

## KEUNGGULAN DAN PENGEMBANGAN KOPI'S PROGRAM UNTUK MENINGKATKAN EFFISIENSI, ALUR KERJA SERTA KINERJA SDM

Vera Mariani Saiful <sup>1)</sup>; Asriati <sup>2)</sup> and Hamsinah Baharudin <sup>3)</sup>

Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Pamulang

e-mail: <sup>a)</sup>[veramariani.vm@gmail.com](mailto:veramariani.vm@gmail.com) <sup>b)</sup>[asrimarsito@gmail.com](mailto:asrimarsito@gmail.com)

<sup>c)</sup>[dosen00941@unpam.ac.id](mailto:dosen00941@unpam.ac.id)

**Abstract:** POS Software is a system that supports business transactions. POS will usually be connected to a cash register/computer. Now POS can be used on Android or Windows based tablets/smartphones and can also be used on EDC machines and other transaction tools. And this is also much easier and simpler because you don't have to use space. which is large and looks neater without scattered cables. Apart from being able to manage financial flows, POS Software can do several other things such as storing customer data, recording product inventory, finding out the profits or profits obtained, and reporting sales transactions, all of which are can arrange the production, whether it's every day, once a week, every month, even once a year. The more technology develops, the more POS features increase. In the past, POS was just a cash register that helped retail entrepreneurs, now POS has really developed and can do more than just calculate product prices. Now POS is used in almost all FNB industry networks. has reached all corners of Indonesia and many well-known brands, local brands and UMKM have used this program, for this reason, Kenangan Brand's is one of the start-up companies and has achieved the status of being the first Unicorn company in Asia, so it always innovates and is creative in developing the program POS advantages can simplify work of flow, especially those related to operations. Analysis of external factors shows that F n B companies have enormous opportunities for program development even though competition is quite high between programs currently on the market, by formulating four alternative strategies SO, ST Strategy, WA Strategy and WT Strategy.

Software POS adalah sebuah sistem yang mendukung transaksi bisnis. POS biasanya akan terhubung dengan mesin kasir/komputer. Kini POS dapat digunakan pada tablet/smartphone berbasis Android atau Windows dan juga dapat digunakan pada mesin EDC dan alat transaksi lainnya. Dan ini juga jauh lebih mudah dan sederhana karena tidak perlu banyak menggunakan ruang atau tempat, yang berukuran besar dan terlihat lebih rapi tanpa kabel berserakan. Selain dapat mengatur arus keuangan, Software POS juga dapat melakukan beberapa hal lain seperti menyimpan data pelanggan, mencatat persediaan produk, mengetahui profit atau keuntungan yang diperoleh, dan melaporkan transaksi penjualan, yang kesemuanya dapat di atur produksinya, baik itu setiap hari, seminggu sekali, setiap bulan, bahkan setahun sekali. Semakin berkembangnya teknologi, semakin banyak pula fitur POS yang bertambah. Jika dulu POS hanya sekedar mesin kasir yang membantu para pengusaha retail, saat ini POS sudah benar-benar berkembang dan bisa melakukan lebih dari sekedar menghitung harga produk. Kini POS digunakan hampir di seluruh jaringan industri F n B. sudah menjangkau seluruh pelosok Indonesia dan sudah banyak brand ternama, brand lokal dan UMKM yang memanfaatkan program ini, oleh karena itu Kenangan Brand's merupakan salah satu perusahaan start up dan telah menyandang status sebagai perusahaan Unicorn pertama di Asia,

*selalu berinovasi dan kreatif dalam mengembangkan program POS dengan keunggulan yang dapat mempermudah alur kerja terutama yang berhubungan dengan operasional dan SDM. Analisis terhadap faktor eksternal menunjukkan bahwa perusahaan F n B mempunyai peluang yang sangat besar dalam pengembangan program walaupun persaingan cukup tinggi antar program yang ada di pasaran saat ini, dengan merumuskan empat alternatif strategi SO, Strategi ST, Strategi WA dan Strategi WT.*

**Keywords: Point Of Sales;Kopi's Program;Cash Register**  
**Kata Kunci : Tempat Penjualan;Program Kopi's ;Mesin Kasir**

## PENDAHULUAN

Tujuan utama dari sebuah perusahaan ialah pencapaian **profit** ( laba ) dan hal ini dapat juga sebagai tolak ukur dalam sukses atau tidaknya sebuah perusahaan dalam pencapaian tujuannya. Selain itu efektifitas dan efisiensi dalam menjalankan operasional perusahaan juga memegang peranan penting. Efisiensi yang dilakukan dengan perhitungan dan pertimbangan yang tepat sehingga tidak ada pemborosan biaya baik itu dalam operasional maupun dalam biaya promosi ataupun iklan dan efektifitas, yang dimaksud ialah pemilihan strategi sistem informasi management yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan operational departemen terkait dengan peningkatan kualitas kerja dan mempermudah pekerjaan dari Sumber Daya Manusia ( Internal Team ) terhadap alur kerja sehari-hari, sehingga sasaran yang ditetapkan oleh perusahaan dapat tercapai. Oleh karena itu setiap pemimpin perusahaan selalu dituntut untuk kerja keras dan memiliki kreatifitas yang tinggi untuk terciptanya tujuan perusahaan. Tujuan perusahaan dalam bidang F n B secara global ialah untuk meningkatkan hasil penjualan atau setidaknya – tidaknya untuk mempertahankan hasil penjualan yang telah dicapai dan brand lokal harus bisa menyaingi brand internasional lainnya yang sebelumnya cukup merajai sektor ini pada masa sebelum pandemi. Berbagai macam cara yang dapat dipergunakan untuk mencapai maksud tersebut antara lain : perencanaan produk yang tepat, promosi, penentuan harga, pengembangan produk dengan memperhatikan kegiatan dan langkah – langkah yang dijalankan oleh pesaing lain.

Mengacu kepada menghemat anggaran sebagai salah satu tujuan untuk meningkatkan profit, maka salah satu perusahaan F n B lokal start Up yang akhirnya bisa menjadi salah satu perusahaan Unicorn pertama Indonesia di Asia, membuat team khusus yang berkaitan dengan teknologi untuk mengembangkan program yang di jalankan khususnya untuk operational team di lapangan ( store's ) dan jumlah SDM sebesar ( 4500 - 5000 Karyawan ) dengan hampir 1000 cabang. Pengembangan Kopi's program ini dibuat sefleksibel mungkin dan dapat di sesuaikan dengan kebutuhan di lapangan sehingga diharapkan efektifitas alur kerja secara operasional sehari-hari oleh SDM bisa dimaksimalkan sesuai dengan tujuan perusahaan.

Keunggulan dan pengembangan dari Kopi's program ini diharapkan yaitu secara aset berwujud bisa menghemat anggaran perusahaan karena setiap pembukaan toko baru bisa memanfaatkan kembali POS yang sudah pernah digunakan sebelumnya yang pemasangan dan pemograman dilakukan oleh team IT internal sehingga kemudian bisa menambah penghematan anggaran perusahaan dari sisi labour, selain itu secara aset tidak berwujud dalam hal ini setiap ada program yang ingin dikembangkan oleh team internal bisa disesuaikan dengan kebutuhan operasional store's sehingga selain efektif juga menghemat anggaran perusahaan dengan pengembangan dan adjustment tersebut sehingga tidak memerlukan biaya tambahan yang biasanya diberlakukan setiap akses program yang dibutuhkan oleh vendor external kemudian akan berkelanjutan kepada efektifitas alur kerja sehingga SDM bisa memaksimalkan kinerjanya, pada Industri 4.0 ini yang merupakan era smart system yang digunakan untuk jalur produksi secara fleksibel keseluruhan informasi, misalnya dibuat oleh Internet of Things (IoT), Artificial intelligence (AI) hingga Teknologi Informasi (Haleem et al., 2019)(Liao et al., 2017). Transformasi era 4.0 pada website tertentu sejalan dengan apa yang dibutuhkan untuk menghadapi kebutuhan yang berhubungan dengan teknologi yang digunakan untuk POS di store's.

## KAJIAN LITERATUR

Langkah awal dan esensial dalam merancang sebuah rencana penelitian adalah melakukan kajian literatur. Kajian literatur melibatkan pencarian dan analisis sumber-sumber seperti buku, jurnal, dan publikasi lain yang relevan dengan topik penelitian, dengan tujuan untuk mengembangkan pemahaman mendalam tentang suatu topik atau isu tertentu (Marzali, 2016).

Aplikasi Point Of Sales (POS) adalah sebuah program yang dibuat sesuai dengan kebutuhan spesifik dan dapat diintegrasikan dengan perangkat lainnya untuk membantu memperlancar serta mempercepat proses transaksi. Keberadaan POS sangat vital dalam industri penjualan karena mampu menyediakan informasi terkait transaksi yang dilakukan serta berbagai laporan penjualan yang diperlukan (Syarifudin & Kosasi, 2015).

Menurut AXOPOS (2015), Point of Sales (POS) adalah aktivitas yang fokus pada penjualan dan sistem yang mendukung pelaksanaan transaksi tersebut. POS mencakup perangkat keras dan perangkat lunak yang diperlukan untuk setiap tahapan proses transaksi.

Kajian literatur yang digunakan untuk mendeskripsikan atau mereview bahasan penelitian yang dibutuhkan terdapat 2 macam yaitu :

### Kajian Induktif

Pendekatan induktif berproses dari hal-hal yang bersifat konkret ke yang bersifat abstrak, dari contoh khusus ke rumus umum. Berdasarkan penelitian terdahulu Menurut Tri Rachmadi, S.Kom ( 2020 ) berdasarkan bukunya Investasi Cerdas Kaum Milenial, manajemen aset adalah kekayaan yang dimiliki tidak terbatas pada gedung atau properti lainnya, tetapi uang yang dimiliki atau tersimpan sebagai dana investasi juga dapat digolongkan sebagai aset. Sedangkan **Aset**. Menurut Siregar (2018: 178), menyebutkan bahwa "**aset** adalah barang. (thing) atau sesuatu barang (anything) yang mempunyai nilai ekonomis. Suatu ilmu dan seni untuk memandu pengelolaan kekayaan yang mencakup proses perencanaan kebutuhan aset, mendapatkan, inventarisasi, legal audit, menilai, mengoperasikan, memelihara, membaharukan atau menghapuskan, hingga mengalihkan aset secara efektif dan efisien. Dalam suatu sistem Manajemen aset terdapat siklus aset, siklus aset merupakan proses perputaran pengelolaan dan perencanaan aset dengan alur sebagai berikut :

Dimana pengembangan disini adalah POS yang terdiri dari aset berwujud dan aset tidak berwujud / Program ) Perencanaan Kebutuhan Aset Perencanaan Kebutuhan merupakan kegiatan untuk untuk menghubungkan pengadaan yang telah lalu dengan keadaan yang sedang berjalan sebagai dasar dalam melakukan kegiatan di masa mendatang, pengadaan Aset Pengadaan Aset merupakan kegiatan untuk memperoleh aset/barang baik secara langsung dari internal, maupun dari pihak ketiga atau eksternal, inventarisasi aset merupakan suatu kegiatan pendataan, pencatatan, pelaporan hasil pendataan aset, dan mendokumentasikannya baik aset berwujud maupun aset tidak berwujud pada suatu waktu tertentu, kemudian secara legal audit serangkaian pemeriksaan (audit) untuk mendapatkan gambaran jelas dan menyeluruh terutama mengenai status kepemilikan, sistem dan prosedur penguasaan (penggunaan dan pemanfaatan), pengalihan aset, mengidentifikasi kemungkinan terjadinya berbagai permasalahan hukum, serta mencari solusi dari masalah hukum tersebut, penilaian aset merupakan proses kegiatan penilai dalam memberikan suatu estimasi dan pendapat atas nilai ekonomis suatu property, baik harta berwujud (tangible asset) maupun harta tidak berwujud (intangibile asset), berdasarkan hasil analisis terhadap fakta-fakta yang objektif dan relevan dengan menggunakan metode dan prinsip-prinsip penilaian yang berlaku, untuk pengoperasian atau pemeliharaan merupakan sebuah proses atau serangkaian kegiatan yang secara khusus terdiri dari langkah-langkah mendasar dalam sebuah pekerjaan atau kumpulan pekerjaan untuk memfungsikan / memakai aset

bersangkutan, pembaruan Aset Pembaruan Aset merupakan membangun kembali aset agar memiliki fungsi kembali sebagaimana semula, bahkan mempertinggi fungsi dari aset tersebut, penghapusan Aset Penghapusan Aset dilakukan terhadap aset yang sudah tidak dapat direnuverasi/atau diperbaiki sehingga tidak memiliki keuntungan ekonomis serta pemindahan aset merupakan proses pemindahan aset dengan cara penjualan, pindah tangan pengelolaan aset, menukarkan aset ataupun menghibahkan aset sebagai modal pada pihak lain.

## Kajian Deduktif

Kajian Deduktif Merupakan kebalikan dari pendekatan induktif, Pendekatan ini berproses dari umum ke khusus, dari teorema ke contoh-contoh.

Aset :barang/benda yang dapat dimiliki dan mempunyai nilai ekonomis (economic value), nilai komersial atau nilai pertukaran yang dimiliki atau digunakan suatu badan usaha, lembaga atau perorangan. Aset adalah barang yang dalam pengertian hukum disebut benda, dari benda yang bergerak dan tidak bergerak, kemudian dari segi manajemen : proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya sumber daya organisasi lainnya agar tercapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan, untuk manajemen aset : suatu bidang keilmuan dalam dunia pendidikan yang muncul akibat adanya kenyataan terutama di Indonesia yang memiliki kekayaan sumber daya baik sumber daya alam (SDA) maupun sumber daya manusia (SDM) dan juga infrastruktur yang masih belum dikelola dengan baik dengan tujuan manajemen aset yaitu kejelasan status kepemilikan aset pengelolaan aset yang dilakukan salah satunya dengan melakukan legal audit dari suatu aset, sehingga dapat diketahui secara jelas kepemilikan aset tersebut. Hal ini untuk menghindarkan kepemilikan ganda dari satu aset, untuk Inventarisasi kekayaan Perusahaan, Aset yang berstatus idle capacity dapat dimanfaatkan dengan baik sesuai dengan peruntukkan yang ditetapkan sehingga dapat diketahui pemanfaatannya untuk apa, peruntukkan dari aset tersebut kepada siapa, dan mampu mendatangkan pendapatan bagi pengelola aset dengan masa pakai aset menurut PSAK (Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan) adalah periode waktu yang diharapkan aset tersebut akan memberikan manfaat ekonomi kepada entitas. Masa manfaat aset tetap dapat berbeda-beda tergantung pada jenis aset tersebut. PSAK mengatur bahwa masa manfaat aset tetap harus dinilai secara objektif dan berdasarkan estimasi yang masuk akal kemudian untuk pengamanan aset yang dimiliki oleh individu, perusahaan atau pemerintah dapat diamankan dengan baik karena telah dilakukan inventarisasi, sehingga aset tersebut tidak akan mudah jatuh ke tangan orang lain dan apabila ada aset tersebut maka dapat dibuktikan secara hukum, untuk dasar penyusunan neraca Aset yang sudah diketahui secara jelas kepemilikannya akan dapat diperhitungkan dalam dasar penyusunan neraca sebagai jumlah kekayaan yang dimiliki baik oleh perusahaan. Berdasarkan pendapat di atas secara umum tujuan dari pengelolaan aset ini adalah membantu suatu entitas (organisasi) dalam memenuhi tujuan penyediaan pelayanan secara efektif dan efisien. Hal ini mencakup perencanaan, panduan pengadaan, penggunaan, penghapusan aset dan pengaturan risiko serta biaya yang terkait selama siklus hidup aset.

## METODOLOGI PENELITIAN

Dalam rencana penyusunan artikel ini, penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut : Data yang di perlukan dalam penulisan artikel ini penulis mengadakan penelitian guna mendapatkan data dan informasi yang akan digunakan sebagai bahan analisis, dalam hal ini yang diperlukan adalah menggunakan Data Primer dan Data Sekunder :

Dalam rencana penyusunan artikel ini penulis mengumpulkan data dengan cara: Studi Lapangan. Analisis Data, yaitu menganalisis data- data yang telah diperoleh dari objek penelitian atau analisis data yang dipergunakan adalah data dengan mengolah kemudian disajikan dalam bentuk foto / real time program yang sedang berjalan saat ini, untuk mempersentasekan hasil perolehan data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan tehnik deskriptif dan persentase ke dalam bentuk artikel. Penelitian menggunakan tehnik deskriptif adalah menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan khususnya untuk hasil penilaian brand lokal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini analisis yang digunakan ialah SWOT, yaitu analisis yang mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan ( strength ), peluang ( opportunities ), sehingga secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan ( weakness ) dan suatu ancaman ( threath ). Analisis SWOT dalam penelitian ini didasarkan pada kualitas dan harga, sehingga dapat ditentukan besarnya kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman seperti dibawah ini :

### Faktor Internal

#### a. Kekuatan ( Strength )

Kualitas Kopi's Program Kualitas walaupun masih dalam proses pengembangan penyempurnaan dari program sebelumnya tetap sambil mencari program yang terbaik sesuai kebutuhan operasional dan mempermudah team dalam penggunaannya sehingga alur kerja menjadi lebih mudah, Kesesuaian harga Kopi's Program Jauh lebih terjangkau karena dikerjakan oleh internal team. Untuk promosi tidak harus dilakukan promosi secara besar besaran karena dilakukan team internal sendiri dengan Alat/Media Promosi yang dipakai Marketing Tools untuk Internal menjadi lebih simple karena tidak diperlukan ruang untuk menyimpan materi promo dan tidak mengeluarkan biaya tambahan secara labour cost kemudian pelayanan dari Com Ops Service ( komunikasi operasional servis ) memuaskan karena 24/7 dilakukan oleh communication operation internal team dan ada grup khusus untuk follow up jika ada masalah di cabang terkait program Kopi's ini dan tanpa adanya biaya perbaikan atau kunjungan sehingga semua masalah terkait dengan POS bisa segera terpecahkan baik secara pandu online ataupun visit langsung tehniksi. Kemudian ragam Jenis Fitur / Produk Masih bisa dikembangkan sendiri untuk aplikasi yang dibutuhkan oleh Brand's termasuk diantaranya POS yang bisa digunakan untuk beberapa brand's dalam satu (1) store yang kita sebut Multi Brand's Store dan yang terakhir untuk point penting lainnya Aset ( berwujud ) dan ( tidak berwujud ) Aset dan program bisa digunakan kembali untuk pembukaan store's selanjutnya dengan memanfaatkan POS yang sudah dipergunakan sebelumnya dengan program Kopi's dengan set by internal team sehingga bisa menghemat anggaran untuk pembelian aset baru maupun secara labour cost.

#### b. Kelemahan ( Weakness )

Kepuasan Kopi's saat ini untuk User /Ops, Program perhitungan product mix belum mempermudah perhitungan untuk team Ops .kemudian untuk Multi Brand Store, Masih ada pencampuran data penjualan sehingga pengaruh kepada product inventory yang berbeda brand.

Tabel 1

Analisis Faktor Internal	Keterangan
Variabel / Internal	
<b>Kekuatan</b>	

1. Kualitas Kopi's Program	Kualitas baik walaupun masih dalam proses pengembangan penyempurnaan dari program sebelumnya sambil mencari yang terbaik sesuai kebutuhan operation dan mempermudah team dalam pengoperasiannya sehingga alur kerja menjadi lebih simple
2. Kesesuaian Harga Kopi's Program	Jauh lebih terjangkau karena dikerjakan oleh internal team
3. Promosi	Tidak harus dilakukan promosi karena team internal
4. Pelayanan Com Ops	Memuaskan karena 24/7 dilakukan oleh communication operation dan ada grup khusus untuk follow up jika ada problem di cabang terkait program Kopi's ini dan tanpa adanya biaya perbaikan atau kunjungan.
5. Alat/Media Promosi yang dipakai	Marketing Tools untuk Internal menjadi lebih simple karena tidak diperlukan ruang untuk menyimpan materi promo saat setiap pergantian tools nya.
6. Ragam Jenis Fitur / Produk	Masih bisa dikembangkan sendiri untuk aplikasi yang dibutuhkan kedepannya.
7. Brand's	POS bisa digunakan untuk beberapa brand's dalam 1 toko yang kita sebut Multi Brand's Store .
8. Aset ( berwujud ) dan ( tidak berwujud )	Aset dan program bisa digunakan kembali untuk NSO lainnya dengan setting by internal team jika ada UPS Store sehingga bisa menghemat anggaran untuk pembelian aset baru
<b>Kelemahan</b>	
1. Kepuasan User /Ops	Program perhitungan product mix belum mempermudah perhitungan untuk team Ops
2. Multi Brand Store	Masih ada pencampuran data penjualan sehingga pengaruh kepada product inventory yang berbeda brand

Sumber : Data Diolah

## Faktor Eksternal

### a. Peluang ( Opportunity )

Kesan konsumen terhadap Kopi's Program, Struk masih terlalu panjang karena program disc masih tercatat pada list harga product. Kemudian pengaruh Kopi's Program, Masih bisa dikembangkan aplikasi by request from Ops.

### b. Ancaman ( Threat )

Kesan konsumen terhadap Kopi's Program, ada yang lebih terjangkau dengan fitur program kurang lengkap. Pelayanan Com Ops / sales after service, Berbalik menjadi kekuatan internal karena setiap minimal kunjungan harus ada biaya visit belum termasuk perbaikan.

**Tabel 2**

Analisis Faktor Internal	Keterangan
Variabel / Internal	
<b>Peluang</b>	
1. Kesan konsumen terhadap Kopi's Program	Struk masih terlalu panjang karena program disc masih tercatat pada list harga product
2. Pengaruh Kopi's Program	Masih bisa dikembangkan aplikasi by request from Ops or Internal needed
<b>Ancaman</b>	
1. Perbandingan Harga Program dengan external vendor's	ada yang lebih terjangkau dengan fitur program kurang lengkap
2. Pelayanan Com Ops / sales after service	Berbalik menjadi kekuatan internal karena setiap minimal kunjungan harus ada biaya visit belum termasuk perbaikan

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan identifikasi variable internal dan eksternal sebagaimana tabel diatas, maka dapat disampaikan data terkait penilaiannya sebagai berikut :

### Penilaian Faktor Internal

Dari hasil maka faktor brand lokal termasuk dalam kategori sedang yang mana perusahaan mempunyai peluang yang cukup besar untuk masih dapat mengembangkan program ini ke depannya sesuai dengan perkembangan serta permintaan yang disesuaikan oleh team operational sebagai salah satu pengguna utama dari POS tersebut, serta bisa dilakukan dengan copy paste dan dilakukan team internal IT sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai tentunya dengan keuntungan dari pengembangan program itu sendiri yang dapat meningkatkan kualitas kerja dari SDM dan mempermudah alur kerja / Flow of work sehingga bisa memaksimalkan kinerja dari SDM dan mengurangi budget labour cost termasuk didalamnya sesuai dengan target perusahaan dan mempunyai peluang yang cukup besar dari segment tersebut.

### Penilaian Faktor Eksternal

Dari hasil review data yang terkumpul maka pengembangan kopi's program ini diharapkan menjadi salah satu faktor yang bisa mengurangi anggaran perusahaan dalam jumlah cukup besar terutama pada saat pembukaan cabang yang biasanya memerlukan biaya termasuk dalam jasa aset yang tidak berwujud ( dalam hal ini Program ) dengan biaya mahal yang biasanya dilakukan oleh pihak external ( Vendor ), kemudian kemudahan dalam hal sinkronisasi data dan akses secara cepat yang dapat mempercepat pelayanan ( S.O.S ) sehingga tercapainya kepuasan konsumen. Dalam rencana kedepannya untuk alternatif strategi pemasaran, Kopi's Program juga akan di jual ke perusahaan F n B atau sektor lainnya diluar FnB yang kemudian bisa diaplikasikan juga terhadap brand tersebut. Dalam dunia bisnis, persaingan adalah hal yang akan terus dan tidak akan berhenti untuk terjadi. Untuk itulah setiap pebisnis dituntut untuk selalu siap dalam menghadapi persaingan dan tantangan bisnis yang muncul. Demikian juga dalam hal menggaet konsumen, persaingan ini tentu tidak kalah panas. Semua bisnis mulai dari bisnis dengan omzet miliaran hingga yang berjajar di jalanan tentu mempunyai strategi tersendiri untuk menggaet calon pelanggan. Alternatif-alternatif strategi adalah beberapa macam strategi yang ditawarkan, bersangkutan dengan strategi tingkat perusahaan atau bisnis.

- a. **Strategi Stabilitas** Adalah strategi yang dilakukan perusahaan apabila: Perusahaan tetap melayani masyarakat dalam produk atau jasa, sektor pasar dan sektor fungsi yang serupa, sebagai yang ditetapkan dalam batasan bisnisnya serta keputusan strategi utamanya difokuskan pada penambahan perbaikan pelaksanaan fungsinya,

- b. **Strategi Ekspansi** yaitu strategi yang dilakukan perusahaan apabila: Perusahaan melayani masyarakat dalam sektor produk atau jasa tambahan atau menambahkan pasar atau fungsi pada batasan bisnis mereka serta perusahaan memfokuskan keputusan strateginya pada peningkatan ukurannya dalam langkah kegiatan dan batasan bisnisnya yang sekarang,
- c. **Strategi penciutan** dilakukan oleh perusahaan apabila: Perusahaan merupakan perlu dikurangnya lini produk atau jasa, pasar dan fungsi mereka dan perusahaan memusatkan keputusan strateginya pada peningkatan fungsional melalui pengurangan kegiatan dalam unit- unit yang mempunyai arus kas yang negatif.
- d. **Strategi kombinasi** adalah strategi yang diterapkan oleh perusahaan apabila: Keputusan strategi pokoknya difokuskan pada berbagai strategi besar secara sadar (stabilitas, perluasan, penciutan) pada waktu yang sama (secara simultan) serta perusahaan merencanakan menggunakan beberapa strategi besar yang berbeda pada masa mendatang (secara bertahap), Sedangkan alternatif Strategi pemasaran yang dapat dilakukan di perusahaan Brand Lokal adalah Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia sebagai wujud dari implikasi untuk peningkatan pemasaran terutama pada saat melakukan Up Selling yang di dukung oleh program Kopi's, meningkatkan kualitas pelayanan, melakukan pemangkasan jumlah karyawan untuk bagian – bagian yang kurang strategis bagi perusahaan atau kegiatan yang tidak mempunyai nilai tambah, melakukan inovasi – inovasi produk secara berkesinambungan dengan rentang waktu yang relatif cepat agar mampu meningkatkan daya saing dipasaran, pengelolaan Manajemen yang profesional dengan dukungan teknologi, melakukan penghematan biaya dengan berbagai kebijaksanaan manajemen perusahaan serta meningkatkan promosi melalui *personal selling* secara agresif maupun pada media massa. Berdasarkan isu – isu strategis dapat dikembangkan isu-isu kombinasi yang paling berpengaruh sebagai berikut :
  - Strategi SO (Strength Opportunities) strategi ini dibuat berdasarkan lembaga yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar besarnya.
  - Strategi ST ( Strength Threat ) Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi dan menghindari ancaman- ancaman dari pesaing.
  - Strategi WO ( Weakness Opportunities ) Strategi ini adalah strategi dalam menyikapi dan mengurangi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada.
  - Strategi WT ( Weakness Opportunities ) Strategi ini adalah strategi dalam menyikapi dan mengurangi kelemahan yang ada guna menghindari potensi ancaman yang ada.

Sederhana nya POS Software merupakan sistem yang mendukung transaksi bisnis. POS biasanya akan dihubungkan dengan mesin kasir/komputer, saat ini POS sudah bisa digunakan pada tablet/ smartphome yang berbasis android maupun windows serta bisa juga pada mesin EDC dan alat transaksi lainnya dan hal ini juga jauh lebih mudah dan simpel karena tidak harus menggunakan tempat yang besar dan terlihat lebih rapih tanpa kabel-kabel yang berserakan. Selain dapat mengelola alur keuangan, POS Software dapat melakukan beberapa hal lain seperti penyimpanan data pelanggan, mendata inventory produk, mengetahui profit atau keuntungan yang di dapatkan, hingga laporan transaksi penjualan yang semua nya dapat diatur pembuatannya, entah itu setiap hari, seminggu sekali, setiap bulan, bahkan setahun sekali, semakin teknologi berkembang, semakin bertambah fitur POS, dahulu POS memang hanya lah mesin kasir yang membantu para pengusaha retail, hingga akhirnya sekarang POS sudah sangat berkembang dan dapat melakukan lebih dari sekedar menghitung harga produk. Cara Kerja Point Of Sales (POS) adalah memiliki sistem kerja yang sangat mudah, Pada POS, penjual akan menghitung jumlah harga belanjaan konsumen dengan menggunakan alat scan barcode yang sudah dioperasikan dengan komputer utama berbasis internet, Setelah dihitung seluruh total harga

belanjaannya, penjual akan memberikan pilihan pembayaran bagi konsumen (tunai dan non-tunai) serta mengeluarkan/mencetak tanda terima transaksi jual-beli kita atau biasa disebut struk.

Manfaat POS Untuk Bisnis ( Kopi's Program ) yaitu mendapatkan kemudahan dan keefektifan dalam pengelolaan bisnis secara terintegrasi. Namun, lebih dari itu, POS sebenarnya memiliki berbagai macam manfaat lain yang pastinya sangat menguntungkan bisnis yaitu dapat mempersingkat proses transaksi, sehingga konsumen merasa senang berbelanja dan tidak perlu menunggu lama saat dikasir, Mencatat data transaksi jual-beli secara lengkap dan akurat, sehingga mudah untuk dianalisa nantinya, melakukan persediaan barang yang tersinkronisasi apabila ada pengurangan dan penambahan, dan dapat mengeceknya kapan pun dan di mana pun, Mengetahui laporan penjualan secara real-time, toko yang memiliki banyak cabang dan marketplace atau aggregator yang merupakan bagian dari aplikasi online, dapat terintegrasi data-data nya sehingga mudah untuk mengambil keputusan, toko yang memiliki banyak cabang dan marketplace atau aggregator yang merupakan bagian dari aplikasi online, dapat terintegrasi data-data nya sehingga mudah untuk mengambil keputusan, POS yang dilengkapi fitur pengaturan akses dapat mengontrol siapa saja yang berhak mengakses data, mudah dalam memberikan loyalty program ke konsumen, seperti hanya memasukkan nomor telepon dan data diri ke sistem POS sinkronisasi dengan Aplikasi Kopi Kenangan ( Guest Member Application ), dapat menerima berbagai metode pembayaran baik itu tunai dan non-tunai, kartu debit-kredit, QRis dll, fitur promosi bisa lebih fleksible adjust sesuai dengan kebutuhan atau request dari operational terkait dengan penjualan product atau merchandise, yang paling utama adalah menurunkan anggaran untuk teknologi sistem karena yang mengerjakan internal team dan menurunkan anggaran SDM karena secara aplikasi membuat alur kerja menjadi lebih mudah dan simple, meningkatkan kualitas kerja sehingga team store bisa dimaksimalkan tanpa diperlukan terlalu banyak PIC. Sistem POS itu sangat lah penting. Jika tidak menggunakan sistem POS maka sistem operasional bisnis akan sangat tidak efektif, meskipun transaksi jual-beli masih bisa tetap berjalan dengan menggunakan sistem POS atau rekapitulasi secara manual dan tradisonal. Namun, seiring berkembangnya digital maka akan sangat tertinggal, apalagi jika bisnis semakin besar dan luas serta semakin banyak jumlah produk nya. Dengan semua kebutuhan diatas maka Kopi Kenangan Group Brand mengembangkan program internal yang tujuannya akan digunakan sesuai dengan kebutuhan Internal perusahaan dan disesuaikan dengan work flow nya terhadap semua internal departemen maupun external ( konsumen ) sehingga bisa mempermudah dan simple secara laporan dan cepat tepat juga akurat secara data untuk dapat dipergunakan oleh departemen terkait sesuai dengan keperluannya .

Dibuat khusus untuk bisnis F&B Sistem Kopi's sehingga bisa terintegrasi, keseluruhan departemen sehingga hemat biaya platform & hardware, efisiensi waktu & tenaga karyawan, di digitalisasi seluruh proses operasional, manajemen Operational Multi-Outlet / Brand, kustomisasi sesuai kebutuhan tiap outlet restoran, atur tiap outlet restoran berdasarkan masing-masing lokasi, termasuk penetapan harga produk hingga aktivitas belanja dari supplier lain, pengelompokan outlet restoran untuk kemudahan pemantauan & evaluasi, monitor performa tiap outlet restoran berdasarkan lokasi atau pemilik franchise, akses pengguna yang fleksibel serta keamanan dan privasi data tetap terjamin berkat akses pengguna yang dapat diatur secara fleksibel sesuai kebutuhan dan Sistem Kopi's terintegrasi, hemat biaya platform & hardware, efisiensi waktu & tenaga karyawan, di digitalisasi seluruh proses operasional, manajemen Operational Multi-Outlet/ Brand, kustomisasi sesuai kebutuhan tiap outlet restoran, atur tiap outlet restoran berdasarkan masing-masing lokasi, termasuk penetapan harga produk hingga aktivitas belanja dari supplier lain, pengelompokan outlet restoran untuk kemudahan pemantauan & evaluasi, monitor performa tiap outlet restoran berdasarkan lokasi atau pemilik franchise, akses pengguna yang fleksibel serta keamanan dan privasi data tetap terjamin berkat akses pengguna yang dapat diatur secara fleksibel sesuai kebutuhan.

Aplikasi yang tersinkronisasi dengan Penjualan.

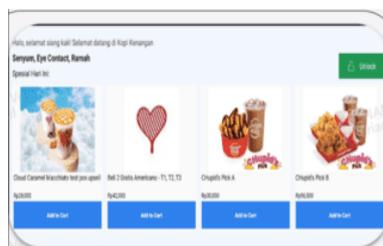


Gambar 1

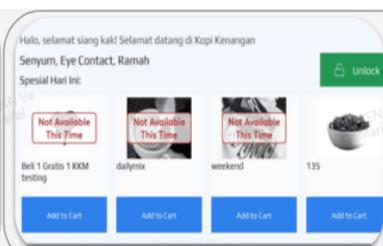
Gambar 1. Taking Order process pada Point of Sales KOPI's yang dikembangkan di semua gerai untuk dapat mempermudah sesuai dengan perkembangan trend pasar Kenangan Brand's ke depannya sesuai kebutuhan terhadap konsumen.



Gambar 2



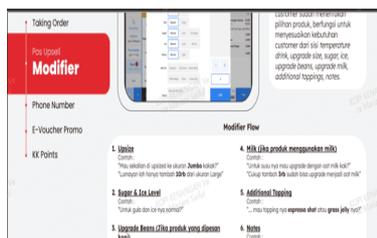
Gambar 3



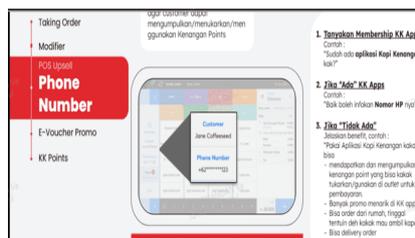
Gambar 4

Gambar 2 Point of Sales KOPI's dikembangkan dan launch 7 Feb 2024 di semua gerai Gambar 3 Product yang harus di Upsell terkait promo terupdate memudahkan kasir dalam melakukan penjualan terhadap konsumen dengan otomatis sesuai dengan masa berlakunya.

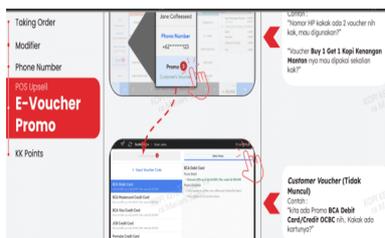
Gambar 4 Product yang tidak tersedia berdasarkan stok akhir hari sebelumnya secara otomatis berdasarkan stok opname malam sebelumnya sehingga kasir tidak perlu melakukan pengecekan ulang berkali kali terhadap product yang tersedia ( jika diperlukan ).



Gambar 5



Gambar 6

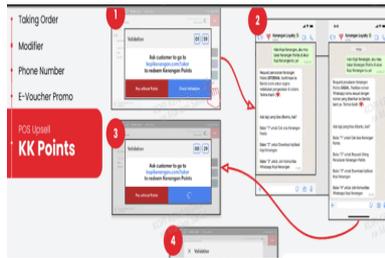


Gambar 7

Gambar 5 Modifier menu di input secara detail sehingga jika ada pertanyaan dan permintaan detail dari konsumen, team kasir akan lebih mudah menjelaskan ingredient pada product tersebut terutama jika ada alergen product.

Gambar 6 No telephone jika diinput akan sinkronisasi dengan data aplikasi konsumen semua Kenangan Brands.

Gambar 7 E Voucher Reedem bisa langsung di aplikasikan melalui sistem secara cepat dan langsung tersinkronisasi dengan aplikasi konsumen ( tidak perlu potong kupon promo ect ).



Gambar 8



Gambar 9

Gambar 8 KK Point dalam aplikasi akan terinput otomatis ketika memasukkan no telp atau scan barcode pada scanning tambahan, terdapat 2 alternatif yang bisa dilakukan jika proses scan barcode tidak berhasil atau handphone sedang konsumen sedang bermasalah sehingga point akan tetap tercatat dan tidak merugikan konsumen.

Gambar 9 Marketing Kalender tercatat dalam bulan tersebut dan selalu update sehingga memudahkan team store untuk dapat melakukan tugasnya dengan terkait dengan materi promo dan product yang harus selalu di up sell.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari data diatas bahwa seiring berkembangnya bisnis, diperlukan sistem-sistem yang dapat mendukung work of flow-nya dari operational team sehingga akan meningkatkan kualitas dan mempermudah team SDM dalam mengaplikasikannya kepada day to day operational yang mana dalam era dimana saat ini hampir semua sistem terintegrasi dengan internet, kemudahan dan kecepatan dalam beroperasi menjadi penting terutama penilaian dari konsumen terhadap brand lokal sehingga dapat diterima dengan baik dan sesuai dengan harapan, hal ini dibuktikan oleh banyaknya penjualan yang dapat dicapai oleh beberapa brand lokal serta masuk dalam jajaran brand yang paling laris di seluruh indonesia, selain itu dibuktikan dengan jumlah gerai yang dapat berkembang keseluruh pelosok tanah air.Keunggulan dari Kopi's Program yang dikembangkan secara internal ini harapannya bisa tercipta program lanjutan lainnya yang makin mempermudah kinerja dari SDM terutama terhadap efisiensi data dan waktu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dr.H.Sugiyanto,SE,MM,CMA,CFRM, & DR.H.Ugeng Budi H,SMI,MM,CMA,CHt. *Manajemen Pemasaran (Inspiring The Salesmanship., T. (2020).Proceedings Universitas Pamulang, 1(1).*
- Safuan & Ismartaya. 2019. *Manajemen Sumber Daya Manusia Dilengkapi Contoh Implementasi dari Perusahaan Dalam & Luar Negeri. Cetakan kesatu.* Bandung: CV. Alfabeta.
- Samsudin, H. Sadili. 2019. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan ke-4.* Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Sinambela, Lijan Poltak. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu,S.P. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Siagian, Sondang, P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Rohmah Tulaila, S.Ak Dr. Mahameru Rosy Rochmatullah, SE., M.Si,ASET, LIABILITAS DAN EKUITAS,EUREKA MEDIA AKSARA, JANUARI 2024,ISBN : 978-623-120-
- Primasari, C. H., & Wibisono, Y. P. (2022). Implementasi dan pelatihan penggunaan point of sales pada UMKM Kotabaru Yogyakarta. *Masyarakat Berdaya dan Inovasi, 3(2), 103-108.*

- Paramastri, A., & Yuhertiana, I. (2023). Penerimaan Teknologi Tentang Sistem Informasi Akuntansi Point of Sales (POS): Sebuah Analisis Bibliometrik. *eCo-Buss*, 6(1), 326-333.
- Iutfi Irawan, A., Triayudi, A., & Iskandar, A. (2023). Implementasi Sistem Point of Sales Menggunakan Metode Agile Development. *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer*, 3(6), 1326-1333.
- Simangunsong, A., & Nababan, A. A. (2023). Pkm Pemanfaatan Aplikasi Point Of Sale (Pos) Pada Pos Coffee Berbasis Digital. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 2113-2117.
- Jati, D. K., & Mulyati, S. (2023). Perancangan Aplikasi Penjualan Point Of Sale Berbasis Web Dengan Metode First In First Out (FIFO). *Buletin Ilmiah Ilmu Komputer dan Multimedia (BIIKMA)*, 1(2), 263-273.
- Gerung, D. A. J. (2022). Perancangan Sistem Informasi Point of Sales Berbasis Website pada Toko Arpan Electric. *Blend Sains Jurnal Teknik*, 1(2), 133-156.
- Hidayat, T., & Farell, G. (2023). Rancang Bangun Sistem Informasi Point of Sale di Kedai Kopi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 18372-18381.
- Schlaich, T., & Hoberg, K. (2024). When is the next order? Nowcasting channel inventories with Point-of-Sales data to predict the timing of retail orders. *European Journal of Operational Research*, 315(1), 35-49.
- Agarwal, R., Bruno, G., & Torchiano, M. (2000). An operational approach to the design of workflow systems. *Information and Software Technology*, 42(8), 547-555.
- Tellis, R., Starobinets, O., Prokle, M., Raghavan, U. N., Hall, C., Chugh, T., ... & Flacke, S. (2021). Identifying areas for operational improvement and growth in IR workflow using workflow modeling, simulation, and optimization techniques. *Journal of Digital Imaging*, 34, 75-84.
- Kumar, A., & Liu, R. (2020). Business workflow optimization through process model redesign. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 69(6), 3068-3084.
- JAYA, P. Cautious optimism.
- Tri Rachmadi, S.Kom ( 2020 ) Investasi Cerdas Kaum Milenial