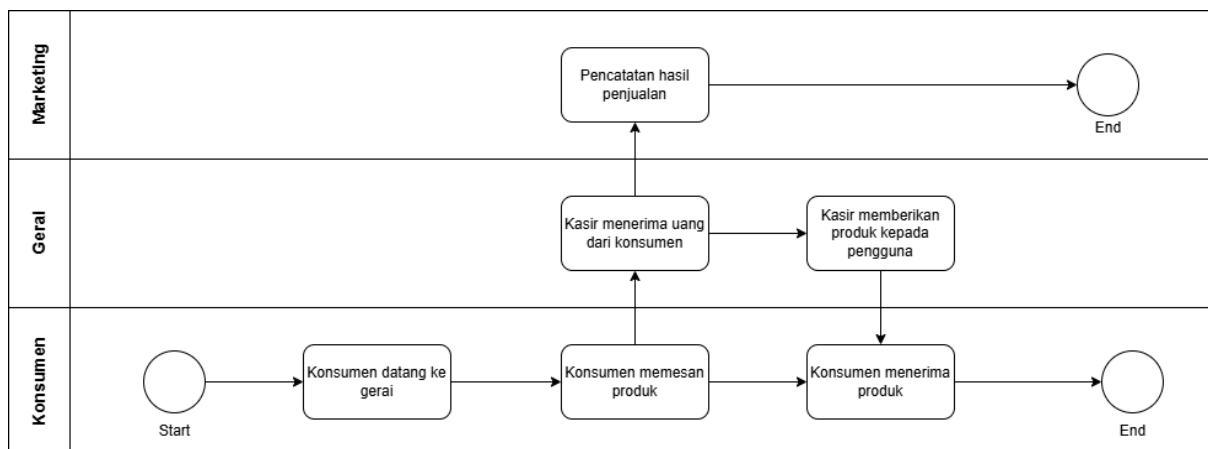
a. Pengecekan kualitas bahan baku

Bahan baku yang sudah sampai di pabrik akan diperiksa terlebih dahulu kualitas dan kuantitasnya oleh *Quality Assurance*. Jika ada barang yang kualitas dan kuantitasnya belum sesuai, pabrik akan meminta pengiriman ulang untuk barang tersebut.

b. Proses produksi

Setelah bahan baku terjamin kualitas dan kuantitasnya, pabrik dapat memulai proses pembuatan produk. Setelah produk selesai dibuat, produk akan kembali diperiksa kualitasnya sebelum dikirim ke gerai-gerai.

2.2.4. Penjualan dan Pencatatan Transaksi (ID: PB-04)



Gambar 2.2.4.1 Diagram Proses Bisnis PB-04

a. Transaksi produk

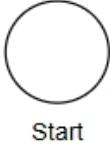




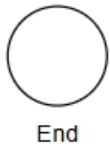

Konsumen datang ke gerai untuk membeli produk dari Scoop & Scoops. Konsumen membayar terlebih dahulu untuk pesanan yang dibuatnya, kemudian gerai akan memproses pesanan pembeli dan memberikan pesanan kepada pembeli.

b. Pencatatan hasil penjualan

Setiap transaksi yang dilakukan di gerai akan dicatat, dan data transaksi tersebut akan diberikan kepada divisi marketing.

2.2.5. Legenda

Tabel 2.2.5.1. Legenda Proses Bisnis

ID Legenda	Legenda	Keterangan
SL-01		<i>Start event symbol</i> ; Menunjukkan awal event yang mengawali suatu proses
SL-02		<i>Task symbol</i> : Menunjukkan suatu <i>task</i> terkecil pada suatu proses
SL-03		<i>Message intermediate event</i> : Menunjukkan adanya pesan yang dikirim/diterima
SL-04		<i>Parallel gateway</i> : Menunjukkan adanya percabangan aktivitas yang bisa dilakukan secara paralel
SL-05		<i>Sequence flow</i> : Menunjukkan urutan aktivitas pada suatu proses
SL-06		<i>End event symbol</i> : Menunjukkan akhir event yang mengakhiri suatu proses
SL-07		<i>Group</i> : Menunjukkan grup aktivitas

2.3. Penggerak Bisnis Perusahaan

Tabel 2.3.1. Penggerak Bisnis Scoop & Skoops

ID Penggerak Bisnis	Penggerak Bisnis	Deskripsi
BD-01	Kompetitor belum berjumlah banyak	Saat didirikan, belum banyak perusahaan Indonesia yang berfokus di produk <i>ice cream</i> , terutama es krim dengan kualitas premium
BD-02	Bisnis berbasis retail	Saat didirikan dan saat pandemi Covid-19 mereda, masih belum banyak bisnis retail yang berfokus ke produk <i>ice cream</i> . Selain itu, bisnis berbasis restoran yang menjadi awal dari Scoop & Skoops membutuhkan modal yang cukup besar, sehingga retail lebih sesuai
BD-03	Produk dengan kualitas premium	Masih sedikit produk es krim di Indonesia yang menggunakan bahan asli dan alami untuk pembuatannya, sementara Scoop & Skoops selalu menggunakan perisa alami untuk menjaga kualitas produk-produknya

2.4. Kebutuhan Informasi

Dalam mendukung keberjalanan proses bisnisnya, Scoop & Skoops memiliki beberapa kebutuhan terhadap informasi yang dapat dilihat pada tabel 2.4.1.

Tabel 2.4.1. Kebutuhan Informasi Scoop & Skoops

ID Informasi	ID Proses Bisnis	Nama Informasi	Manfaat Informasi
I-01	PB-02	Informasi Stok Bahan Baku	Informasi stok bahan baku dibutuhkan perusahaan untuk mengetahui apakah masih tersedia stok untuk pembuatan es krim yang baru.
I-02	PB-03	Pengiriman Barang	Informasi pengiriman barang dibutuhkan Scoop & Skoops untuk memastikan bahwa barang sudah tersedia di setiap cabang sesuai dengan jadwal pengiriman.

I-03	PB-04	Informasi Penjualan	Informasi penjualan dibutuhkan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam mengambil keputusan terkait produksi es krim di <i>batch</i> selanjutnya.
I-04	PB-01	Feedback Konsumen	<i>Feedback</i> dari pembeli dikumpulkan dan disimpan oleh Scoop & Skoops di tiap cabangnya untuk disalurkan kepada General Manager agar dapat ditelaah lebih lanjut.

2.5. Deskripsi Teknologi

Teknologi yang digunakan Scoop & Skoops dalam mendukung keberjalanan bisnis terdiri dari perangkat keras dan perangkat lunak. Deskripsi dari setiap teknologi yang digunakan dapat dilihat pada tabel 2.5.1

Tabel 2.5.1. Deskripsi Teknologi Scoop & Skoops

ID Teknologi	ID Proses Bisnis	Klasifikasi Teknologi	Nama Teknologi	Manfaat Teknologi
TK-01	PB-01	Perangkat lunak	Platform Komunikasi	Platform Komunikasi yang digunakan adalah WhatsApp dan Telegram, dipakai sebagai sarana komunikasi di dalam maupun di luar ranah dan jam perusahaan, baik itu untuk outlet pulau Jawa maupun luar pulau Jawa.
TK-02	PB-01	Perangkat lunak	Google Spreadsheet	Google Spreadsheets digunakan Scoop & Skoops untuk memantau stok bahan baku, serta perampungan data pada Accurate dan Moka POS.
TK-03	PB-02, PB-03	Perangkat keras	Mesin Pendingin	Mesin Pendingin digunakan oleh Scoop & Skoops untuk menyimpan bahan-bahan yang mudah mencair, seperti es krim dan beberapa bahan baku lainnya.
TK-04	PB-04	Perangkat lunak	Moka POS	Moka POS digunakan Scoop & Skoops untuk menyimpan data penjualan harian di tiap cabangnya. Datanya lalu masuk ke Tim Finance, apakah betul item itu terjual sesuai dengan pencatatan uang masuknya.

TK-05	PB-04	Perangkat lunak	Accurate	Accurate adalah perangkat lunak yang digunakan Scoop & Skoops sebagai sistem akuntansi. Accurate dapat digunakan untuk mencatat transaksi, membuat laporan keuangan, mengelola persediaan, dan memenuhi kewajiban perpajakan.
TK-06	PB-01	Perangkat lunak	Google Review dan Google Form	Google Review dan Google Form digunakan Scoop & Skoops untuk menerima feedback dari konsumen.

2.6. Distribusi Pekerjaan

Untuk pembagian deskripsi pekerjaan, sudah dibagi tiap divisi mengikuti struktur organisasi. Setiap manajer sudah mempunyai detail tanggung jawab mereka di surat kontrak mereka. Beberapa jabatan pekerjaan ikut terlibat dalam proses bisnis. Berikut peran jabatan dan kondisi distribusi pekerjaan Scoop & Skoops dapat dilihat pada tabel 2.6.1.

Tabel 2.6.1. Distribusi Pekerjaan SDM Scoop & Skoops

ID Proses Bisnis	ID Jabatan	Peran Jabatan dalam Proses Bisnis	Kondisi Distribusi Pekerjaan
PB-01	JB-01 JB-04	Menentukan target omzet dan strategi bisnis,	Kondisi distribusi pekerjaan cukup baik.
	JB-02 JB-03	Menentukan kebutuhan produk yang akan dijual sesuai dengan target bisnis.	
	JB-05	Mencatat data produk yang akan diadakan ke sistem akuntansi.	
	JB-06	Mengevaluasi performansi karyawan	
PB-02	JB-05 JB-12	Menentukan daftar bahan produk.	Purchasing Manager juga bertanggung jawab selama proses pemesanan bahan baku hingga <i>supplier</i> sudah mengirimkan bahan tersebut ke gerai dan pabrik.
	JB-11	Mencatat kebutuhan bahan baku dan memesan ke <i>supplier</i>	

PB-03	JB-12	Melakukan <i>Quality Assurance</i> terhadap kualitas bahan baku dan mengawasi pembuatan produk.	Production Manager juga bertanggung jawab dalam meminta pengiriman ulang ke <i>supplier</i> jika terdapat bahan baku yang kualitasnya tidak sesuai. Selain itu, Operational Manager 1 juga mencatat penerimaan produk di gerai tersebut.
	JB-07	Melakukan pengiriman produk dari pabrik ke gerai.	
	JB-10	Memastikan performansi mesin pendingin	
PB-04	JB-08	Mengawasi kualitas <i>service</i> pekerja dan mencatat setiap transaksi di gerai tersebut.	Operational Manager 2 juga bertanggung jawab dalam mencatat setiap transaksi dan memvalidasi data penjualan di hari tersebut sudah sesuai dan mengirimkan data tersebut ke divisi <i>marketing</i> .
	JB-09	Mengolah dan merekap data hasil transaksi	
	JB-10	Memastikan performansi mesin pendingin	

2.7. Pengelolaan Sumber Daya dan Informasi

Untuk pengelolaan sumber daya dan informasi, Scoop & Skoops memiliki dokumentasi yang mereka kelola sendiri. Berikut pengelolaan sumber daya dan informasi dan kondisi pengelolaannya dapat dilihat pada tabel 2.7.1.

Tabel 2.7.1. Pengelolaan Sumber Daya Informasi Scoop & Skoops

ID Proses Bisnis	ID Kebutuhan Informasi	Bentuk Dokumentasi/Pengelolaan Sumber Daya dan Informasi	Kondisi Pengelolaan Sumber Daya Informasi
PB-01	I-04	Google <i>form</i> dan <i>google review</i> .	Dengan media ini, data <i>feedback</i> dari konsumen dapat dikelola dengan baik.
PB-02	I-01	Aplikasi <i>accurate</i> dan <i>spreadsheet</i> .	Dengan media ini, data persediaan dapat dikelola dengan baik dan terjaga.
PB-03	I-02	Platform Komunikasi	Dengan berkomunikasi melalui WhatsApp dan Telegram, situasi pengiriman barang dapat berjalan dengan baik.

PB-04	I-03	Aplikasi Moka POS, <i>accurate</i> dan <i>spreadsheet</i> .	Dengan media ini, data persediaan dapat dikelola dengan baik dan terjaga.
-------	------	---	---

2.8. Pengukuran Pengerjaan

Untuk mengukur dan mengevaluasi keberhasilan perusahaan Scoop & Scoops, sangat penting untuk memahami dan menganalisis kinerja operasional secara mendalam. Ada berbagai aspek dalam pengukuran kinerja yang krusial dalam menentukan keberhasilan perusahaan Scoop & Scoops. Berikut adalah tabel yang menunjukkan metrik pengukuran kinerja dari perusahaan Scoop & Scoops.

Tabel 2.8.1. Pengukuran Pengerjaan Scoop & Scoops

No	Critical Success Factor	Key Performance Indicator	Target (jika ada)
1	Jumlah Es Krim yang diproduksi optimal	Jumlah es krim yang diproduksi	-
		Jumlah es krim yang terjual	-

2.9. Kendala dan Hambatan

- **Tingginya Biaya Operasional:** Perusahaan memiliki pengeluaran besar, termasuk biaya listrik untuk mesin pendingin yang harus beroperasi 24 jam.
- **Pasar yang Terbatas dan Penurunan Konsumsi:** Konsumsi es krim di Indonesia rendah (sekitar 1% pada 2023/2024). Meskipun bisnis berkembang, permintaan pasar tetap kecil dibandingkan dengan ukuran perusahaan.
- **Tantangan Logistik:** Untuk cabang Scoops & Scoops yang di luar Pulau Jawa, pengiriman membutuhkan biaya yang banyak serta pengelolaan stoknya sulit.
- **Komunikasi Perusahaan:** Tukar informasi dengan divisi yang di luar Bandung hanya terbatas melalui *whatsapp* atau telegram.
- **Keterbatasan Marketing:** Marketing hanya dilakukan di Bandung.