

JURNAL PARIWISATA, BISNIS DIGITAL DAN MANAJEMEN - JASDIM NUSA MANDIRI

Vol 1 No 1 Mei 2022

P-ISSN: 2964-2094 (Print)

E-ISSN: 2964-4607 (Online)



Publisher:

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Nusa Mandiri

Jl. Jatiwaringin Raya No. 02 RT 08 RW 013 Kelurahan

Cipinang Melayu Kecamatan Makassar Jakarta Timur 13620

Phone: 021 28534471

<https://ejournal.nusamandiri.ac.id/index.php/jasdim>

JURNAL PARIWISATA, BISNIS DIGITAL DAN MANAJEMEN - JASDIM NUSA MANDIRI

Vol 1. No. 1 Mei 2022

DEWAN REDAKSI

- Editor In Chief : Evita Fitri, M.Kom
Profile: ID Scopus: - | Universitas Nusa Mandiri
- Editor : Johan Hendri Prasetyo, S.E, M.M
Profile: ID Scopus: 57224352239 | Universitas Nusa Mandiri
- Nur Lutfiyana, M.Kom
Profile: ID Scopus: - | Universitas Nusa Mandiri
- Linda Marlinda, S.Kom, M.M., M.Kom
Profile: ID Scopus: 57200210746 | Universitas Nusa Mandiri
- Instianti Elyana, MM, M.Kom
Profile: ID Scopus: 57210471442 | Universitas Bina Sarana Informatika
- Yumi Novita Dewi, S.Kom., M.Kom
Profile: ID Scopus: 57208283626 | Universitas Nusa Mandiri
- Betty Dewi Puspasari, S.Kom, MT
Profile: ID Scopus: 57202386465 | Sekolah Tinggi Teknik Atlas
Nusantara Malang
- Reviewer : Dr. Suhardoyo, S.E, M.M
Profile: ID Scopus : 57220190863 | Universitas Nusa Mandiri
- Dr. Astrie Krisnawati, S.Sos, M.Si.M
Profile: ID Scopus: 56073924200 | Telkom University
- Resad Setyadi, S.T., S.Si., MMSI., Ph.D (c)
Profile: ID Scopus: 57204172534 | Institut Teknologi Telkom
Purwokerto
- Yuwan Jumaryadi, S.Kom., MM
Profile: ID Scopus: 57204735588 | Universitas Mercu Buana
- Riandy Mardhika Adif, MM
Profile: ID Scopus: 57209549911 | UIN Imam Bonjol Padang
- Omar Pahlevi, M. Kom
Profile: ID Scopus: 57220177405 | Universitas Bina Sarana
Informatika
- Sri Rusiyati, S.E, M.M.
Profile: ID Scopus: 57208780610 | Universitas Nusa Mandiri
- Nurvi Oktaviani, SE. MM
Profile: ID Scopus: - | Universitas Bina Sarana Informatika
- Ummu Radiyah, S.Kom, M.Eng.

Profile: ID Scopus: - | Universitas Nusa Mandiri

Dini Silvi Purnia, M.Kom

Profile: ID Scopus: 57216504910 | Universitas Nusa Mandiri

Titin Kristiana, M.Kom

Profile: ID Scopus: 572837066 | Universitas Nusa Mandiri

Bobby Suryo Prakoso, S.T, M.Kom

Profile: ID Scopus: - | Universitas Nusa Mandiri

Triyadi S.E, M.M

Profile: ID Scopus: - | Universitas Pamulang

PREFACE

Redaksi Jurnal Pariwisata, Bisnis Digital Dan Manajemen Nusa Mandiri, memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah S.W.T, pencipta alam semesta yang menguasai ilmu seluas langit dan bumi, atas limpahan rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada redaksi JASDIM untuk menerbitkan JASDIM Vol. 1 No 1 Mei 2022, yang digunakan oleh dosen, peneliti, dan profesional sebagai media atau media untuk mempublikasikan publikasi hasil penelitian yang dilakukan setiap semester.

Jurnal Pariwisata, Bisnis Digital Dan Manajemen Nusa Mandiri terbit 1 (satu) tahun sebanyak 2 (dua) kali setiap bulan Mei dan November, tim redaksi menerima artikel ilmiah dari hasil penelitian, laporan/studi kasus, kajian dengan scope pembahasan teknologi Informasi dan Digital Kewirausahaan, Ilmu Manajemen, Analisa Bisnis, Ekonomi, Pemasaran Digital, Platform Digital, Kewirausahaan Digital, Strategi Bisnis Digital, Manajemen dan Bisnis, Front Office Housekeeping, Food and Beverage Service (Restoran dan Bar), Food and Beverage Product (Pastry dan main kitchen) terkini agar dapat menjadi sumber informasi ilmiah yang mampu memberikan kontribusi terhadap perkembangan teknologi informasi yang semakin kompleks.

Redaksi mengundang rekan-rekan peneliti, ilmuwan dari berbagai perguruan tinggi untuk memberikan kontribusi ilmiah, baik berupa hasil penelitian maupun kajian ilmiah di bidang ilmu Manajemen, Binis Digital dan Pariwisata atau Perhotelan, baik nasional maupun internasional. Redaksi sangat mengharapkan masukan dari para pembaca, profesional teknologi informasi, atau yang terkait dengan penerbitan, demi peningkatan kualitas jurnal seperti yang kita semua harapkan.

Redaksi berharap artikel-artikel ilmiah yang dimuat dalam jurnal ilmiah ini bermanfaat bagi para akademisi dan profesional.

Chief Editor

TABLE OF CONTENTS

FRONT MATTER.....	i
DEWAN REDAKSI	ii
PREFACE	iv
TABLE OF CONTENTS.....	v
1. Pengaruh Digital Payment dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Shopee Wilayah DKI Jakarta Viani Naufalia.....	1-9
2. Penerapan Metode Economic Order Quantity (EOQ) pada Pengendalian PersediaanTiket Berhadiah di PT Trans Rekreasindo Bryan Givan, Hanafi Eko Darono, Instianti Elyana	10-17
3. Menangani Kebersihan Area Kitchen dan Kelengkapan Alat-alat Memasak di Hotel Best Western Premier Hive Nova Yudha Andriansyah Putra, Audi Widyarini	18-21
4. User Experience Sebagai Media Manajemen Validasi Atas Kebutuhan User Bobby Suryo Prakoso, Johan Hendri Prasetyo, Luky Fabrianto, Gani Wiharso, Rizky Ade Safitri	22-26
5. Rancang Bangun Aplikasi Bebas Web Pada PT Seven Bika Indonesia Yudha Yudhistira, Eni Heni Hermaliani	27-35
6. Strategi Dan Peranan Kitchen Untuk Meningkatkan Oprasional Di Hotel Best Western Premier The Hive Cawang, Jakarta Timur Audi Widyarini, Ratna Puspita, Ati Candrasari, Eko Obi Purwanto, Nova Yudha Andriansyah Putra	36-42
7. Implementasi Algoritma Apriori Dalam Analisa Penjualan Sparepart Motor Muhammad Ifan Rifani Ihsan, Kanita Salsabila Dwi Irmanti, Desi Masdin Dama	43-48

PENGARUH *DIGITAL PAYMENT* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA PENGGUNA SHOPEE WILAYAH DKI JAKARTA

Viani Naufalia¹

Program Studi Manajemen
Universitas Bina Sarana Informatika
<https://www.bsi.ac.id>
viani.vnf@bsi.ac.id

Abstract— The current condition of the Covid-19 pandemic which is also experienced by Indonesia has made many changes to people's activities, one of which is the change in people's shopping activities only through the internet. However, this also makes people in Indonesia more consumptive, because of the ease of shopping offered to the public. The purpose of this study is whether there is an influence of digital payment and e-service quality on the consumptive behavior of the community. Primary data was obtained through a questionnaire consisting of 3 variables using a Likert scale on 50 respondents, namely Shopee users in the DKI Jakarta area with purposive sampling technique. The data analysis techniques used included validity and reliability tests, normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, simple linear regression analysis test, partial t-test, simultaneous f-test and coefficient of determination test. This study resulted in a positive influence between digital payment variables on consumptive behavior of 12.7%. Then, there is a positive influence between the variables of e-service quality on consumptive behavior of 1.4%. Also, there is a positive influence between the digital payment and e-service quality variables simultaneously on consumptive behavior, namely 13.7%. This study provides theoretical implications in the form of references for further related research, and as evaluation material and suggestions for business actors as well as for the community as readers of this research.

Keywords: Digital Payment, E-Service Quality, Consumer Behavior

Abstrak— Kondisi pandemi Covid-19 saat ini yang juga dialami oleh Indonesia membuat banyak perubahan yang terjadi pada kegiatan masyarakat, salah satunya adalah perubahan aktivitas berbelanja masyarakat, didukung oleh data laporan e-Conomy SEA 2021 Indonesia, selama pandemi pada tahun 2020 dan 2021 terdapat 21 juta konsumen di Indonesia telah bertransformasi ke gaya hidup baru yaitu menggunakan layanan digital untuk melakukan transaksi. Namun, hal tersebut turut menjadikan masyarakat di Indonesia menjadi semakin konsumtif, karena kemudahan berbelanja yang ditawarkan pada masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh *digital payment* dan *e-service quality* terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang terdiri dari 3 variabel menggunakan skala likert pada 50 responden yaitu pengguna Shopee di wilayah DKI Jakarta dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan diantaranya adalah uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linear sederhana, uji t parsial, uji f simultan dan uji koefisien determinasi. Penelitian ini menghasilkan pengaruh positif antara variabel *digital payment* terhadap perilaku konsumtif sebesar 12.7%. Kemudian, terdapat pengaruh positif antara variabel *e-service quality* terhadap perilaku konsumtif sebesar 1.4%. Serta, terdapat pengaruh positif antara variabel *digital payment* dan *e-service quality* secara simultan terhadap perilaku konsumtif yaitu 13.7%.

Kata Kunci: Digital Payment, E-Service Quality, Perilaku Konsumtif

PENDAHULUAN

Indonesia serta negara lain di dunia saat ini tengah berada dalam kondisi pandemi Covid-19. Pemerintah menghimbau pada masyarakat

untuk melakukan *social distancing* serta mengurangi mobilitas di luar rumah untuk keperluan yang dirasa tidak terlalu penting. Masyarakat menjadi lebih sering menghabiskan waktu di rumah dan melakukan segala aktivitas

dari rumah seperti bekerja, belajar, bahkan berbelanja secara online. Tersedianya akses berbelanja secara online ini telah membuat perubahan perilaku pada masyarakat menjadi semakin konsumtif dikarenakan semakin mudahnya proses pembelanjaan menggunakan fasilitas digital.

Masyarakat di Indonesia akrab dengan persepsi sebagai masyarakat yang konsumtif. Pada saat barang-barang yang dimiliki masih dapat berfungsi, kemudian terdapat produk yang baru keluar, masyarakat cenderung langsung ingin membeli produk tersebut. Dikarenakan ingin mengikuti *trend* dan memiliki kekuatan finansial untuk membeli tanpa pertimbangan apakah barang tersebut benar-benar dibutuhkan atau tidak. (Hidayah, 2015) Pada dasarnya perilaku konsumtif masyarakat dapat disebabkan oleh berbagai faktor di antaranya adalah pengalaman menggunakan internet dan belanja *online*, keyakinan normatif, orientasi berbelanja, motivasi berbelanja, karakteristik pribadi, demografi serta persepsi psikologis. (Antonijevic et al., 2014:42)

BPS mencatat total konsumsi masyarakat di DKI Jakarta mengalami peningkatan dari tahun 2019 hingga 2020 disaat awal pandemi Covid-19 pada sektor makanan sebesar 40.70% menjadi 41.84%. Selain itu, pada sektor non makanan juga mengalami peningkatan selama dua tahun terakhir yaitu di tahun 2020 dan 2021 yaitu dari angka 58.16% menjadi 60.46%. (BPS, 2021) Tingginya angka konsumsi masyarakat DKI Jakarta tersebut menyebabkan perilaku konsumtif masyarakat yang tidak terkontrol didukung oleh kemajuan teknologi sehingga masyarakat semakin mudah melakukan akses belanja kapanpun dan dimanapun, dikarenakan konsumen tidak perlu mengunjungi toko secara langsung untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Secara psikologi, kondisi tersebut disebut dengan istilah *compulsive buying disorder* (kecanduan belanja) yaitu seseorang sulit membedakan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan. (Hidayah, 2015)

Di samping itu, melihat data laporan e-Conomy SEA 2021 Indonesia, selama pandemi pada tahun 2020 dan 2021 terdapat 21 juta konsumen di Indonesia telah bertransformasi ke gaya hidup baru yaitu menggunakan layanan digital untuk melakukan transaksi pada berbagai

sektor. Pengenalan layanan digital tersebut berhasil pada masyarakat karena dianggap membuat aktivitas masyarakat sehari-hari menjadi lebih praktis dan mudah.

Konsumen digital mengalami pertumbuhan pesat
 (konsumen yang ingin terus menggunakan layanan digital)



Gambar 1 Neurosensus Report

Sumber : SEA e-Conomy Research 2021

Kemudahan akses berbelanja secara online tersebut semakin meningkat dengan didukung adanya pembayaran menggunakan *digital payment* pada aplikasi belanja, salah satunya adalah *marketplace* Shopee. Sistem *digital payment* ini berbeda dengan pembayaran tunai yang ada sebelumnya. Biasanya pembayaran non tunai melalui transfer antar bank seperti ATM, kartu debit, ataupun uang elektronik (*e-money*). (Ramadani, 2016:1) Disamping itu, pembayaran non tunai saat ini semakin canggih dengan memanfaatkan fasilitas internet untuk memudahkan penggunaannya, sehingga masyarakat hanya memerlukan gadget android ataupun IOS yang tersambung dengan internet untuk dapat melakukan transaksi pembayaran. (Ridwan, 2018)

Akses berbelanja secara online tersebut juga didukung oleh adanya layanan elektronik yang berkualitas (*e-service quality*) sebagai wujud visual yang dilihat oleh masyarakat ketika akan melakukan transaksi. *E-Service quality* memberikan implikasi yang strategis bagi pemilik bisnis untuk mengelola *marketplace* yang akan digunakan oleh konsumennya untuk mendapatkan barang yang ditawarkan. (Al-Nasser, 2013) Selain itu, *e-service quality* berorientasi pada tujuan agar pelaku bisnis dapat memfasilitasi aktivitas belanja, pembelian, pembayaran serta pengiriman yang lebih efektif dan efisien. (Zeithaml et al., 2005) Dengan begitu, apabila layanan digital yang diberikan kepada konsumen berkualitas, maka konsumen akan merasa nyaman untuk menggunakan fasilitas-fasilitas tersebut sehingga memicu

perilaku konsumtif yang akan dilakukan oleh konsumen.

Salah satu layanan digital yang cukup digandrungi oleh masyarakat dan mengalami peningkatan jumlah pengguna maupun aktivitas layanan di tahun 2021 melalui *Indonesian Customer Trends 2021 Report* adalah ShopeePay. Data tersebut menunjukkan bahwa ShopeePay menguasai pasar *digital payment* di Indonesia dikarenakan sudah terintegrasi dengan *marketplace* Shopee sehingga lebih memudahkan konsumen dalam berbelanja. Dari sisi volume, ShopeePay unggul sebesar 29% dari kompetitor lainnya. Selain itu, secara frekuensi transaksi jumlah pengguna, ShopeePay juga unggul dengan rata-rata 14.4 kali per bulan, serta melalui survei kepada 1.000 responden tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 35% pengguna paling sering digunakan sebagai *digital payment*. (Neurosensum, 2021) Hal serupa juga disampaikan dalam *dailysocial* mengenai presentase dominasi penggunaan layanan digital pada berbagai kategori yang dilakukan oleh Shopee dibandingkan dengan layanan digital lain pada tahun 2021. (Dailysocial.id, 2021)

Category	Make up	Skincare	Sports & Outd
ShopeePay	60%	58%	32%
OVO	13%	17%	18%
DANA	10%	9%	13%
GoPay	6%	6%	8%
LinkAja	2%	3%	2%
Don't buy the product	9%	8%	27%

Gambar 2 Presentase Transaksi Pengguna Layanan Digital tahun 2021

Sumber : Neurosensum Indonesia (dalam *Dailysocial.id*)

Mengacu pada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi terbentuknya perilaku konsumtif diantaranya adalah pengalaman menggunakan internet dan melakukan transaksi belanja secara online. Hal tersebut merupakan gabungan antara adanya *digital payment* dengan *e-service quality* sehingga membuat masyarakat semakin mudah melakukan transaksi. Berdasarkan hal tersebut perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana pengaruhnya *digital payment* dan *e-service*

quality terhadap perilaku konsumtif. Sehingga diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi masyarakat untuk menjadi konsumen yang lebih bijak dalam berbelanja, dan dapat menjadi bahan masukan untuk *marketplace* Shopee untuk mengevaluasi dan mengupayakan pelayanan yang semakin berkualitas agar transaksi antara penjual dan pembeli secara digital tersebut dapat memberikan dampak yang positif bagi masing-masing pihak.

BAHAN DAN METODE

Bahan Perilaku Konsumtif

Menurut Delyana (2018:106), Perilaku konsumtif merupakan sebuah sikap untuk menggunakan produk atau jasa yang pada dasarnya kurang dibutuhkan (terutama berkaitan terhadap respon mengenai konsumsi barang-barang sekunder, yaitu barang-barang yang kurang diperlukan). Menurut Erich Fromm (1995, dalam Fitria, 2015:122) , dimensi dan indikator yang menunjukkan sebuah perilaku konsumtif diantaranya : Pemenuhan keinginan, Barang di luar jangkauan, Barang menjadi tidak produktif, serta Status yang berkaitan dengan pembelian produk.

Digital Payment

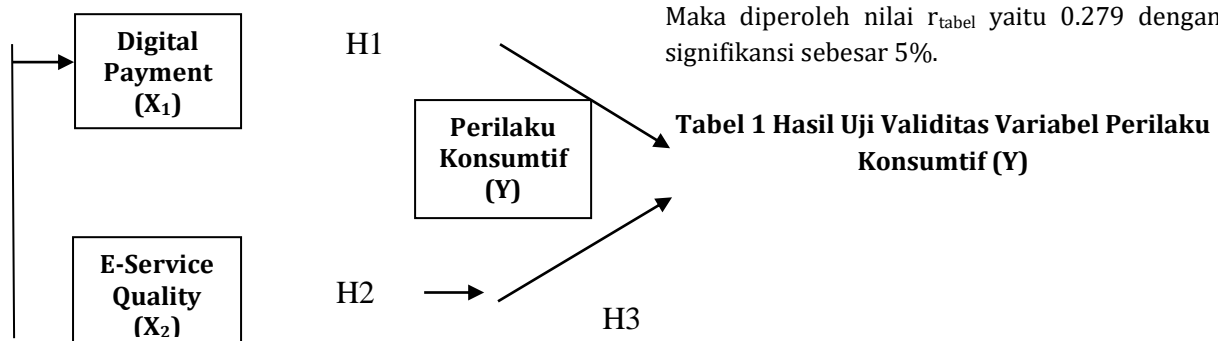
Menurut Musthofa et al (2020:178) *Digital Payment* adalah merupakan pembayaran online dengan mengadopsi *software*, jaringan serta akun virtual. Pergeseran fungsi dari uang tunai yang dijadikan alat pembayaran berubah menjadi alat pembayaran secara non-tunai dengan berbagai macam media dan sistem pembayaran non-tunai yang disajikan dan dapat dipilih. Menurut Puspita (2019:127), terdapat tiga indikator dalam *digital payment* di antaranya adalah sebagai berikut : Kenyamanan, dalam menggunakan pembayaran secara digital. Kemudahan Akses, dalam menggunakan pembayaran digital kapanpun dimanapun. Serta, Manfaat, yang dapat dirasakan oleh pengguna pembayaran digital tersebut secara langsung maupun tidak langsung.

E-Service Quality

Menurut Lee dan Lin (2005, dalam Irwansyah & Mappadeceng, 2018:129) "*The quality of electronic services can be defined as the*

general assessments and judgments of customers regarding the excellence and quality of the provision of electronic services in the virtual market." Menurut Raman et al (2008, dalam Ojasalo, 2010:11) mengemukakan enam indikator *e-service quality* antara lain sebagai berikut : Pertama, Kemudahan penggunaan, terkait dengan alamat URL yang mudah diingat, terorganisir dengan baik, mudah dalam melakukan navigasi pada situs, isi dan syarat, serta ketentuan yang ringkas dan mudah dipahami. Kedua, Tampilan, berupa grafik, warna, gambar yang cukup menarik untuk pelanggan serta website yang harus jelas dan terorganisir dengan baik. Ketiga, Keandalan, terkait dengan keakuratan dalam memesan, memperbarui konten, tepat waktu dengan dukungan layanan cepat dan ketersediaan pelayanan teknis. Keempat, Penyesuaian, melakukan personalisasi merupakan bentuk kepedulian terhadap pelanggan yang menikmati layanan tersebut sehingga memungkinkan adanya kustomisasi virtual. Kelima, Komunikasi, berkaitan pada aksesibilitas pengguna situs web guna dapat berkomunikasi dengan penyedia situs web apabila terjadi keluhan dengan ketersediaan berbagai metode komunikasi untuk menghubungi layanan dukungan tersebut melalui situs web. Keenam, Insentif, referensi ini terjadi atas dorongan yang ditawarkan oleh penyedia situs web guna mempertahankan pelanggan serta menarik calon pelanggan.

Berdasarkan kajian pustaka di atas, maka model dan alur penelitian yang dapat disajikan, berikut ini:



Gambar 3. Kerangka Konseptual

Sumber: Data diolah oleh peneliti tahun 2022

Terdapat tiga hipotesis yang diajukan diantaranya adalah :

H1 : *Digital Payment* berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Shopee di Wilayah DKI Jakarta

H2 : *E-Service Quality* berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Shopee di Wilayah DKI Jakarta

H3 : *Digital Payment* dan *E-Service Quality* terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Shopee di Wilayah DKI Jakarta

Metode

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan sejak bulan November 2021 hingga Januari 2022 pada *Marketplace* Shopee sebagai objek penelitian. Penelitian ini dilakukan sejak bulan November 2021 hingga Januari 2022 pada *Marketplace* Shopee sebagai objek penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data di antaranya uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear sederhana, uji t parsial, uji f simultan serta analisis koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada tahap awal terhadap data yang sudah di kumpulkan, uji validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS 25 dengan 50 responden. Maka diperoleh nilai r_{tabel} yaitu 0.279 dengan signifikansi sebesar 5%.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

No Item	r _{hitung}	r _{tabel} (5% 50 resp)	Keterangan
Y 1	0.427	0.279	Valid
Y 2	0.595	0.279	Valid
Y 3	0.422	0.279	Valid
Y 4	0.523	0.279	Valid
Y 5	0.472	0.279	Valid
Y 6	0.648	0.279	Valid
Y 7	0.682	0.279	Valid
Y 8	0.699	0.279	Valid
Y 9	0.399	0.279	Valid
Y 10	0.447	0.279	Valid
Y 11	0.290	0.279	Drop
Y 12	0.280	0.279	Valid
Y 13	0.327	0.279	Valid
Y 14	0.343	0.279	Drop
Y 15	0.463	0.279	Valid

Sumber : Data diolah oleh peneliti tahun 2022

Tabel diatas menggambarkan bahwa variabel perilaku konsumtif terdapat 13 butir pernyataan variabel perilaku konsumtif dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > 0.279$, sedangkan nilai kurang dari r_{tabel} dinyatakan drop dan tidak akan dilanjutkan dalam analisis data berikutnya.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Digital Payment (X₁)

No Item	r _{hitung}	r _{tabel} (5% 50 resp)	Keterangan
X ₁ 1	0.597	0.279	Valid
X ₁ 2	0.655	0.279	Valid
X ₁ 3	0.655	0.279	Valid
X ₁ 4	0.667	0.279	Valid
X ₁ 5	0.538	0.279	Valid
X ₁ 6	0.675	0.279	Valid
X ₁ 7	0.690	0.279	Valid
X ₁ 8	0.601	0.279	Valid
X ₁ 9	0.392	0.279	Valid
X ₁ 10	0.342	0.279	Valid
X ₁ 11	0.371	0.279	Valid
X ₁ 12	0.509	0.279	Valid
X ₁ 13	0.380	0.279	Valid
X ₁ 14	0.655	0.279	Valid
X ₁ 15	0.510	0.279	Valid

Sumber : Data diolah oleh peneliti tahun 2022

Berdasarkan tabel 2, variabel *digital payment* dengan 15 butir pernyataan dan nilai $r_{hitung} > 0.279$, sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa item-item pernyataan variabel *digital payment* dinyatakan valid.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel E-Service Quality (X₂)

No Item	r _{hitung}	r _{tabel} (5% 50 resp)	Keterangan
X ₂ 1	0.604	0.279	Valid
X ₂ 2	0.690	0.279	Valid
X ₂ 3	0.671	0.279	Valid
X ₂ 4	0.681	0.279	Valid
X ₂ 5	0.657	0.279	Valid
X ₂ 6	0.737	0.279	Valid
X ₂ 7	0.523	0.279	Valid
X ₂ 8	0.645	0.279	Valid
X ₂ 9	0.522	0.279	Valid
X ₂ 10	0.453	0.279	Valid
X ₂ 11	0.093	0.279	Drop
X ₂ 12	0.420	0.279	Valid
X ₂ 13	0.525	0.279	Valid
X ₂ 14	0.192	0.279	Drop
X ₂ 15	0.420	0.279	Valid

Sumber : Data diolah oleh peneliti tahun 2022

Kemudian, tabel 3 dengan 15 butir pernyataan menunjukkan bahwa variabel *e-service quality* menghasilkan 13 butir pernyataan yang valid karena nilai $r_{hitung} > 0.279$, sedangkan 2 butir lainnya dinyatakan drop.

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Perilaku Konsumtif	0.832	Reliabel
Digital Payment	0.849	Reliabel
E-Service Quality	0.747	Reliabel

Sumber : Data diolah oleh peneliti tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas menerangkan bahwa nilai *cronbach's alpha* pada variabel *digital payment*, *e-service quality* dan perilaku konsumtif reliabel. Dapat dilihat dari nilai *cronbach's alpha* untuk perilaku konsumtif sebesar $0.832 > 0.514$, variabel *digital payment* sebesar $0.849 > 0.514$, dan variabel *e-service quality* sebesar $0.747 > 0.553$.

Uji Normalitas

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.65793149
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.076
	Negative	-.096
Test Statistic		.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data diolah oleh peneliti tahun 2022

Tabel hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi *kolmogrov-smirnov* sebesar $0.200 > 0.05$, maka disimpulkan bahwa data ketiga variabel tersebut berdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

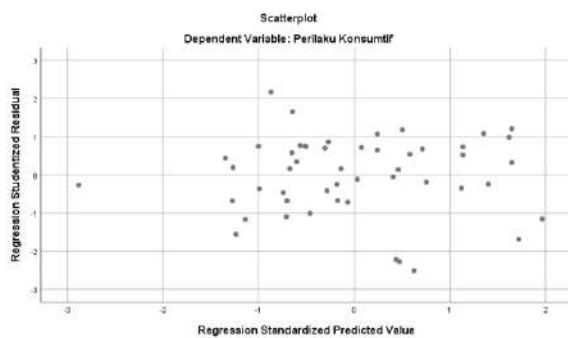
Tabel 6 Hasil Uji Multikolonieritas

Model		Coefficients ^a	
		Collineanty Tolerance	Statistics VIF
1	(Constant)		
	Digital Payment	.999	1.001
	E-Service Quality	.999	1.001

Sumber : Data diolah oleh peneliti tahun 2022

Melihat tabel 6 diatas menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki nilai variabel VIF kurang dari 10.000 dan nilai toleransi yang lebih dari 0.1, sehingga regresi dapat dikatakan terbebas dari multikolonieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3 Grafik Scatterplot

Sumber : Data diolah oleh peneliti tahun 2022

Hasil pengujian heteroskedastisitas menggambarkan sebuah titik-titik yang membentuk pola gelombang yang lebar kemudian menyempit dan titik-titik tersebut berkumpul di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39.987	9.429		.800	.000
	Digital Payment	.295	.114	.352	4.241	.013
	E-Service Quality	.094	.117	.108	2.596	.042

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Data diolah oleh peneliti tahun 2022

Persamaan regresi linear sederhana melalui tabel di atas adalah sebagai berikut:

$Y = 39.987 \beta + 0.295 X_1 + 0.094 X_2$. Persamaan regresi tersebut berarti :

1) Konstanta = 39.987

Jika variabel *digital payment* dan *e-service quality* dianggap sama dengan nol, sehingga variabel perilaku konsumtif akan meningkat sebesar 39.987.

2) Koefisien $X_1 = 0.295$

Nilai tersebut menunjukkan bahwa pengaruh *digital payment* bersifat positif, dan jika variabel *digital payment* mengalami kenaikan sebesar 1% maka akan menyebabkan kenaikan variabel perilaku konsumtif sebesar 0.295.

3) Koefisien $X_2 = 0.094$

Nilai tersebut menunjukkan bahwa pengaruh *e-service quality* bersifat positif, dan jika variabel *e-service quality* mengalami kenaikan sebesar 1% maka akan menyebabkan kenaikan variabel perilaku konsumtif sebesar 0.094.

Uji T (Hipotesis Parsial)

Tabel 8 Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39.987	9.429		.800	.000
	Digital Payment	.295	.114	.352	4.241	.013
	E-Service Quality	.094	.117	.108	2.596	.042

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Data diolah oleh peneliti tahun 2022

Berdasarkan tabel 8 diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian statistik dengan menggunakan SPSS 25 terhadap variabel *digital payment* (X_1) diperoleh hasil hipotesis sebagai berikut :

1) Hipotesis 1 :

Terdapat pengaruh signifikansi *digital payment* (X_1) terhadap perilaku konsumtif (Y), yaitu nilai t_{hitung} variabel *digital payment* (X_1) sebesar $t_{hitung} 4.241 > t_{tabel} 2.021$ dengan nilai signifikansi 0.013 ($p < 0.05$). Dari hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *digital payment* terhadap perilaku konsumtif.

2) Hipotesis 2 :

Terdapat pengaruh signifikansi *e-service quality* (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y), yaitu nilai t_{hitung} variabel *e-service quality* (X_2) sebesar $t_{hitung} 2.596 > t_{tabel} 2.021$ dengan nilai signifikansi 0.042 ($p < 0.05$). Dari hasil

tersebut maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *e-service quality* terhadap perilaku konsumtif.

Uji F (Hipotesis Simultan)

Tabel 9 Tabel Anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	169.380	2	84.690	3.744	.031 ^b
	Residual	1063.120	47	22.620		
	Total	1232.500	49			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif
 b. Predictors: (Constant), E-Service Quality, Digital Payment

Sumber : Data diolah oleh peneliti tahun 2022

Hipotesis 3 :

Terdapat pengaruh signifikansi *digital payment* (X_1) dan *e-service quality* (X_2) secara bersama-sama simultan terhadap perilaku konsumtif (Y) dengan hipotesis statistik yaitu : diperoleh nilai $f_{hitung} 3.744 > f_{tabel} 2.798$ dengan tingkat signifikansi uji f sebesar 0.031 ($p < 0.05$). Berdasarkan nilai tersebut dapat dilihat bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka hipotesis 3 yaitu variabel *digital payment* dan *e-service quality* secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 10 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (X_1 terhadap Y)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.355 ^a	.126	.107	4.738

a. Predictors: (Constant), Digital Payment
 b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Mengacu pada tabel 10 di atas menunjukkan bahwa diperoleh nilai R^2 sebesar 0.126 atau 12.6% yang berarti bahwa 12.6% perilaku konsumtif dipengaruhi oleh *digital payment*, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Namun, melihat dari nilai yang dihasilkan tersebut termasuk sangat rendah karena diperoleh nilai koefisien determinasi hanya 12.6%. (Sugiyono, 2011)

Tabel 11 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (X_2 terhadap Y)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.117 ^a	.014	.007	5.032

a. Predictors: (Constant), E-Service Quality
 b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Data diolah oleh peneliti tahun 2022

Tabel 11 di atas menunjukkan bahwa diperoleh nilai R^2 sebesar 0.014 atau 1.4% yang berarti bahwa 1.4% perilaku konsumtif dipengaruhi oleh *e-service quality*, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Apabila melihat dari nilai yang dihasilkan tersebut termasuk sangat rendah karena diperoleh nilai koefisien determinasi hanya 1.4%.

Tabel 12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (X_1 dan X_2 terhadap Y)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.371 ^a	.137	.101	4.756

a. Predictors: (Constant), E-Service Quality, Digital Payment
 b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Data diolah oleh peneliti tahun 2022

Berdasarkan tabel 12 di atas menunjukkan bahwa diperoleh nilai R^2 sebesar 0.137 atau 13.7% yang berarti bahwa 13.7% perilaku konsumtif dipengaruhi secara bersama-sama oleh *digital payment* dan *e-service quality*, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Apabila melihat dari nilai yang dihasilkan tersebut termasuk sangat rendah karena diperoleh nilai koefisien determinasi hanya 13.7%.

Pembahasan

Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif

Digital Payment digunakan sebagai alat pembayaran baru yang dimaksudkan untuk memudahkan konsumen ketika akan melakukan transaksi pembelanjaan. Semakin mudahnya konsumen melakukan transaksi, diasumsikan akan menambah frekuensi pembelian konsumen sehingga muncul secara tidak langsung perilaku konsumtif pada konsumen atau masyarakat. Hal tersebut juga dijelaskan dalam penelitian (Miftakhul Janah, 2021:4) yaitu dengan kemudahan dan manfaat dari *digital payment* tersebut akan cenderung membuat seseorang membuat pola konsumsi yang berlebihan dan hanya mengutamakan kesenangan saja tanpa mengetahui fungsinya, dan hal tersebut dapat dikatakan sebagai perilaku yang konsumtif. Adapun melalui SPSS 25, bahwa terdapat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ serta nilai signifikan < 0.05 . Artinya menunjukkan semakin meningkat penggunaan *digital payment* berdasarkan kenyamanan,

kemudahan akses dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen semakin baik, maka akan mempengaruhi perilaku konsumtif, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 12.6%.

E-Service Quality terhadap Perilaku Konsumtif

Kemajuan teknologi saat ini yang terjadi dan merubah sistem pembelanjaan baru menggunakan dukungan internet tanpa harus pergi keluar membuat masyarakat akrab dengan *e-commerce*, *marketplace* dan semacamnya. Kualitas dari layanan elektronik tersebut juga semakin dituntut untuk terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Aprelita, 2019:2) bahwa kepuasan yang dapat dirasakan oleh konsumen pada saat pelaku bisnis atau usaha dapat memberikan kualitas layanan yang baik terhadap jasa maupun produk yang ditawarkan pada konsumennya. Maka diasumsikan apabila konsumen puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, seseorang akan cenderung kembali lagi untuk membeli karena memang sudah merasa nyaman, dan terkadang produk atau jasa yang dibeli juga tidak benar-benar dibutuhkan sehingga dapat disebut juga sebagai wujud dari perilaku yang konsumtif. Namun, hasil analisis dan pengolahan data yang telah dilakukan terhadap 50 responden menunjukkan bahwa *e-service quality* ini hanya sedikit mempengaruhi perilaku konsumtif yang dilakukan masyarakat, dengan perolehan nilai statistik yaitu $t_{hitung} 2.596 > t_{tabel} 2.021$, serta nilai koefisien determinasi yang sangat rendah hanya 1.4% *e-service quality* dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

Digital Payment dan E-Service Quality terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data secara simultan terhadap dua variabel bebas yaitu *digital payment* dan *e-service quality* terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumtif, diperoleh nilai f_{hitung} sebesar $3.744 > f_{tabel} 2.794$ secara signifikan. Serta, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 13.7%, artinya bahwa variabel *digital payment* dan *e-service quality* simultan mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 13.7% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Digital Payment memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif masyarakat melalui studi kasus yang dilakukan pada pengguna Shopee dengan jumlah responden sebesar 50 orang. Dalam hal ini berarti bahwa semakin meningkatnya penggunaan *digital payment* pada masyarakat, akan semakin meningkat juga perilaku konsumtif yang dilakukan, dengan nilai persamaan regresi linear sederhana sebesar $Y = 39.987 \beta + 0.295 X_1$, nilai tersebut menunjukkan bahwa pengaruh *digital payment* bersifat positif, dan jika variabel *digital payment* mengalami kenaikan sebesar 1% maka akan menyebabkan kenaikan variabel perilaku konsumtif sebesar 0.295. Dan juga sebaliknya, semakin menurun penggunaan *digital payment*, akan semakin menurun juga perilaku konsumtif tersebut. Namun, hal ini hanya sedikit dapat mempengaruhi perilaku konsumtif apabila dilihat dari perolehan nilai koefisien determinasi yaitu sebesar 12.6%

E-Service Quality memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada masyarakat dengan studi kasus yang dilakukan pada pengguna Shopee dengan jumlah responden yaitu 50 orang. Dalam hal ini artinya menunjukkan apabila semakin baik *e-service quality* yang diberikan oleh pelaku bisnis pada konsumennya, maka akan semakin meningkat juga perilaku konsumtif pada masyarakat, dengan nilai persamaan regresi linear sederhana sebesar $Y = 39.987 \beta + 0.094 X_2$, nilai tersebut menunjukkan bahwa pengaruh *e-service quality* bersifat positif, dan jika variabel *e-service quality* mengalami kenaikan sebesar 1% maka akan menyebabkan kenaikan variabel perilaku konsumtif sebesar 0.295. Dan begitu juga sebaliknya. Namun, dalam penelitian ini *e-service quality* juga hanya mempengaruhi sedikit pada perilaku konsumtif yang terjadi di masyarakat yaitu hanya sebesar 1.4% melalui nilai koefisien determinasi yang dihasilkan.

Digital Payment dan *E-Service Quality* secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada masyarakat, dengan faktor yang lebih tinggi yaitu *digital payment* dibandingkan dengan *e-service quality*, maka nilai f_{hitung} yang diperoleh adalah $3.744 > f_{tabel} 2.798$ dengan tingkat signifikansi uji f sebesar 0.031 ($p < 0.05$) yang menunjukkan bahwa variabel *digital payment* dan *e-service quality* secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan pengaruh lainnya disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Al-Nasser. (2013). E-Service Quality and Its Effect on Consumers' Perceptions Trust. *American Journal of Economics and Business Administration*, 5(2), 47-55. <https://doi.org/10.3844/ajebasp.2013.47.55>
- Antonijevic, T., Lancaster, J. L., & Starobin, J. M. (2014). Modeling order-disorder transition in Low-Density Lipoprotein. *2014 36th Annual International Conference of the IEEE Engineering in Medicine and Biology Society, EMBC 2014*, 8(1), 5220-5223. <https://doi.org/10.1109/EMBC.2014.6944802>
- Aprelita, A. (2019). *Pengaruh Perceived Value Dan E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Fitur Go-Food di Kecamatan Abstrak Pengaruh Perceived Value Dan E-Service Quality Terhadap Customer L.* 1-16.
- BPS. (2021). *Persentase Rata-Rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Untuk Makanan dan Bukan Makanan di Daerah Perkotaan.* <https://www.bps.go.id/statictable/2014/09/08/940/persentase-rata-rata-pengeluaran-per-kapita-sebulan-untuk-makanan-dan-bukan-makanan-di-daerah-perkotaan-menurut-provinsi-2007-2021.html>
- Dailysocial.id. (2021). *Neurosensum soroti meningkatnya popularitas penggunaan shopee.* <https://dailysocial.id/post/shopeepay-uang-elektronik-popularitas-2021>
- Delyana Rahmawany Pulungan, H. F. (2018). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen, Volume 2*, 103-110.
- Fitria, E. M. (2015). *DAMPAK ONLINE SHOP DI INSTAGRAM DALAM SHOPAHOLIC DI SAMARINDA.* 1(3), 117-128.
- Irwansyah, A., & Mappadeceng, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Toko on Line Buka Lapak. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 3(2), 128. <https://doi.org/10.33087/jmas.v3i2.50>
- Miftakhul Janah. (2021). *PENGARUH DIGITAL PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MELALUI CASHLESS TRANSACTION BEHAVIOR SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA KONSUMEN E-COMMERCE YANG MELAKUKAN PEMBAYARAN MELALUI DIGITAL PAYMENT BANK SYARIAH).* *Etd Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 4.
- Musthofa, M. A., Kurniati, R. R., Hardati, R. N., Kunci, K., Budaya, F., Sosial, F., Pribadi, F., Psikologi, F., Sistem, D., & Uang, P. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Sistem Pembayaran Uang Digital (Studi Pada Pengguna Ovo Di Kota Malang). *Jiagabi*, 9(2), 175-184.
- Neurosensum. (2021). *Indonesian Customer Trends 2021 Report.*
- Ojasalo, J. (2010). E-Service Quality: A Conceptual Model. *International Journal of Arts and Sciences*, 3(7), 127-143.
- Puspita, Y. C. (2019). Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi Ovo. *Jurnal Manajemen Informatika*, 09(02), 121-128. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-manajemen-informatika/article/view/29471/26993>
- Ramadani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Studi Pembangunan*, 8(1), 1-8. <https://doi.org/10.17977/um002v8i12016p001>
- Ridwan, M. (2018). Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada di Medan) Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan. *Repository.Uinsu.Ac.Id.*
- RIZIKA WITRI HIDAYAH. (2015). *PERILAKU KONSUMTIF DALAM MEMBELI PRODUK FASHION PADA MAHASISWA PUTRI DI SURAKARTA.* 151, 10-17. <https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods).* CV Alfabeta.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2005). A conceptual Framework for understanding e-service Quality. *Marketing Science Institute*, 00-115. https://www.msi.org/working-papers/a-conceptual-framework-for-understanding-eservice-quality-implications-for-future-research-and-managerial-practice/%0Ahttps://www.msi.org/wp-content/uploads/2020/06/MSI_WP_00-115.pdf

Penerapan Metode Economic Order Quantity (EOQ) pada Pengendalian Persediaan Tiket Berhadiah di PT Trans Rekreasindo

Bryan Givan^[1], Hanafi Eko Darono^[2], Instianti Elyana^[3]

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis^{[1][3]}

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik Informatika

Universitas Nusa Mandiri^{[1][3]}, Universitas Bina Sarana Informatika^[2]

<https://nusamandiri.ac.id>^{[1][3]}, <https://www.bsi.ac.id>^[2]

bryan.bgv@nusamandiri.ac.id^[1], hanafi.haf@bsi.ac.id^[2], instianti.iny@nusamandiri.ac.id^[3]

Abstract, PT Trans Rekreasindo is a company engaged in providing children and family playgrounds. In attracting customers PT Trans Rekreasindo has attractive prizes, one of which is a ticket with prizes. This research was made to find out how to control the inventory of ticket prizes implemented by PT Trans Rekreasindo which will be compared with inventory control using the Economic Order Quantity method. The writing method used by the writer is observation, interview, and documentation with qualitative outline results. PT Trans Rekreasindo made ticket reservations in 2019 with 24,000,000 tickets, with a frequency of ordering 12 times a year, and the number of one-time tickets ordered as many as 2,000,000 tickets. PT Trans Rekreasindo is still experiencing a shortage of prize tickets. If it is applied with the calculation of the PT Trans Rekreasindo EOQ method, it only applies the number of economic orders, that is 2,000,000 in one message and the order frequency is 12 times in one year. However, the safety stock did not apply for 197,110 and the reorder point was 663,779. PT Trans Rekreasindo should apply the EOQ method in full, apply safety stock calculations and reorder points so that they do not experience shortage of tickets in the future.

Keywords: Inventory Control, Economic Order Quantity Method.

Abstrak, PT Trans Rekreasindo merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penyedia arena bermain anak dan keluarga. Dalam menarik pelanggannya PT Trans Rekreasindo memiliki hadiah menarik, salah satunya adalah tiket berhadiah. Penelitian ini dibuat untuk mengetahui bagaimana pengendalian persediaan tiket berhadiah yang diterapkan PT Trans Rekreasindo yang akan dibandingkan dengan pengendalian persediaan dengan metode *Economic Order Quantity*. Metode penulisan yang digunakan oleh penulis adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan outline deskriptif kualitatif. PT Trans Rekreasindo melakukan pemesanan tiket berhadiah pada tahun 2019 sebanyak 24.000.000 tiket, dengan frekuensi pemesanan 12 kali setahun, dan jumlah tiket sekali pesan sebanyak 2.000.000 tiket. PT Trans Rekreasindo masih mengalami kekurangan stok tiket berhadiah. Jika diterapkan dengan perhitungan metode *EOQ* PT Trans Rekreasindo hanya menerapkan jumlah pemesanan ekonomis yaitu 2.000.000 dalam 1 kali pesan dan frekuensi pemesanan sebanyak 12 kali dalam 1 tahun. Namun tidak menerapkan *safety stock* sebesar 197.110 dan *reorder point* sebesar 663.779. PT Trans Rekreasindo seharusnya menerapkan metode *EOQ* secara penuh, menerapkan perhitungan *safety stock* dan *reorder point* agar tidak mengalami kekurangan stok tiket berhadiah dikemudian hari.

Kata Kunci: Pengendalian Persediaan, Metode *Economic Order Quantity*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia industri membawa dampak besar bagi persaingan bisnis perusahaan baik swasta ataupun pemerintah. Upaya yang biasa dilakukan setiap perusahaan dalam menghasilkan kinerja dan hasil yang baik yaitu melalui tersedianya kelengkapan barang-barang operasional, selain itu yang terpenting adalah tersedianya vendor pemasok yang berperan sebagai pemenuh kebutuhan bahan baku bagi setiap perusahaan. Dalam manajemen logistik perusahaan harus cermat betul dalam menentukan serta memilih vendor mana yang akan ditunjuk sebagai pemasok barang kebutuhan perusahaan karena barang yang disediakan haruslah memiliki kualitas dan mutu yang terbaik agar tidak

menjadi penghambat bagi kelangsungan kegiatan perusahaan, dan tidak menjadi kerugian bagi perusahaan.

Persediaan barang pada dasarnya merupakan segala bentuk barang perusahaan yang digunakan sebagai kebutuhan operasional perusahaan, sehingga persediaan barang dalam setiap organisasi manapun merupakan hal yang penting bagi kelancaran bisnis, karena berpengaruh terhadap proses berjalannya suatu usaha, dan mempengaruhi keberhasilan perusahaan itu sendiri dalam mencapai tujuan.

Barang habis pakai sangatlah penting fungsi dan kegunaannya dalam kelancaran bisnis suatu perusahaan, karena sifat dari barang habis pakai itu hanya dapat digunakan satu kali pakai saja dan urgensi kegunaannya sangat tinggi, jika didapati barang

tersebut telah habis digunakan maka perusahaan wajib untuk langsung melakukan pengadaan barang tersebut agar tidak terjadi kekosongan stok, supaya kegiatan dan kelancaran operasional perusahaan tidak terganggu. PT Trans Rekreasindo merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penyedia sarana hiburan keluarga didalam mall yang menyediakan berbagai macam mesin permainan dan wahana atraktif bagi anak-anak, remaja maupun keluarga. Dalam melaksanakan bisnisnya PT Trans Rekreasindo berupaya untuk memuaskan pelanggannya dengan cara selalu menyediakan sarana prasarana yang memadai, petugas permainan yang sigap dan ramah, area dan tempat bermain yang bersih, nyaman serta aman bagi keluarga dan tidak lupa pula selalu berupaya menyediakan stok tiket hadiah bagi pelanggan agar tidak terjadi kekosongan stok, sehingga jika stok tiket hadiah selalu dalam kondisi stabil maka hal tersebut akan membuat pelanggan puas dan ingin datang kembali. Pelanggan yang datang bermain di Kidcity akan selalu membawa pulang tiket hadiah yang nantinya akan dikumpulkan atau dapat langsung ditukarkan dengan hadiah menarik dikonter penukaran hadiah. Maka PT Trans Rekreasindo amat sangat fokus terhadap persediaan tiket hadiah supaya tidak terjadi kekosongan stok. Karena tiket hadiah tersebut merupakan barang yang setiap hari didapatkan atau dikumpulkan oleh pelanggan yang bermain maka penggunaan tiket hadiah tersebut bersifat habis pakai dan sebagai salah satu barang terpenting dalam kelangsungan bisnis PT Trans Rekreasindo. Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui arti penting kegiatan pengelolaan pengendalian persediaan tiket hadiah bagi PT Trans Rekreasindo.

Persediaan merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan tujuan bisnis perusahaan karena menyakut akan kelancaran penjualan produk, keuntungan, dan kelancaran dalam pencapaian tujuan perusahaan. Persediaan barang dagang juga akan menjadi tolak ukur bagi kepuasan pelanggan dan citra perusahaan.

“Persediaan adalah stok dari suatu item atau sumber daya yang digunakan dalam suatu organisasi perusahaan.” (Efendi et al., 2019).

“Persediaan adalah sumber daya yang disimpan untuk memenuhi kebutuhan pada masa yang akan datang” (Mulyono, 2017).

“Persediaan merupakan semua jenis barang milik organisasi yang diolah, dikirim ke konsumen dan siap dijual kepada konsumen” (Martono, 2018).

Dari definisi tersebut diatas penulis dapat menarik garis besar bahwa persediaan adalah segala jenis barang atau bahan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Adapun terkait penelitian terkait pada penelitian (Yuliana et al., 2016) dengan judul Penerapan Model EOQ (Economic Order Quantity) Dalam Rangka Meminimumkan Biaya Persediaan Bahan Baku (Studi Pada UD. Sumber Rejo Kandangan-Kediri) menyatakan bahwa Hasil perhitungan yang didapat menunjukkan jika perusahaan tetap menggunakan kebijakan yang ada, maka total biaya persediaan pada tahun 2015 adalah Rp. 46.538.827,00 dengan 48 kali frekuensi pembelian bahan baku, sedangkan total biaya persediaan pada tahun 2015 dengan metode EOQ adalah Rp. 32.687.501,00 dengan 20 kali frekuensi pembelian bahan baku. Terdapat selisih antara kedua perhitungan yaitu sebesar Rp. 13.851.326,00 yang menunjukkan bahwa jika perusahaan menerapkan metode EOQ, maka pada tahun 2015 perusahaan akan menghemat pengeluaran biaya persediaan bahan baku. Safety stock pada tahun 2015 sebesar 92.249,487 kg dengan titik pemesanan kembali/reorder point (ROP) sebesar 184.858,974 kg, dan jumlah maximum inventory sebesar 825.008,016 Kg

Terkait hal tersebut, peneliti bertujuan melakukan penelitian dalam menerapkan metode Economic Order Quantity (EOQ) pada Pengendalian PersediaanTiket Berhadiah di PT Trans Rekreasindo.

BAHAN DAN METODE

Kegiatan persediaan barang di setiap perusahaan pasti memiliki metode penilaian persediaan barang, metode yang sering digunakan dalam perusahaan umumnya adalah metode FIFO, LIFO dan *Average*. Berikut adalah pengertian FIFO (*First In First Out*), LIFO (*Last In First Out*) dan *Average* menurut (Herjanto, 2015), sebagai berikut :

1. Metode FIFO (*First In First Out*)

Metode FIFO (*First In First Out*) adalah metode penilaian persediaan yang menganggap barang yang pertama kali masuk diasumsikan keluar pertama kali pula. Pada umumnya perusahaan menggunakanmetode ini, sebab metode ini perhitungannya sangat sederhana baik sistem fisik maupun sistem perpetual akan menghasilkan penilaian persediaan yang sama.

2. Metode LIFO (*Last In First Out*)

Metode ini mengasumsikan bahwa nilai barang yang terpakai dihitung berdasarkan harga pembelian barang yang terakhir masuk, dan nilai

persediaan akhir dihitung berdasarkan harga pembelian yang terdahulu masuk.

3. Metode *Average*

Nilai Persediaan pada metode ini didasarkan atas harga rata-rata barang yang dibeli dalam suatu periode tertentu.

Teknik manajemen pengendalian persediaan bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas perusahaan, berikut 5 macam teknik manajemen pengendalian persediaan menurut (Anwar, 2019) sebagai berikut :

1. *The ABC System*

The ABC System adalah suatu sistem pengelolaan persediaan dengan membagi *inventory* kedalam 3 kelompok besar yaitu, Kelompok A, Kelompok B, dan Kelompok C. Kelompok A adalah persediaan barang yang dinilai dengan nilai satuan uang yang paling tinggi. Kelompok B adalah persediaan barang yang nilainya lebih rendah dibawah kelompok A. Kelompok C adalah persediaan barang yang nilainya lebih rendah dari kelompok B. Masing-masing kelompok akan dimonitor dengan intensitas pengawasan yang berbeda. Kelompok A akan diawasi lebih intensif dibandingkan dengan kelompok B dan C. Kelompok B akan diawasi lebih intensif dibandingkan dengan kelompok C.

2. *Economic Order Quantity (EOQ)*

Economic Order Quantity (EOQ) adalah suatu metode dalam menentukan besarnya ukuran pemesanan bahan atau barang yang optimal, dimana dengan ukuran pemesanan tersebut biaya persediaan yang terdiri dari biaya pemesanan dan biaya penanganan barang menjadi paling rendah.

Dalam menghitung berapa *Economic Order Quantity (EOQ)*, maka digunakan formula sebagai berikut :

a. Rumus *EOQ* adalah $Q : \sqrt{\frac{2 \times S \times O}{C}}$

b. Frekuensi pemesanan : $\frac{S}{Q}$

c. Biaya pemesanan : biaya pesanan persekali pesan x frekuensi pemesanan

Dimana :

$S = Usage$: total penggunaan dalam unit per satu tahun.

$O = Ordering Cost$: biayapesanan per sekali pesan.

$C = Carrying Cost$: biaya penanganan barang per unit satu tahun.

$Q = Quantity$: jumlah pesanan ekonomis dalam unit.

3. *The Reorder Point*

The Reorder Point adalah titik dimana perusahaan harus melakukan pemesanan kembali dimana dengan pemesanan tersebut perusahaan tidak akan mengalami kekurangan bahan baku sehingga proses produksi tetap berjalan.

Dalam penetapan *Reorder Point*, ada dua hal yang perlu diperhatikan yaitu :

- Penggunaan material atau bahan selama masa menunggu kedatangan barang (*lead time*).
- Besarnya persediaan minimal yang selalu dipertahankan perusahaan agar proses produksinya tidak terganggu.

Rumus untuk mencari *Reorder Point (ROP)*, sebagai berikut :

$$ROP : (\text{Lead Time} \times \text{Penggunaan Barang Per Hari}) + \text{Safety Stock}$$

Rumus penggunaan barang per hari, sebagai berikut :

$$\text{Penggunaan barang per hari} : \frac{\text{Penggunaan Barang Per Tahun}}{360 \text{ hari}}$$

Lead time adalah masa menunggu barang datang dihitung dari hari pemesanan.

c. *Just In Time*

Just In Time Model adalah suatu manajemen persediaan dengan konsep bahan baku datang tepat pada saat diperlukan untuk produksi. Dengan *Just In Time* ini diharapkan persediaan bahan baku menjadi minimal atau bahkan nol pada model *JIT* ini, idealnya perusahaan hanya memiliki persediaan barang dalam proses saja.

d. *Computerized Systems for Resources Control*

Dalam kegiatan pengadaan barang haruslah berdasarkan prinsip-prinsip pengadaan barang yang jelas dan tersusun agar mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan. Prinsip-prinsip pengadaan barang atau jasa menurut (Perpres, 2015) ialah sebagai berikut ini:

1. Efisien

Pengadaan barang atau jasa harus diusahakan dengan menggunakan dana dan daya yang minimum untuk mencapai kualitas dan sasaran dalam waktu yang ditetapkan atau menggunakan dana yang telah ditetapkan untuk mencapai hasil dan sasaran dengan kualitas yang maksimum.

2. Efektif

Pengadaan barang atau jasa harus sesuai dengan kebutuhan dan sasaran yang telah ditetapkan

serta memberikan manfaat yang sebesar-besarnya.

3. **Transparan**
 Semua ketentuan dan informasi mengenai pengadaan barang atau jasa bersifat jelas dan dapat diketahui oleh penyedia barang atau jasa dan masyarakat pada umumnya.
4. **Terbuka**
 Pengadaan barang atau jasa dapat diikuti oleh semua penyedia barang atau jasa yang memenuhi persyaratan berdasarkan ketentuan dan prosedur yang jelas.
5. **Bersaing**
 Pengadaan barang atau jasa harus dilakukan melalui persaingan yang sehat di antara penyedia barang atau jasa yang setara dan memenuhi persyaratan berdasarkan ketentuan yang jelas dan transparan.
6. **Adil dan tidak diskriminatif**
 Memberikan perlakuan yang sama bagi semua calon penyedia barang atau jasa dan tidak mengarah untuk memberi keuntungan kepada pihak tertentu dengan cara apa pun.
7. **Akuntabel**
 Harus sesuai dengan sasaran baik fisik, keuangan maupun manfaat bagi kelancaran pelaksanaan tugas pemerintah dan sesuai dengan aturan yang terkait dengan pengadaan barang atau jasa

Penelitian dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif yang pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan merupakan sebuah pilihan bagi peneliti untuk digunakan dalam melakukan penelitian. Dari penelitian ini tentang Pengendalian Persediaan Tiket Berhadiah dengan Metode Economic Order Quantity (EOQ) peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Alasan penggunaan pendekatan kualitatif untuk memahami fenomena atau gejala sosial dengan lebih menitik beratkan pada gambaran yang lengkap tentang fenomena yang dikaji yakni pengendalian persediaan tiket berhadiah dengan metode economic order quantity (EOQ). Sedangkan metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu menggunakan teknik observasi langsung ke PT Trans Rekreasindo, kemudian wawancara dengan *key informan* Ibu Kesy Elisabeth sebagai *Site Coordinator*, Bapak Abdurahman sebagai *HR Finance staff* dan Bapak Yusvi Avan sebagai *Store Keeper* serta melakukan dokumentasi berupa data-data perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari Divisi *HR Finance* hasil pengumpulan data observasi, dokumentasi serta melakukan wawancara dengan *key informan* Ibu Kesy Elisabeth sebagai *Site Coordinator*, Bapak Abdurahman sebagai *HR Finance staff* dan Bapak Yusvi Avan sebagai *Store Keeper* karyawan pada PT Trans Rekreasindo.

Data Penggunaan Tiket Berhadiah

Berdasarkan penggunaan tiket yang sudah berjalan pada tahun 2019 PT Trans Rekreasindo melakukan rekapitulasi data penggunaan tiket dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1. Data Penggunaan Tiket Berhadiah PT Trans Rekreasindo 2019.

Penggunaan Tiket Berhadiah 2019		
No.	Bulan Penggunaan	Jumlah Tiket Terpakai
1	Januari	2,050,000
2	Februari	1,950,000
3	Maret	1,950,000
4	April	1,900,000
5	Mei	1,950,000
6	Juni	2,200,000
7	Juli	2,000,000
8	Agustus	1,900,000
9	September	1,950,000
10	Oktober	1,900,000
11	November	2,000,000
12	Desember	2,300,000
Total Penggunaan 2019		24,050,000
Rata-Rata		2,004,167

Terjadi kenaikan penggunaan tiket berhadiah yang signifikan pada bulan Juni dan Desember dikarenakan bulan Juni adalah bulan libur kenaikan sekolah dan bulan Desember adalah libur akhir tahun,

maka terjadi kenaikan penggunaan tiket berhadiah yang cukup signifikan dibandingkan bulan lainnya. Rata-rata penggunaan tiket berhadiah pada PT Trans Rekreasindo yaitu sebesar 2,004,167 tiket. Berdasarkan pembelian tiket yang sudah berjalan pada tahun 2019 PT Trans Rekreasindo melakukan rekapitulasi data pembelian tiket dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 2. Data Perbandingan Pembelian & Penggunaan Tiket Berhadiah PT Trans Rekreasindo 2019

Perbandingan Pembelian & Penggunaan Tiket Berhadiah 2019			
No.	Bulan Pembelian	Jumlah Beli Tiket	Jumlah Penggunaan
1	Januari	2,000,000	2,050,000
2	Februari	2,000,000	1,950,000
3	Maret	2,000,000	1,950,000
4	April	2,000,000	1,900,000
5	Mei	2,000,000	1,950,000
6	Juni	2,000,000	2,200,000
7	Juli	2,000,000	2,000,000
8	Agustus	2,000,000	1,900,000
9	September	2,000,000	1,950,000
10	Oktober	2,000,000	1,900,000
11	November	2,000,000	2,000,000
12	Desember	2,000,000	2,300,000
Total 2019		24,000,000	24,050,000

Berdasarkan data pembelian dan penggunaan tiket berhadiah yang didapat menunjukkan bahwa PT Trans Rekreasindo secara rutin melakukan pembelian setiap bulan sebanyak 2.000.000 tiket dengan total pembelian dalam satu tahun yaitu 24.000.000 tiket dan tabel diatas menunjukkan total penggunaan tiket berhadiah sebesar 24,050,000 membuktikan bahwa tiket berhadiah pada tahun 2019 mengalami kekurangan tiket sebanyak 50.000 tiket.

Biaya Pengadaan Tiket Berhadiah

Tabel 3. Data Biaya Satu Kali Pemesanan Tiket Tahun 2019

Biaya Satu Kali Pemesanan Tiket Periode 2019		
No.	Jenis Biaya	Jumlah Beli Tiket
1	Biaya 10 Box Tiket	Rp9,800,000
2	Biaya Kirim 10 Box Tiket	Rp150,000
3	Biaya Angkut 10 Box Tiket	Rp50,000
Total		Rp 10,000,000

Dari tabel diatas dapat diuraikan bahwa biaya harga beli tiket untuk 10 box tiket (2.000.000 unit) sebesar Rp. 9.800.000, biaya kirim untuk 10 box (2.000.000 unit) sebesar Rp. 150.000 dan biaya angkut untuk 10 box tiket (2.000.000 unit) sebesar Rp. 50.000 maka biaya pemesanan untuk 10 box tiket berhadiah yaitu sebesar Rp 10.000.000 per satu kali pesan.

Tabel 4. Data Biaya Penanganan Tiket Tahun 2019

Biaya Penanganan Tiket Berhadiah Periode 2019		
Kebutuhan 1 Tahun	Biaya Penanganan/tiket	Biaya Penanganan 1 Tahun
24,000,000	Rp 0.000005	Rp 120

Tabel diatas dapat diuraikan bahwa biaya penanganan tiket berhadiah per 1 buah tiket yaitu sebesar Rp 0.000005, maka jika dikalikan dengan kebutuhan tiket 1 tahun sebanyak 24.000.000 tiket yaitu sebesar Rp. 120.

Perhitungan Economic Order Quantity (EOQ)

Berdasarkan data yang didapatkan melalui Finance PT Trans Rekreasindo pada tahun 2019 didapatkan data sebagai berikut :

- S (total penggunaan dalam unit per satu tahun): 24.000.000 unit
- O (biaya pesanan per sekali pesan): Rp. 10.000.000
- C (biaya penanganan): Rp. 120

Setelah diketahui hal diatas, besarnya pembelian yang ekonomis menggunakan metode *Economic Order Quantity (EOQ)* adalah sebagai berikut :

$$Q : \sqrt{\frac{2 \times S \times O}{C}}$$

$$: \sqrt{\frac{2 \times 24.000.000 \times 10.000.000}{120}}$$

$$: \sqrt{4.000.000.000.000}$$

: **2.000.000 unit.**

Maka besar nilai pembelian tiket berhadiah yang ekonomis berdasarkan perhitungan *Economic Order Quantity (EOQ)* adalah sebesar 2.000.000 unit tiket per satu kali pesan.

Perhitungan Frekuensi Pemesanan

Berdasarkan data periode tahun 2019 di dapatkan data sebagai berikut :

- S (total penggunaan dalam unit per satu tahun) : 24.000.000 unit

b. Q (jumlah pesanan ekonomis dalam unit)
 :2.000.000 unit

: Rp. 120.000.000

Setelah diketahui hal diatas, besarnya frekuensi pembelian tiket berhadiah dengan menggunakan metode *Economic Order Quantity(EOQ)* adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Frekuensi pemesanan} &: \frac{S}{Q} \\ &: \frac{24.000.000}{2.000.000} \\ &: \mathbf{12 \text{ kali.}} \end{aligned}$$

Maka frekuensi yang tepat untuk pembelian tiket berhadiah yaitu sebanyak 12 kali pemesanan.

Menghitung Biaya Pemesanan 1 Tahun

Berdasarkan data periode tahun 2019 di dapatkan data sebagai berikut :

- a. Biaya per satu kali pesan : Rp. 10.000.000
- b. Frekuensi pemesanan : 12 kali

Setelah diketahui hal diatas, besarnya biaya pemesanan tiket berhadiah dengan menggunakan metode *Economic Order Quantity(EOQ)* adalah sebagai berikut :

Biaya Pemesanan 1 Tahun : biaya persatu kali pesan × frekuensi pemesanan

$$: \text{Rp. } 10.000.000 \times 12$$

Maka biaya pemesanan 1 tahun untuk tiket berhadiah yaitu sebesar Rp. 120.000.000 dengan pemesanan tiket sekali pesan sebesar Rp. 10.000.000 (2.000.000 unit tiket) dalam 12 kali pemesanan.

Menghitung Safety Stock

Berikut adalah perhitungan *Safety Stock* : $Z \times SD$

Z : Standar normal deviasi (Standar Level)

SD : Standar Deviasi

Dalam menghitung persediaan pengaman (*Safety Stock*) digunakan metode statistik dengan membandingkan rata-rata bahan baku dengan pemakaian bahan baku yang sesungguhnya kemudian dicari penyimpangannya. Perhitungan standar deviasi dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 5. Tabel Perhitungan Standar Level

STANDAR LEVEL	
Persentase	Kesetaraan
95%	1.645
96%	1.751
97%	1.881
98%	2.054
99%	2.326
100%	7.941

Tabel 6. Tabel Perhitungan Standar Deviasi Tahun 2019

Bulan	Penggunaan 2019 x	Rata-rata Penggunaan (\bar{x})	$(x - \bar{x})$	$(x - \bar{x})^2$
1	2,050,000	2,004,167	45,833	2,100,694,444
2	1,950,000	2,004,167	-54,167	2,934,027,778
3	1,950,000	2,004,167	-54,167	2,934,027,778
4	1,900,000	2,004,167	-104,167	10,850,694,444
5	1,950,000	2,004,167	-54,167	2,934,027,778
6	2,200,000	2,004,167	195,833	38,350,694,444
7	2,000,000	2,004,167	-4,167	17,361,111
8	1,900,000	2,004,167	-104,167	10,850,694,444
9	1,950,000	2,004,167	-54,167	2,934,027,778
10	1,900,000	2,004,167	-104,167	10,850,694,444
11	2,000,000	2,004,167	-4,167	17,361,111
12	2,300,000	2,004,167	295,833	87,517,361,111
Jumlah				172,291,666,667

Perhitungan Standar Deviasi :

$$SD : \sqrt{\frac{\sum(x - \bar{x})^2}{n}}$$

$$SD : \sqrt{\frac{172,291,666,667}{12}}$$

$$SD : \sqrt{14,357,638,889}$$

SD : 119.823,4

Berikut adalah perhitungan *Safety Stock* :

Dengan menggunakan perkiraan atau asumsi bahwa perusahaan memenuhi permintaan sebanyak 95% dan persediaan cadangan 5%, maka diperoleh Z : 95% atau setara dengan 1,645 standar level normal dari rata-rata.

Perhitungan *Safety Stock* :

$$\begin{aligned} \text{Safety Stock} &: Z \times SD \\ &: 1,645 \times 119.823,4 \\ &: \mathbf{197.110 \text{ Tiket}} \end{aligned}$$

Maka berdasarkan perhitungan dari pengolahan data diatas diketahui bahwa *safety stock* atau persediaan pengamanan yang harus disediakan sebesar 197.110 Tiket setiap bulannya atau jika dilakukan pembulatan yaitu sebesar 200.000 tiket per bulan.

Menghitung Reorder Point (ROP)

Jika dihitung dengan rumus *Reorder Point (ROP)* di dapatkan data sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Lead Time} &: 7 \text{ Hari} \\ \text{Penggunaan Tiket 1 Tahun} &: 24.000.000 \text{ tiket (120 box)} \\ \text{Penggunaan Tiket Per Hari} &: \frac{24.000.000}{360} : 66.667 \text{ tiket} \\ \text{Perhitungan ROP} &: (\text{Penggunaan Tiket Per Hari} \\ &\times \text{Lead Time}) + \text{safety stok} \\ &: (66.667 \times 7) + 197.110 \\ &: \mathbf{663.779 \text{ tiket}} \end{aligned}$$

Maka berdasarkan perhitungan tersebut, dapat ditunjukkan bahwa perusahaan seharusnya melakukan pemesanan kembali pada saat persediaan gudang telah mencapai 663.779 tiket.

Perbandingan Kebijakan PT Trans Rekreasindo dengan metode EOQ

Dari hasil penerapan metode *EOQ* diatas penulis dapat mengetahui perbandingan kebijakan pengendalian persediaan PT Trans Rekreasindo dengan kebijakan metode *Economic Order Quantity*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 7. Tabel Perbandingan Kebijakan PT Trans Rekreasindo dengan metode *EOQ*

No.	Keterangan	Kebijakan Kidcity Cempaka Mas	Metode EOQ
1	Pembelian Tiket sekali Pesan	2.000.000	2.000.000
2	Frekuensi Pemesanan	12	12
4	Safety Stock	-	197.110 tiket
5	Reorder Point	-	466.669 tiket

Tabel diatas dapat dilihat bahwa kebijakan PT Trans Rekreasindo dalam pelaksanaan pengendalian persediaan tiket berhadiah belum sepenuhnya menerapkan metode *EOQ*. PT Trans Rekreasindo hanya menerapkan jumlah pembelian ekonomis tiket berhadiah sebesar 2.000.000 unit tiket, dan frekuensi pemesanan pertahun sebanyak 12 kali. Sementara PT Trans Rekreasindo tidak menerapkan *safety stock* yang jika dihitung dengan metode *EOQ* yaitu sebanyak 197.110 tiket dan *reorder point* sebanyak 466.669 tiket.

Kendala Pelaksanaan Rekrutmen

Adapun kendala yang dihadapi dalam pengelolaan pengendalian persediaan tiket berhadiah pada PT Trans Rekreasindo yaitu :

1. Pengeluaran tiket hadiah yang tidak stabil menyebabkan estimasi persediaan tiket tahun 2019 tidak sesuai dan tidak diterapkannya metode *safety stock* dan *reorder point (ROP)* menyebabkan sering terjadi kekurangan stok tiket.
2. *Sistem server error* menyebabkan aplikasi *transbrowser* tidak dapat digunakan sehingga proses pengolahan data pengadaan persediaan tiket terhambat.

Berikut adalah solusi dalam penanganan kendala yang terjadi di PT Trans Rekreasindo Jakarta yaitu :

1. Solusi yang telah dilakukan PT Trans Rekreasindo saat terjadi kekurangan stok tiket yaitudengan melakukan permintaan tiket pada gudang pusat atau *general warehouse*. Karena fungsi *general warehouse* sendiri yaitu sebagai gudang cadangan umum yang harus menyediakan dan memberikan kebutuhan-kebutuhan yang bersifat genting pada cabang jika mengalami kekurangan stok.
2. Sementara untuk solusi saat *server error* yaitu *IT Staff* akan melaporkan kejadian *error* tersebut kepada IT pusat untuk dapat diperbaiki, waktu

perbaikan *server* yang *error* pun tidak dapat ditentukan berapa lama penyelesaiannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada PT Trans Rekreasindo mengenai pengelolaan pengendalian persediaan tiket berhadiah berdasarkan metode *EOQ*, maka penulis dapat memberikan kesimpulan yaitu PT Trans Rekreasindo telah melakukan pembelian tiket berhadiah yang ekonomis berdasarkan perhitungan *Economic Order Quantity (EOQ)* yaitu sebesar 2.000.000 tiket (10 box tiket) per satu kali pesan. Frekuensi pemesanan tiket berhadiah yang dilakukan PT Trans Rekreasindo sudah sesuai dengan perhitungan frekuensi pemesanan yaitu sebanyak 12 kali pemesanan dalam satu tahun. Biaya pemesanan pada PT Trans Rekreasindo selama 1 tahun untuk tiket berhadiah yaitu sebesar Rp. 120.000.000 dengan pemesanan tiket sekali pesan sebesar Rp. 10.000.000 (2.000.000 unit tiket) dalam 12 kali pemesanan. PT Trans Rekreasindo tidak menerapkan perhitungan *safety stock* dan *reorder point* sehingga sering kali mengalami kekurangan tiket. Dalam pelaksanaan pengolahan data pengadaan persediaan tiket berhadiah sering terjadi *error server* yang menyebabkan aplikasi *transbrowser* tidak dapat digunakan sehingga proses pengolahan data pengadaan persediaan tiket terhambat.

Berdasarkan kesimpulan diatas penulis dapat memberikan usulan PT Trans Rekreasindo sebagai berikut, sebaiknya PT Trans Rekreasindo menerapkan perhitungan *safety stock* atau stok pengaman yaitu sebesar 197.110 tiket dan juga perlu menerapkan *reorder point* sehingga perusahaan harus melakukan pemesanan bahan baku kembali saat persediaan bahan baku berada pada tingkat jumlah stok sebesar 663.779 tiket. Hal ini perlu diterapkan agar tidak terjadi kekurangan tiket berhadiah di kemudian hari. Perlu ditingkatkannya kualitas *server* dengan cara melakukan *upgrade* kapasitas *server* yang lebih tinggi pada PT Trans Rekreasindo agar koneksi selalu lancar dan tidak mengalami *error*, sehingga aplikasi *transbrowser* dapat selalu digunakan setiap saat tanpa adanya kendala dan kegiatan pengelolaan persediaan tiket berhadiah berjalan dengan baik dan lancar.

REFERENSI

- Anwar, M. (2019). Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan. Jakarta : Kencana.
- Efendi, J., Hidayat, K., & Faridz, R. (2019). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Kerupuk Mentah Potato dan Kentang Keriting Menggunakan Metode Economic Order Quantity (EOQ). Media Ilmiah Teknik Industri, 18(2), 125–134.
- Herjanto, E. (2015). Manajemen Operasi. Jakarta : Grasindo.
- Martono, R. V. (2018). Manajemen Logistik. Jakarta : PT. Gramedia.
- Mulyono, S. (2017). Riset Operasi. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Perpres, R. (2015). Peraturan Presiden No 4 Tahun 2015 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.
- Yuliana, C., Topowijoyo, & Sudjana, N. (2016). Penerapan Model EOQ (Economic Order Quantity) Dalam Rangka Meminimumkan Biaya Persediaan Bahan Baku (Studi Pada UD. Sumber Rejo Kandangan-Kediri). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 36(1), 1–9.

MENANGANI KEBERSIHAN AREA KITCHEN DAN KELENGKAPAN ALAT-ALAT MEMASAK DI HOTEL BEST WESTERN PREMIER

Nova Yudha Andriansyah Putra¹; Audi Widyarini²

Program Studi Perhotelan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusa Mandiri

<https://nusamandiri.ac.id>

nova.noy@nusamandiri.ac.id, audiwidyarini342@gmail.com

Abstract— *In processing food to achieve speed and accuracy of kitchen operations, it will be supported by kitchen equipment. In achieving a goal of increasing the stability of employee productivity, by equipping a supporting and adequate equipment. Considering that kitchen operations must run smoothly, the role of a tool is very important in the production process where the production value is seen from the perfection of the equipment. Damage to equipment is caused by the weakness of its users, for that equipment must be maintained and maintained properly so as not to experience severe damage that will hamper various activities in the kitchen. The data collection method used is descriptive qualitative and direct practice to the workplace. Kitchen employees who are implementers of the food processing production system in using the equipment, should be considered for operating it. It is very important for employees to understand the equipment, both large and small, and how to use it properly and the function of each of these equipment. Based on the results of observations, interviews, and questionnaires conducted by the author at Best Western Premier Hive.*

Keywords: *Kitchen, cooking utensils.*

Abstrak—*Dalam mengolah makanan untuk mencapai kecepatan dan ketepatan operasional kitchen, akan didukung dengan adanya peralatan dapur. Dalam mencapai suatu tujuan meningkatkan stabilitas produktivitas karyawan, dengan melengkapi sebuah peralatan yang mendukung dan memadai. Mengingat operasional dapur harus berjalan dengan lancar, peran suatu alat sangat penting dalam proses produksi dimana nilai produksi dilihat dari kesempurnaan peralatan. Kerusakan peralatan disebabkan karena kelemahan para penggunanya, untuk itu peralatan harus dijaga dan dipelihara dengan baik agar tidak mengalami kerusakan parah yang akan menghambat berbagai aktifitas di dalam dapur. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan langsung melakukan praktik ke tempat kerja. Karyawan dapur yang merupakan pelaksana sistem produksi pengolahan makanan dalam menggunakan peralatan, harus dipertimbangkan untuk mengoperasikannya. Sangat dibutuhkan pemahaman para karyawan tentang peralatan baik peralatan besar maupun kecil, dan cara menggunakannya dengan benar serta fungsi dari masing-masing peralatan tersebut. Berdasarkan hasil dari observasi, wawancara, dan kuesioner yang dilakukan penulis di Best Western Premier Hive.*

Kata Kunci: *Kitchen, peralatan memasak.*

PENDAHULUAN

menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan pembangunan nasional. Pariwisata mempunyai peranan yang sangat penting baik di masa kini maupun dimasa yang akan datang. Salah satu kebutuhan industri pariwisata yang menjanjikan adalah kebutuhan akan kuliner. Hal ini membuat hotel-hotel saat ini untuk memenuhi kebutuhan wisatawan menghadirkan berbagai masakan di kitchen atau dapur hotel untuk memenuhi kebutuhan serta mengikuti perkembangan.

Sebuah hotel yang memiliki fasilitas unggulan pasti memiliki dapur yang sangat memadai. Peralatan dapur di hotel masa kini perlu diperhatikan tidak boleh sembarangan. Hotel yang memiliki fasilitas bagus tentunya menyediakan perlengkapan dapur yang memiliki kualitas tinggi. Peralatan dapur yang erpedia atau ada pada hotel tentunya berbeda dengan peralatan yang ada pada dapur rumah, Pada umumnya peralatan yang ada di dapur hotel ini lebih besar serta menggunakan teknologi yang lebih canggih karenausaha dalam hotel tak hanya menyangkut segi penyediaan penginapan bagi pelanggan melainkan juga mencakup industri

jasa boga untuk menyediakan makanan bagi tamu.

Gambaran umum awalnya fungsi hotel hanyalah digunakan sebagai tempat tinggal sementara bagi para tamu yang ingin menyewa kamar hotel ketika berada di luar kota. Saat itu hotel tidak menyediakan fasilitas makanan dan minuman bagi tamunya, jadi pendapatan paling utama dari hotel ketika itu hanya berasal dari jasa penyewaan kamar saja.

Seiring berjalannya waktu dan berkembangnya dunia perhotelan, usaha ini pun mulai melebarkan sayapnya di bidang industri jasa boga. Guna menambah fasilitas bagi para tamu agar memudahkan mereka dalam kebutuhan konsumsi. Semakin berkembangnya jasa ini, rupanya cukup menghasilkan keuntungan yang menjanjikan, maka dari itu pengelola hotel kini semakin profesional dalam penyediaan makanan dan minuman.

Dalam mengolah makanan untuk mencapai kecepatan dan ketepatan operasional dapur, akan didukung dengan adanya peralatan dapur. Pengertian dari peralatan dapur menurut Safari dalam [1] membagi menjadi 2 kelompok, yaitu:

1. Kitchen utensil yaitu peralatan dapur yang kecil dan mudah untuk dipindah-pindahkan. Kitchen utensil dibagi menjadi:
 - a) *Cooking utensil seperti Sautoir, Roasting Pan, Frying Pan, Roasting Pan, Pan, Spatula and Baking Tray.*
 - b) *Cutting utensil yaitu Knife, Bone Chopper, Fish Scissor, Vegetable Cutter, Butcher Saw.*
 - c) *Auxiliary/Additional utensil seperti colander, Milk Jug, Strainer, Container dan tray.*
2. Kitchen Equipment, yaitu peralatan dapur yang besar dan berat, sulit untuk dipindah-pindahkan dan memerlukan instalasi khusus. Kitchen equipment dikelompokkan menjadi:
 - a) *Large Kitchen Equipment seperti Sink, Fish Fryer, Oven, Stoves, Boiler dan Steamer.*
 - b) *Mechanical Equipment, misalnya Meat Slicer, Potato Peeler, Chopper, Scale, Griller.*
 - c) *Chilling/Freezing Equipment seperti Chiller/Refrigerator, Reach-in Refrigerator, Walk-in Refrigerator.*

Alasan penulis memilih di Hotel Best Western Premier The Hive sebagai tempat penelitian adalah karena hotel tersebut sudah menjadi hotel bintang 5 harapannya adalah untuk dapat berkontribusi & menerapkan pengetahuan yang didapat pada bangku kuliah pada perusahaan yang akan sangat membantu performansi penulis dan pembaca.

BAHAN DAN METODE

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan langsung melakukan praktik ke tempat kerja yakni dengan mengirim mahasiswa *On The Job Training* (OJT) di hotel Best Western Premier Hive, agar data yang diperoleh akurat serta mahasiswa mendapatkan ilmu yang diperoleh lebih banyak dan lebih paham agar bisa menjadi professional.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif memiliki kegunaan antara lain untuk memahami interaksi sosial dan memahami perasaan orang yang sulit untuk dimengerti [2]. Denzin dan Lincoln yang dikutip oleh Moleong mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian dengan menggunakan latar belakang alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi [3].

Moleong mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah [3]. Sedangkan menurut Sugiyono metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi subjek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna dari pada generalisasi [2].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Best Western dimulai beberapa tahun setelah berakhirnya Perang Dunia II. Pada saat itu, sebagian besar hotel merupakan properti besar di perkotaan maupun hotel kecil yang dimiliki oleh keluarga. Di California, sebuah jaringan operator hotel independen mulai membuat sistem rujukan antar hotel untuk para penginap. "Sistem rujukan" ini berupa telepon antara satu hotel ke hotel lain.

Jaringan kecil dan informal ini kemudian tumbuh menjadi merek hotel Best Western modern yang didirikan oleh M.K. Guertin pada tahun 1946. Best Western Plus di Hong Kong Nama "Best Western" berasal dari fakta bahwa sebagian besar hotel yang dikelola berada di barat Sungai Mississippi di Amerika Serikat.

Hingga tahun 1962, Best Western hanya melayani pemesanan kamar hotel di Amerika

Serikat, dan pada tahun 1963, merupakan merek motel terbesar di industrinya dengan 699 properti dan 35.201 kamar. Dari tahun 1946 hingga 1964, Best Western memiliki kemitraan pemasaran dengan Quality Courts, jaringan hotel yang kini dikenal sebagai Quality Inns, yang sebagian besar propertinya terletak di timur Sungai Mississippi, sehingga tidak berkompetisi secara langsung dengan Best Western. Kemitraan ini tidak terlalu sukses, sehingga kemudian dibubarkan. Pada tahun 1964, Best Western meluncurkan upaya ekspansi ke timur Sungai Mississippi dengan merek "Best Eastern", namun logonya sama seperti "Best Western." Pada tahun 1967, merek "Best Eastern" dihapus dan semua motel menggunakan nama "Best Western". Langkah ini pun makin memperkuat merek yang sudah terkenal, dan akhirnya berhasil menjadi "Jaringan Hotel Terbesar di Dunia" pada dekade 1970-an.

Logo "Gold Crown" Best Western diperkenalkan pada tahun 1964 dan terus digunakan dengan beberapa perubahan kecil hingga 32 tahun kemudian, saat diganti dengan logo baru pada tahun 1996. Pada tahun 2015, Best Western memperkenalkan serangkaian logo baru, menggantikan logo lama dan menambahkan logo untuk Best Western Plus dan Best Western Premier. Best Western membeli WorldHotels pada bulan Februari 2019, menambahkan sekitar 300 hotel ke jaringannya

Dalam mencapai suatu tujuan meningkatkan stabilitas produktifitas karyawan, dengan melengkapi sebuah peralatan yang mendukung dan memadai. Mengingat operasional dapur harus berjalan dengan lancar, peran suatu alat sangat penting dalam proses produksi dimana nilai produksi dilihat dari kesempurnaan peralatan. Kerusakan peralatan disebabkan karena kelemahan para penggunanya, untuk itu peralatan harus dijaga dan dipelihara dengan baik agar tidak mengalami kerusakan parah yang akan menghambat berbagai aktifitas di dalam dapur. Karyawan dapur yang merupakan pelaksana sistem produksi pengolahan makanan dalam menggunakan peralatan, harus dipertimbangkan untuk mengoperasikannya. Sangat dibutuhkan pemahaman para karyawan tentang peralatan baik peralatan besar maupun kecil, dan cara menggunakannya dengan benar serta fungsi dari masing-masing peralatan tersebut. Berdasarkan hasil dari observasi, wawancara, dan kuesioner yang dilakukan penulis di Best Western Premier Hive adalah sebagai berikut.

Untuk upaya memenuhi kebutuhan tamu Best Western Premier Hive dalam pengelolaan dapur menangani secara serius karena menurut

Chef executive Rizaldo hal ini dapat mencerminkan citra hotel. Pengelolaan dapur yang baik menunjukkan komitmen manajemen hotel dalam upaya menyiapkan pelayanan terbaik untuk tamunya. Melalui dapur dapat disajikan makanan berkualitas di Best Western Premier Hive dan menarik minat tamu untuk menikmatinya. Dan pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan hotel.

Fungsi dan peranan kitchen di Hotel Best Westren Premier The Hive Cawang, Jakarta Timur adalah sebagai sebuah ruangan untuk pengelolaan makanan dan minuman di hotel maka fungsi kitchen sangat penting, yaitu sebagai:

1. Pusatnya makanan berawal dan berakhir. Tempatnya bahan- bahan pangan diolah hingga dihias untuk lebih menarik tampilan.
2. Media perkenalan budaya bangsa, yang berupa sajian kuliner nusantara. Tujuannya agar lebih dikenal oleh mancanegara.
3. Dapur sebagai tempat untuk eksperimen untuk menghasilkan resep-resep baru.
4. Dapur juga sebagai alat tolak ukur kualitas hotel melalui pengelolaan makanan dan penyajiannya.

Sementara untuk peranan kitchen di hotel Best Westren Premier adalah kitchen memiliki peranan yang sangat penting di sebuah hotel. Mereka memiliki pengaruh yang besar terhadap pendapatan hotel. Bahkan hotel sangat mengandalkan olahan makanan dari dapur untuk menarik banyak tamu.

Menjaga kebersihan menjadi hal yang sangat penting sekali dalam pengelolaan dapur. Beberapa hal yang menjadi sangat penting untuk dijaga kebersihannya adalah :

1. Karyawan dapur
Karyawan diwajibkan bertanggung jawab dalam menentukan kebersihan tempat kerja maupun kerapian diri sewaktu memakai pakaian kerja atau memasak.
2. Produk yang dihasilkan dari kitchen
Seorang Chef untuk menghasilkan suatu makanan yang bersih dan aman untuk dikonsumsi dengan menjaga kebersihan diri, pakaian, bahan makanan karena bakteri ada di mana-mana udara dan tubuh.
3. Bahan Mentah
Bahan mentah (Raw Material) menjadi makanan siap dimakan (Ready to eat) haruslah bahan yang masih segar, bersih dan terjamin kesehatannya. Dengan sistem penyimpanan memenuhi syarat dan ketentuan seperti suhu udara, kebersihan tempat dan ruang penyimpanan.
4. Perlengkapan/Peralatan yang digunakan

Peralatan dan perlengkapan pun harus bersih karena peralatan dan perlengkapan mutlak diperlukan untuk memproduksi makanan.

5. Lingkungan/area kitchen

Lingkungan yang bersih merupakan satu faktor yang penting untuk mencegah kontaminasi bakteri.

Upaya yang dilakukan oleh Hotel Best Western Premier The Hive adalah selalu menjaga kualitas makanan dengan memperhatikan kebersihan area kitchen. Kebersihan salah satunya adalah bahan baku dengan cara melakukan first in first out atau FIFO merupakan singkatan dari first in first out atau dalam bahasa indonesia adalah bahan baku makanan yang pertama kali masuk akan dikeluarkan terlebih dahulu, hal ini menjelaskan bahwa bahan baku makanan yang pertama kali masuk itulah yang pertama kali dicatat dari nama bahan baku, tanggal masuk dan tanggal kadaluarsa. Bahan baku makanan akan disimpan ke dalam chiller pada urutan terbelakang, setiap pengambilan bahan baku makanan secara otomatis bahan baku yang dibelakangkan maju dan dicatat pengambilannya pada form list.

Serta selalu mengadakan training atau pelatihan, hal ini membuat setiap yang bekerja di area kitchen Best Western Premier Hive memiliki kesadaran akan kebersihan area kitchen merupakan hal yang penting. Serta selalu menjaga kebersihan dan kerapihan area dapur seperti selalu membersihkan kitchen sebelum dan sesudah beraktifitas dari mulai membersihkan cutting board, wastafel, chiller atau pendingin makanan, menyapu dan mengepel lantai.

Dan selalu menjaga kebersihan diri sendiri dalam melakukan operasional sehari-hari di kitchen, seperti menggunakan pakaian yang safety untuk berada di kitchen, menggunakan pakaian yang bersih, rapih, dan wangi, dan selalu memotong kuku, dan tidak lupa selalu mencuci tangan saat sebelum dan sesudah beraktifitas di kitchen. Kemudian hotel juga harus menyediakan dan melengkapi alat-alat memasak dari mulai jumlah kompor yang banyak, alat-alat memasak yang lengkap dan berjumlah lebih dari satu, serta alat memasak khusus seperti blender, microwave, mixer roti, oven dan chiller harus

dalam keadaan baik dan berjumlah banyak, sebab berguna untuk efisiensi waktu dalam membuat makanan.

Dengan adanya upaya-upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan operasional kitchen di hotel Best Western Premier TheHive Cawang, Jakarta Timur yang mampu menarik minat tamu hotel dalam menikmati olahan-olahan makanan yang ada di hotel.

KESIMPULAN

Hotel Best Western Premier Hive setelah dilakukan penelitian selama 6 bulan oleh mahasiswa perhotelan dapat disimpulkan bahwa hotel tersebut telah melakukan standar yang baik dalam menangani kebersihan area kitchen dan peralatannya. Hal tersebut dapat dilihat dalam bagaimana pelaksanaan, prosedur dan pengawasan dapat menghasilkan untuk pencegahan kontaminasi bakteri. Adapun tujuan dari prosedur tersebut adalah Untuk upaya memenuhi kebutuhan tamu Best Western Premier Hive. Melalui dapur dapat disajikan makanan berkualitas di Best Western Premier Hive dan menarik minat tamu untuk menikmatinya. Dan pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan hotel.

REFERENSI

- [1] Z. Rohmatiyah, "Pemeliharaan peralatan dapur di restoran suis butcher setiabudhi bandung," Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, Bandung, 2016.
- [2] S. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- [3] L. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdikarya, 2009.

User Experience Sebagai Media Manajemen Validasi atas Kebutuhan User

Bobby Suryo Prakoso¹; Johan Hendri Prasetyo²; Luky Febrianto³; Gani Wiharso⁴; Rizky Ade Safitri⁵

Program Studi Bisnis Digital dan Fakultas Ekonomi Bisnis
Univeritas Nusa Mandiri
<https://nusamandiri.ac.id>

bobby.byp@nusamandiri.ac.id, johan.jnp@nusamandiri.ac.id, luky.lfb@nusamandiri.ac.id,
gani.gwr@nusamandiri.ac.id, rizky.rzs@nusamandiri.ac.id

Abstract— Based on the results of the current use of e-commerce, it cannot be separated from how the perceptions of product designer actors in mapping the story of the user experience that will become the target. Where it is also used as a validation medium for digital products that will be accepted by the target user. The purpose of the research is to find out if the validation is done to answer user needs and can be used as a reference for program development. Then the research method used is to use the concepts in user research, namely Ideation, Story Mapping and the user requirement matrix used in the usability test. In conducting the test, two usability test methods are used, including the Moderate Usability Test and the Unmoderate Usability Test, where the difference is in mentoring and without assistance, to get accurate results. Based on the results obtained for what was done, it was found that the implementation of user research by mapping user needs and outlined in the definition and ideation method, can answer the validation needs of user needs before the application is developed by the programmer engineer, and allows to reduce the potential for failure because it is not answer the needs of users, with the results of the usability test obtained no major findings.

Keywords: User Experience, Validation, Research.

Abstrak— Berdasarkan hasil penggunaan *ecommerce* saat ini tidak terlepas dari bagaimana persepsi para pelaku *product designer* dalam memetakan *story* atas *user experience* akan menjadi target. Dimana hal tersebut juga digunakan sebagai media validasi atas *product* digital yang akan diterima oleh target *user*. Yang mana tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui akan validasi yang dilakukan menjawab kebutuhan pengguna dan bisa menjadi acuan untuk *development* program. Lalu dalam metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan konsep dalam *user researce* yaitu *Ideation*, Pemetaan *Story* dan *matrix* kebutuhan akan pengguna yang digunakan dalam *usabality test*. Dalam melakukan test menggunakan dua metode *usability test* diantaranya *Moderate Usability Test* dan *Unmoderate Usability Test*, yang perbedaannya terdapat pada pendampingan dan tanpa pendampingan, untuk mendapatkan hasil yang akurat. Berdasarkan hasil yang didapatkan atas penelitian yang dilakukan maka yang ditemukan adalah penerepan atas *user research* dengan memetakan kebutuhan pengguna dan dituangkan dalam metode definisi dan *ideation*, dapat menjawab kebutuhan validasi atas kebutuhan pengguna sebelum aplikasi di develop oleh *programmer Engineer*, dan memungkinkan untuk menurunkan potensi kegagalan karena tidak menjawab kebutuhan pengguna, dengan hasil dari *usability test* yang didapatkan tidak ditemukan *major finding*.

Kata Kunci: User Experience, Validasi, Research

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan teknologi informasi dan internet yang sangat cepat semakin menyediakan kemudahan bagi manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup. Di era digital, teknologi mendorong orang untuk melakukan sesuatu aktivitas dan bertransaksi secara *online* karena dinilai lebih efektif dan efisien dari segi waktu, biaya, atau lokasi, serta lebih mudah dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Teknologi internet semakin maju dan berkembang yang bisa memberikan dunia baru untuk Publik.

Penggunaan media internet secara signifikan membantu orang untuk mendapatkan informasi tanpa harus bertemu secara fisik, berilah kemudahan interaksi langsung, termasuk memberikan ruang bagi konsumen untuk menyampaikan pendapat, dan pendapat yang berkaitan dengan produk, sehingga memungkinkan perusahaan untuk untuk

menjangkau khalayak luas mungkin dan menggunakan internet sebagai media promosi (Chan & Ngai, 2011). Pada tahun 2017 di Indonesia, jumlah pengguna internet mencapai 143,26 juta orang atau setara dengan 54,68% dari jumlah penduduk Indonesia (Henri Kasyfi Soemartono, 2018). Pertumbuhan jumlah pengguna internet adalah mendorong persaingan untuk pembisnis untuk dapat memenangkan persaingan pasar, khususnya di bidang *e-commerce*. Randy Jusuf, Direktur Pelaksana Google Indonesia, memberikan presentasi tentang Gross Nilai Barang Dagangan atau GMV dari industri *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2018 yang mencapai USD 12,5 miliar (Anggraeni & Cahyani, 2018). Keadaan laporan *iPrice eCommerce* di akhir 2017 menyatakan bahwa negara Indonesia memiliki potensi tertinggi untuk transaksi elektronik (*e-commerce*) di Asia Tenggara, yaitu 87% dari total lalu lintas, sehingga menciptakan proses transaksi penjualan barang dan jasa dibuat secara online melalui *smartphone* dengan menggunakan model transaksi dalam bentuk *mobile payment* (BPS, 2017). Sistem pembayaran tanpa uang tunai di *e-commerce* dianggap memiliki beberapa keunggulan yang tidak dimiliki oleh transaksi konvensional, salah satunya dari segi kenyamanan diperoleh, manfaat dan nilai produk atau jasa dirasakan oleh konsumen sehingga mendorong konsumen beralih menggunakannya (Fahmi et al., 2018).

Berdasarkan hasil penggunaan *ecommerce* saat ini tidak terlepas dari bagaimana persepsi para pelaku *product designer* dalam memetakan *story* atas *user experience* yang akan menjadi target. Dimana hal tersebut juga digunakan sebagai media validasi atas *product digital* yang akan diterima oleh target *user* (Wiwesa, 2021).

Adapun dalam penentuan *user experience*, yang memungkinkan dalam proses mendokumentasikan hasil *user experience* dapat dibagi dalam beberapa hal dimana diantaranya

a. Internalisasi *Design Basics*

Memahami *design basics* berarti memahami prinsip-prinsip dasar pada desain; **Contrast**, **Repetition/ Rhythm**, **Alignment**, dan **Proximity**. Maupun juga elemen *visual* berupa **Fonts**, **Colors**, dan **Shapes**. Mempelajari hal ini sejak dini akan mempercepat proses belajar dan menguatkan skill dan cara berpikir tentang pengambilan keputusan saat mendesain. Mempelajari dasar *visual design*, kelihatan seperti kemunduran (karena mengulang yang sudah tahu).

b. Pahami Design Process, Principles, dan Cara Berkomunikasi.

Design process sejatinya yaitu runtutan aktivitas saat kita mendesain produk dari penelitian, perancangan hingga *testing* dan validasi. Setiap *designer* punya *design process* nya masing-masing sehingga proses bisa beragam. Namun ada pola yang selalu sama dan berulang yang bisa diambil. Ambil poin utamanya, lalu bebas modifikasi sesuai dengan kebutuhan Produk *designer* atau kebutuhan pengguna

Atas penjelasan point-point diatas, dapat diketahui diantaranya adalah penerapan *process*, *principles* dan cara berkomunikasi adalah hal penting dalam memahami kebutuhan pengguna. Jika kita detail dalam penerapan proses desain atau *design process* dapat terbagi menjadi beberapa alur kerja yang memungkinkan dapat diterapkan diantaranya :

a. *Research*

Ada banyak metode dalam *research*, namun penggunaan metode dalam *research* sendiri tidak dilakukan semua melainkan sesuai kebutuhan. Adapun yang dapat dilakukan diantaranya mencari tahu *domain knowledge* dan analisis pasar atau competitor.

b. *Wireframe*

Membuat *wireframe* berarti membuat kerangka dasar dalam desain. Kerangka ini bersifat *Low-fidelity* (ketelitian rendah). Adapun *High-fi* menjadi tujuan akhir penelitian. Namun pada *low-fi*, kita dapat menemukan kejelasan (*clarity*) dari alur kerja yang *product* kita ingin capai.

c. *Design*

Pada bagian *design*, dapat dijadikan *Usability* dan *Accesibility* sebagai sasaran utama penelitian. Setelah dua hal tersebut dapat terpenuhi, maka user dapat berkespresi sekreatif mungkin dalam sisi *aesthetic* dan *pleasure* (Savira, 2020).

d. *Prototyping*

Pada tahap ini user dapat membuat desain statis ke dalam bentuk *prototype* akan sangat membantu komunikasi dengan *developer*

mengenai ide dengan lebih *komprehensif* dan *tuh*

e. *Testing and launch*

Hasil *prototype* dapat digunakan untuk *testing*. *Testing* bertujuan untuk memvalidasi bahwa *desain* yang telah *user* selesaikan sudah sesuai dengan *goals* pengguna. Adapun hasil *testing* akan menentukan bagian mana dari desain *user* yang perlu diperbaiki, dioptimasi, atau bahkan dirubah sesuai dengan kebutuhan.

User testing dilakukan dengan berbagai cara, baik kualitatif maupun kuantitatif. Beberapa hal yang perlu pahami diantaranya:

- 1) *Usability testing*
- 2) *Focus group*
- 3) *Survey*
- 4) *Trends in data (Google Analytics dan sejenisnya)*
- 5) *A/B testing*

Pada kesempatan kali ini peneliti akan melakukan perbandingan berdasarkan beberapa faktor diantaranya empati yang didapat, penyelesaian masalah atas hasil *How Might We*, penjabaran ideasi atas hasil *prototype*, yang mana atas hasil validasi yang sudah dilakukan oleh *product designer* apakah menjawab hasil validasi kebutuhan dengan menggunakan penerapan *Usability testing* sebagai pembanding hasil *service blueprint, prototype* yang digunakan, setelah didapat hasil *usability test* maka dilakukan pembuktian, apakah *user experience* dapat memberikan kebutuhan atas *user*, dengan pembanding *usability test* penilaian pertama menggunakan *Moderate Usability Test* dan kedua menggunakan *Unmoderate Usability Test*. Objek penelitian akan dilakukan dengan salah satu *prototype app edutech - Futurecourse* yang sudah *publish* sebelumnya melalui *medium.com*.

BAHAN DAN METODE

Penelitian kali ini akan mengambil data detail dari *prototype* yang sudah *publish* secara massal pada *Medium.com* oleh Muhammad Verel arinzanoer, *prototype* yang dilakukan adalah menggunakan *Figma (UX case study — Futurecourse, 2022)*. *Prototype* yang ditampilkan adalah sebagai berikut :

Dengan memberikan *case study app Future Course* dengan panduan melalui *link* media, dengan menjelakan tentang *emphatize* atau empati terhadap pengguna, *define* atau definisi, *Ideate, Prototype*, dan proses *test* dengan pendampingan dan tanpa pendampingan

Dimana dalam penelitian ini akan melakukan uji ulang atas *prototype* yang telah digunakan oleh *user researcher* sebelumnya, untuk menjawab atas *story* yang tertuang apakah sudah menjawab atas kebutuhan pengguna.

1. *Moderate Usability test*

Moderate Usability test dilakukan dengan cara ditemani oleh moderator, yang akan melakukan panduan pada target partisipan penggunaanya.

2. *Unmoderate Usability test*

Unmoderate Usability test adapun pada *test* ini dilakukan dimana saja tanpa adanya moderator yang mendampingi proses *test* tersebut.

Poin yang akan diambil dalam proses ini adalah empati partisipan diantaranya terbagi menjadi dua macam diantaranya ialah:

1. *Kelompok Moderate Usability Test*

Tabel 1. *Kelompok Moderate Usability Test*

No	Nama	Pekerjaan	Umur	Kelamin
1	Indra	Pelajar	15	Pria
2	Indah	Mahasiswa	20	Wanita

2. *Kelompok Unmoderate Usability Test*

Tabel 2. *Kelompok Unmoderate Usability Test*

No	Nama	Pekerjaan	Umur	Kelamin
1	Farhan	Pelajar	15	Pria
2	Hansa	Mahasiswa	20	Wanita
3	Faradina	Mahasiswa	21	Wanita
4	Anjani	Pekerja	25	Wanita

Dengan detail *flow* yang akan digunakan adalah sebagai berikut :



Gambar 1. *Flow* penggunaan Aplikasi

Dalam memetakan Definisi menggunakan metode **How Might We** dengan membagi dalam 4 *pointing* besar diantaranya :

How might we



Gambar 2. Pointing **How Might We**

Selanjutnya atas ideation yang didapatkan adalah menerapkan *ideation* dalam prototype yang digunakan diantaranya :

Solution Idea

How might we : Membantu user giat dalam belajar dan Memudahkan user dalam menavigasi aplikasi



Gambar 3. *Ideation* yang akan diharapkan pada saat *user testing*

Selanjutnya dalam melakukan *usability test* akan melakukan pengelompokan konsep yang akan dilakukan pada saat sebelum *test* dengan sebagai syarat penilaian yang dipenuhi. Detail akan disampaikan dalam sub bab Hasil dan Pembahasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah proses pencarian partisipan dan pengelompokan, proses struktur *flow* yang ditentukan, pendefinisian menggunakan *How Might We*, lalu tentang *Ideation* yang digunakan untuk mendapatkan *possibility* atas hasil *prototype*, selanjutnya adalah proses melakukan pengelompokan *Ideation* menggunakan *Afinity Diagram* detail yang didapatkan adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Hasil *Afinity diagram* atas Pengelompokan *Ideation*

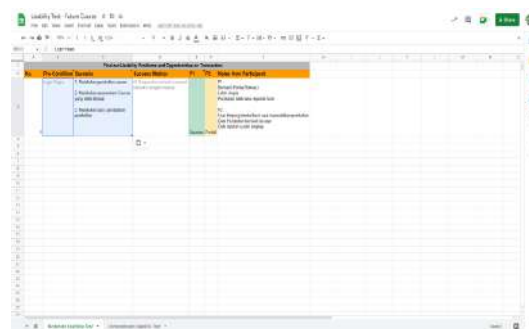
Selanjutnya menuangkan dalam bentuk *matrix* yang akan menjadi parameter hasil *usability test* yang dilakukan dengan hasil sebagai berikut :



Gambar 5. Parameter Matrix yang digunakan pada *Usability Testing*

Setelah kebutuhan parameter semua didapatkan, maka test dapat dilakukan dengan hasil sebagai berikut :

1. *Moderate Usability Test*

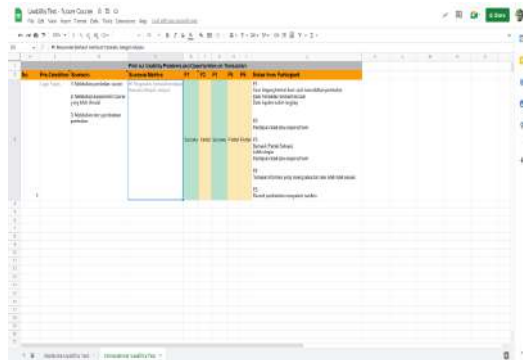


Gambar 6. Hasil *Moderate Usability Testing*

Dengan hasil partisipan 1 berhasil, dan partisipan 2 finding pada saat melakukan

pemilihan course, yang mana termasuk kategori *minor finding*

2. Unmoderate Usability Test



Gambar 7. Hasil *Moderate Usability Testing*

Dengan hasil partisipan 1 dan 3 berhasil, dan partisipan 2, 4. 5 *finding* pada saat melakukan pemilihan *course*, pembayaran *course*, dan pembatalan *course* yang mana termasuk kategori *minor finding*

Berdasarkan hasil tersebut untuk *usability test* yang telah dilakukan mendapatkan pemahaman yang atas partisipan sudah bagus dengan detail bagian kecil dari hasil *test* yang menemui kendala, tidak ada hasil *test* yang bersifat *major finding*, dan sesuai dengan *ideation* yang diharapkan atas beberapa hal yang dilakukan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka ditemukan adalah penerepan atas *user research* dengan memetakan kebutuhan pengguna dan dituangkan dalam metode definisi dan *ideation*, dapat menjawab kebutuhan validasi atas kebutuhan pengguna sebelum aplikasi di develop oleh *programmer Engineer*, dan memungkinkan untuk menurunkan potensi kegagalan karena tidak menjawab kebutuhan pengguna, dengan hasil dari *usability test* yang didapatkan tidak ditemukan *major finding*.

REFERENSI

- Anggraeni, K., & Cahyani, D. R. (2018). *Transaksi E-Commerce Indonesia Tertinggi di Asia Tenggara*. <https://Bisnis.Tempo.Co/>. <https://bisnis.tempo.co/read/1150204/transaksi-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-asia-tenggara>
- BPS. (2017). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2017*. *Badan Pusat Statistik, I S S N*:(December). <https://www.bps.go.id/publication/2018/11/30/e0597f06233100ccdab076c1/statistik-telekomunikasi-indonesia-2017/>
- Chan, Y. Y. Y., & Ngai, E. W. T. (2011). Conceptualising electronic word of mouth activity: An input-process-output perspective. *Marketing Intelligence and Planning*, 29(5), 488–516. <https://doi.org/10.1108/02634501111153692>
- Fahmi, S., . N., Rohman, F., & . S. (2018). Factors Affecting Indonesian Consumers to Switch, Using Mobile Banking and Internet Banking Service. *KnE Social Sciences*, 3(10), 1236–1248. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3465>
- Henri Kasyfi Soemartono. (2018). Survei APJII: Penetrasi Internet di Indonesia Capai 143 Juta Jiwa. In *Buletin Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: Vol. Edisi-22 2* (p. 3).
- Savira, Y. P. (2020). Analisis User Experience pada Pendekatan User Centered Design dalam rancangan Aplikasi Placeplus. *Automata*, 1(2), 28–29.
- UX case study — Futurecourse, <https://medium.com/@ahmadverelzanoi/ux-case-study-futurecourse-b3a68c70fca9> 1 (2022). <https://medium.com/@ahmadverelzanoi/ux-case-study-futurecourse-b3a68c70fca9>
- Wiwesa, N. R. (2021). User Interface Dan User Experience Untuk Mengelola. *JSHT-Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 3(2), 17–31. <http://journal.vokasi.ui.ac.id/index.php/jsht/article/download/116/92>

RANCANG BANGUN APLIKASI SISTEM INVENTORY BERBASIS WEB (STUDI KASUS PT SEVEN BIKA INDONESIA)

Yudha Yudhisira ¹; Eni Heni Hermaliani MM, M. Kom ²

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Nusa Mandiri
<https://nusamandiri.ac.id/nuri/index2.ajax/>
yudhayudhistira344@gmail.com

Abstract— *The development of technology is now getting faster, it can be seen with the increasingly sophisticated technology. The use of computers as a means of completing work in the field of information technology is now growing. Among them is PT SEVEN BIKA INDONESIA, but the data collection and report generation system is still manually using Microsoft Excel. This is considered less effective and efficient in work productivity in the Office section. With these problems, the authors create a Web-Free Inventory Application that can be used to process data and generate reports. The method that will be used is the waterfall method and the database uses MySQL and XAMPP. With the inventory application, it is hoped that it will facilitate the performance of the office in making reports of incoming goods and outgoing goods and making it easier to check stock of goods.*

Keywords: *Application, System, Inventory, Website*

Abstrak— Perkembangan teknologi kini semakin cepat, hal tersebut dapat dilihat dengan adanya teknologi yang semakin canggih. Penggunaan komputer sebagai sarana alat bantu penyelesaian pekerjaan dibidang teknologi informasi kini semakin berkembang. Diantaranya PT.SEVEN BIKA INDONESIA, namun sistem pendataan dan pembuatan laporan masih secara manual yakni menggunakan *microsoft excel*. Hal ini dinilai kurang efektif dan efisien dalam produktivitas kerja dibagian *Office*. Dengan permasalahan tersebut, peneliti membuat Aplikasi *Inventory* berbasis *Web* yang dapat digunakan untuk mengolah data dan pembuatan laporan. Metode yang akan digunakan yaitu metode *waterfall* dan *database* menggunakan *MySQL dan XAMPP*. Dengan adanya aplikasi *inventory* diharapkan akan mempermudah kinerja bagian *office* dalam pembuatan laporan barang masuk dan barang keluar barang serta mempermudah pengecekan stok barang.

Kata kunci: *Aplikasi, Sistem Inventori, Website*

PENDAHULUAN

PT. SEVEN BIKA INDONESIA merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang industri kopi dengan fokus utama sebagai *Supplier Coffee Green Bean* serta produsen, *supplier* kopi sangrai (Afriliana, 2018) (*Roasted Coffee*) baik biji ataupun bubuk pada segmen 'Kopi Spesial' (*Specialty Coffee*) (magazine, 2018).

Terjadi masalah pada sistem yang sedang berjalan pada pengolahan data barang masuk dan keluar. Sama halnya seperti "PT PAMINDO TIGA T saat ini proses persediaan barang masih dilakukan secara manual, pencatatan masih melalui buku dan *microsoft excel*, seperti penginputan barang masuk dan keluar. Sehingga informasi yang diterima oleh

pihak terkait sangat sulit untuk didapatkan secara cepat". (Munajat, 2018)

berdasarkan latar belakang, maka peneliti mengangkat melakukan pembuatan RANCANG BANGUN APLIKASI SISTEM INVENTORY BERBASIS WEB PADA PT SEVEN BIKA INDONESIA. Aplikasi *inventory* ini sering digunakan oleh badan usaha yang bergerak dibidang industri dalam proses *inventory* "Setiap perusahaan membutuhkan sistem *inventory* dalam menjalankan produktivitas kerja untuk mempermudah melakukan proses pendataan barang dan pelaporan secara terencana, terkontrol, sistematis dan saling terhubung satu sama lain. Dengan adanya sistem *inventory* yang baik, diharapkan perusahaan dapat mengontrol proses kegiatan yang berjalan, mengurangi penyimpanan yang terjadi dan memudahkan untuk pengambilan

keputusan untuk suatu masalah dengan tepat”.(Rahmalisa, 2018)

Aplikasi berbasis *web* sistem *inventory* sangat berguna untuk setiap perusahaan dalam melakukan suatu kegiatan *inventory*, salah satu contohnya yaitu memonitoring barang masuk maupun barang keluar dari *supplier* ke pelanggan hingga pembuatan surat jalan yang dapat *download* atau dikoneksikan dengan mesin *printer* melalui *Bluetooth* lalu dicetak langsung dalam bentuk pdf. “Aplikasi sistem informasi ini dibuat dengan menggunakan *tools UML*, dan bahasa pemrograman *Java* dan *XAMPP PHP MySQL* sebagai basis data. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah *waterfall*. Hasil pengujian dari sistem dengan metode *black box* ini menunjukkan bahwa sistem telah memenuhi kebutuhan”.(Santoso Ramen, 2021)

“Dalam merancang sebuah sistem, *tools* sangat diperlukan dan yang akan digunakan adalah *UML (Unified Modelling Language)* sedangkan untuk pengembangan pada aplikasi menggunakan *Use Case Diagram, Activity Diagram, Sequential Diagram, Class Diagram.*”.(Sriwana et al., 2018)

“Pangkalan data atau Database (basis data) suatu penyimpanan data yaitu suatu kumpulan informasi pada suatu sistem komputer yang disimpan secara sistematis, dapat diperiksa dengan menggunakan metode tertentu, menggunakan sebuah program komputer untuk memperoleh informasi dari basis data yang dibutuhkan oleh para pengguna atau *user.*”(Setiyowati & Siswanri Sri, 2021)

“Sebuah program mempunyai peranan sangat penting pada dasarnya dalam perancangan sebuah aplikasi berbasis *web*, membangun sebuah sistem dan pemeliharaan hingga pengembangan suatu program.”(Rosidin & Oloan Lubis Baginda, 2017)

“Bahasa *skrip* dapat digunakan untuk membuat atau merancang sebuah aplikasi berbasis *web* dan akan menghasilkan aplikasi yang akan dapat diakses langsung oleh *web browser.*”(Oktarini et al., 2019) sedangkan “*web server* merupakan perangkat lunak yang digunakan untuk menerima permintaan *Protokol HTTP* dan *HTTPS* dari *client*”(Oktarini et al., 2019) kemudian “dikirimkan kembali (*response*) hasilnya dalam bentuk halaman-halaman *web* yang umumnya bentuk dokumen *HTML*”(Solichin & Kom, 2017)

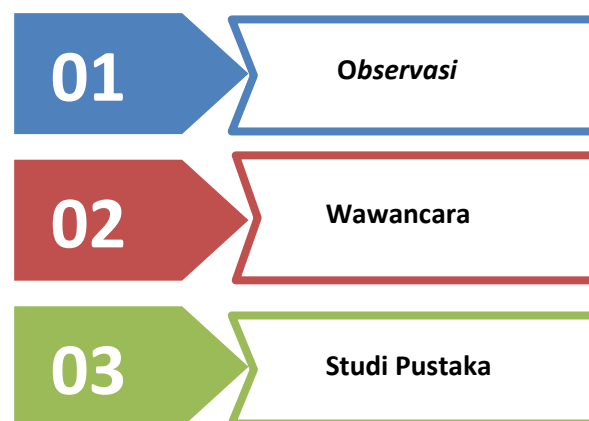
“Bahasa pemrograman pada *web* pertama, hanya menggunakan bahasa *HTML (Hypertext Markup Language)* sedangkan *HTTP (Hypertext Transfer Protocol)* adalah sebuah *protocol* yang digunakan”(Mubarak Abdul, 2019) dan bahasa pemrograman yang digunakan untuk menterjemahkan basis kode sebuah program menjadi kode mesin yang langsung dimengerti oleh

komputer dan bersifat *server-side* yang dimasukan ke *HTML* yaitu *PHP (Hypertext preprocessor).*

“Sistem informasi berbasis *web* ini sebagai jalan keluar dari permasalahan yang terjadi didistribusi informasi antar departemen, yang ada pada lini perusahaan akan dapat diterapkan jika semua bagian atau divisi mematuhi dan benar-benar menjalankan sebagai kehidupan berkomunikasi dalam perusahaan. Selain sebagai pemenuhan kebutuhan komunikasi juga dapat dijadikan sebagai alat kontrol informasi yang dapat dipantau langsung oleh pimpinan dan sebagai bahan pengambilan keputusan dalam perusahaan”[7]. “Persediaan pada suatu perusahaan yang erat kaitannya dengan kegiatan pengumpulan data tentang kegiatan transaksi keluar masuknya barang pada perusahaan. *Inventory* adalah hal yang sangat dibutuhkan dengan keberadaannya sistem *inventory* yang berbasis teknologi informasi atau berbasis *web* sangat penting guna dapat mempermudah proses pencatatan barang dan mengelola transaksi dibandingkan secara manual.”(Nurhayati, 2018)“*Inventory* adalah suatu produk atau barang yang nantinya akan digunakan atau dijual pada masa atau periode yang akan datang dan tersimpan dengan sistematis. Fungsi dari *inventory* ialah untuk mengelola persediaan barang dagangan.”(Hengki & Suprawiro, 2017)

BAHAN DAN METODE

Untuk pengumpulan data dokumen yang dibutuhkan dalam penulisan dan perancangan aplikasi *inventory*, peneliti menggunakan metode sebagai berikut :



Gambar 1. Teknik Pengumpulan Data

Metode pertama yang dilakukan peneliti dalam melakukan pengumpulan data dengan melihat langsung proses produksi (observasi) dari Gudang PT. SEVEN BIKA INDONESIA itu sendiri, setelah itu Peneliti melakukan wawancara kepada

Staff Produksi yang berada digudang PT. SEVEN BIKA INDONESIA DIVISI penerimaan barang masuk, proses produksi, *packing* hingga pengiriman. Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti perihal kepustakaan untuk memperoleh bahan/ teori pendukung, *referensi*(Elisa & Novia Intan, 2019) didapatkan dari internet dan beberapa buku untuk pembuatan skripsi.



Gambar 2. Model Pengembangan *Waterfall*

Sumber : <https://www.hestanto.web.id/model-air-terjun-waterfall-model/>(Hestanto, 2021)

“Model *waterfall* (air terjun) adalah pendekatan secara klasik dalam pengembangan *software* (perangkat lunak), yang digambarkan dengan metode *linier* secara terstruktur atau berurutan. terdiri dari lima hingga tujuh *fase*, setiap *fase* didefinisikan oleh tugas dan tujuan yang berbeda-beda, dimana keseluruhan fase dapat menggambarkan siklus hidup *software* (perangkat lunak) hingga pengirimnya. Dari *fase* ke *fase* mengalir ke fase berikut”

A. Analisa Kebutuhan Sistem

“Terdapat beberapa *user* dan perbedaan akses dalam pengolahan serta fungsinya, yaitu :(Suhar Janti & Susanti Melan, 2017)

- Admin: Pada kategori pengguna ini dapat memberikan hak akses antara lain: manipulasi pengguna yakni menambah, edit dan hapus pengguna lainnya, data barang, departemen pemakai, pengolahan transaksi barang masuk dan keluar.
- Staff Gudang: Bertugas mengolah data barang secara rutin dengan akses penuh meliputi: manipulasi data barang, menambah, edit, hapus dan dapat akses data departemen pemakai, pengolahan

transaksi barang masuk dan keluar, serta pembuatan laporan.

- *Unit Head*: Hasil akhir informasi yang dapat mengakses laporan yang dibutuhkan setiap waktu adalah kepala bagian setiap departemen”

B. Desain

“Desain yang digunakan dalam sistem informasi peneliti menggunakan *tools* desain *United Modelling language* (UML) dan untuk perancangan *database* menggunakan *Logical Record Structure* (LRS)”(Aji & Prاتمanto, 2021)

C. Code Generation

Code generation menentukan bahasa yang akan digunakan untuk menerjemahkan rancangan desain ke bentuk yang dapat dimengerti oleh mesin dalam bahasa pemrograman, “Sistem informasi persediaan barang berbasis web dibangun dengan bahasa pemrograman *web PHP* serta *database MySQL*.”(Munajat, 2018)

D. Testing

Setelah pemrosesan tahap implementasi sistem berikutnya adalah tahap pengujian terhadap sistem yang telah diterapkan menggunakan metode Black Box yang berarti pengujian dilakukan hanya dengan mengamati dari hasil eksekusi data dan memeriksa fungsional dari *software* (perangkat lunak).

E. Support

Spesifikasi support software dan *hardware* untuk mendukung program yang dipilih oleh peneliti adalah : *XAMPP*, *PHP v 7.1.30*, *MySQL v 4.9.0.1*, *Bootstrap v.3.3.6* (<http://getbootstrap.com>). Dan *Hardware* : *Asus X441B Dual Core AMD 6-9220*, layar 14 inch, Ram 4.00 *Hardisk 1 TB /1000 Gb* dan perangkat *Printer Pixma Canon TR 4500*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisa Kebutuhan *Software*

“*Software* (perangkat lunak), merupakan suatu data yang diprogram sedemikian rupa dan disimpan dalam bentuk digital yang tidak terlihat secara fisik tetapi tersimpan didalam media penyimpanan komputer. Perangkat lunak (*software*) dapat berupa program atau aktivitas yang dijalankan oleh suatu perintah atau instruksi melalui fasilitas interaksi pada *software* (perangkat

lunak) komputer sehingga sistem dapat beroperasi. *Software* sebagai penggerak dalam mengendalikan *hardware* (perangkat keras). *Software* dibuat dengan menggunakan bahasa pemrograman yang ditulis dan dirancang oleh programmer yang selanjutnya dikompilasi dengan aplikasi *kompiler* sehingga menjadi sebuah kode yang nantinya akan dikenali oleh mesin *hardware*.”(Ali Edwar, 2019)

A. Tahap Analisis

Halaman Admin

- A1. Admin dapat melakukan *login*
- A2. Admin dapat melihat, menghapus mengedit dan menambahkan produk baru pada aplikasi
- A3. Admin dapat menambahkan dan mengolah atribut barang (kategori, *brand*, satuan)
- A4. Admin dapat melihat dan mengolah aktivitas barang masuk & keluar hingga pembuatan surat jalan
- A5. Admin dapat melihat, *mendownload* dan mencetak stok barang dengan mesin *printer*
- A6. Admin dapat melihat dan mengolah laporan
- A7. Admin dapat melihat dan menambahkan data supplier dan data pelanggan
- A8. Admin dapat melihat, edit, menghapus, dan mengelola manajemen *user*
- A.9. Admin dapat mengelola pengaturan *web*

Halaman Supervisor:

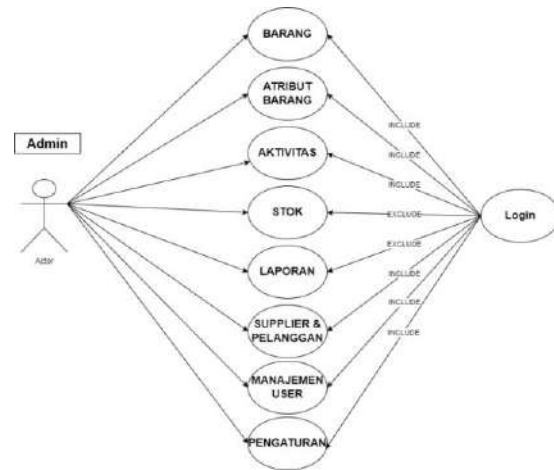
- B1. Supervisor dapat melakukan login
- B2. Supervisor dapat melihat dan menambahkan produk
- B3. Supervisor dapat melihat, mengolah aktivitas barang masuk & keluar hingga surat jalan
- B4. Supervisor dapat melihat dan Mencetak stok barang
- B5. Supervisor dapat melihat dan menambahkan data supplier dan data pelanggan

Halaman Manager :

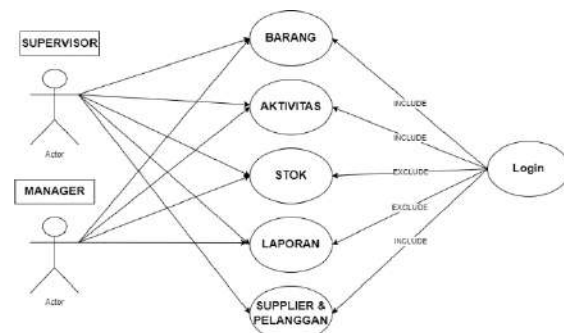
- C1. Manager dapat melakukan login
- C2. Manager dapat melihat data produk
- C3. Manager dapat melihat aktivitas barang masuk, keluar dan surat jalan

B. Use Case Diagram

“*Use case diagram* adalah salah jenis diagram pada *UML* yang mendeskripsikan suatu interaksi antar sistem dan aktor, *use case diagram* juga dapat menggambarkan tipe interaksi antar si pemakai sistem dengan sistemnya.”[17]



Gambar 3. Use Case Diagram Halaman Admin

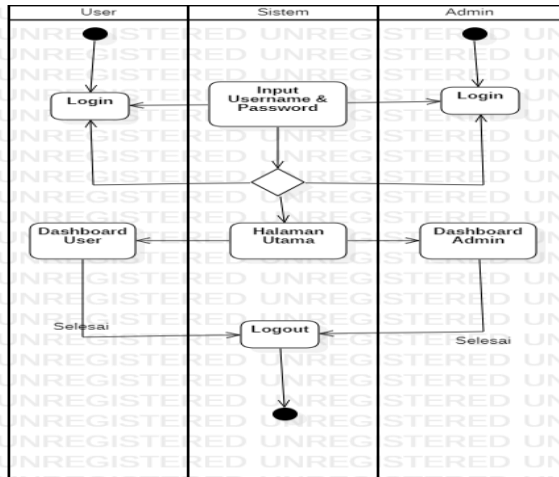


Gambar 4. Use Case Diagram Halaman User

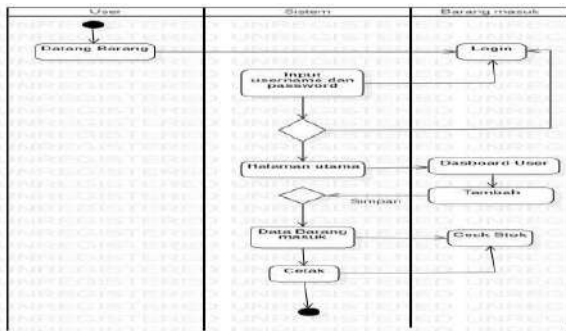
Pada gambar 3. *use case diagram* halaman admin menjelaskan bahwa aktor yang mempunyai hak akses penuh adalah admin atau administrator, admin dapat *login* menggunakan *password* untuk melihat *dashboard* atau halaman pada aplikasi sistem *inventory*, admin dapat mengakses menu barang untuk *penginputan* barang, admin juga dapat mengelolah atribut barang, ketika daftar barang sudah *diinput* maka admin dapat mengakses aktivitas seperti stok masuk, keluar hingga pembuatan surat jalan, admin dapat mengakses stok barang dan laporan yang dapat *download* dengan mengkoneksikan dengan mesin *printer* untuk dicetak, pencatatan daftar *supplier* dan pelanggan dapat dilakukan oleh admin. Admin juga dapat mengelolah manajemen *user* seperti pada gambar 4. bahwa user dapat login pada gambar 4. bahwa user dapat login menggunakan *password* dan admin memberikan hak akses tertentu yang dibatasi. Selain itu admin dapat mengelolah pengaturan *web* pada aplikasi sistem *inventory* seperti tampilan warna, *backup data* maupun *reset*.

C. Activity Diagram

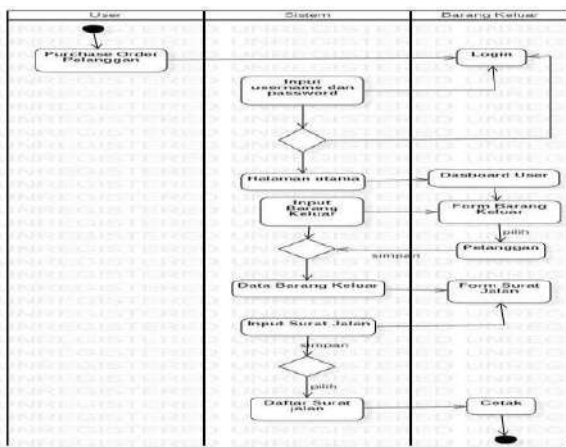
“Activity diagram adalah sebuah diagram alur kerja yang deskripsikan berbagai kegiatan pengguna pada sebuah sistem, orang-orang yang melakukan masing-masing aktivitas dan aliran sekuensial dari aktivitas tersebut” [17]



Gambar 5. Activity Diagram Login



Gambar 6. Activity Diagram Barang Masuk



Gambar 7. Activity Diagram Barang Keluar

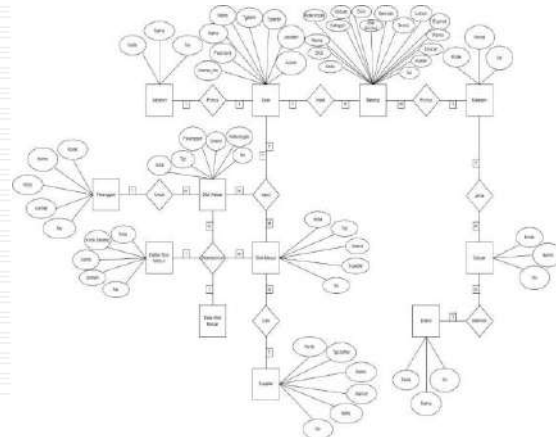
2. Desain

A. Database

Entity Relationship Diagram

ERD digunakan untuk memberikan gambaran model struktur data dan hubungan yang terjalin antar data

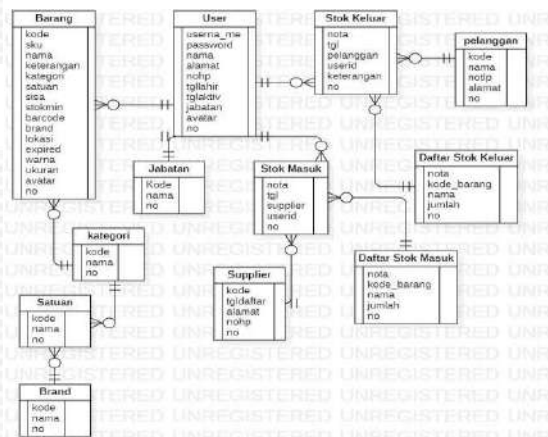
Gambar 8. Entity Relationship Diagram Proses



Barang Masuk & Keluar

Logical Record Structure

Merupakan suatu cara yang mendeskripsikan basis data berupa relasi antar tabel dari ERD ke LRS melalui proses kardinalitas



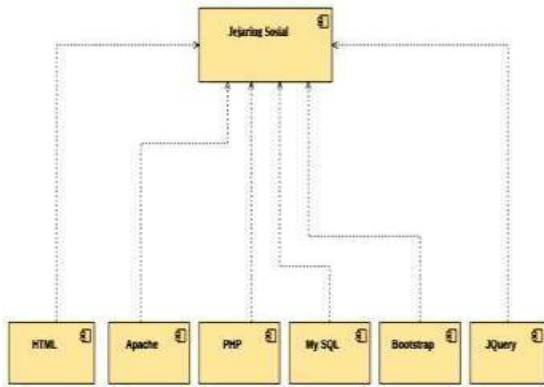
Gambar 9. Logical Record Structure Proses Barang Masuk & Keluar

A. Software Architecture



Component Diagram

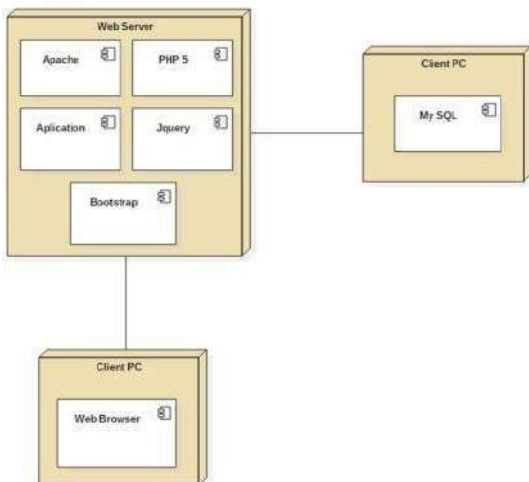
Component diagram menunjukkan tata letak sebuah sistem secara fisik, menampilkan bagian pada software yang berjalan ke bagian hardware



Gambar 10. Component Diagram Jaringan Pada Aplikasi Berbasis Web

Deployment Diagram

Sekumpulan diagram dengan fungsi memetakan perangkat lunak ke dalam processing node

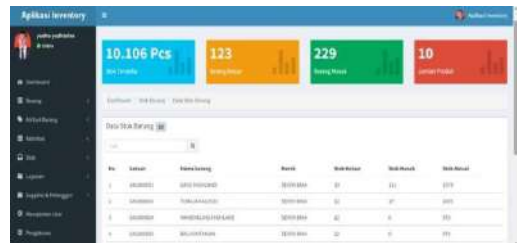
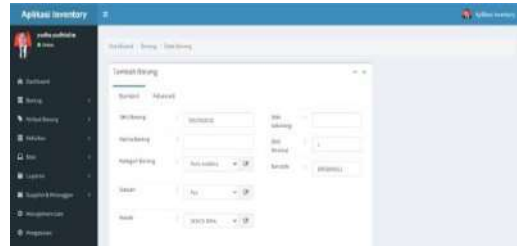


Gambar 11. Deployment diagram jaringan pada aplikasi berbasis Web

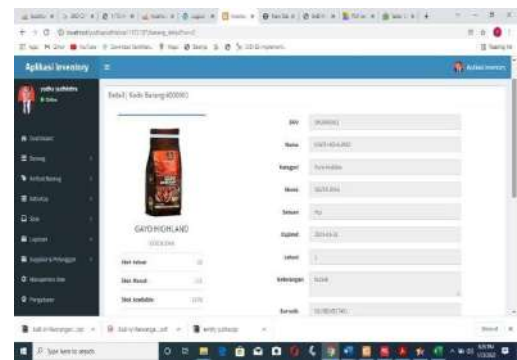
B. User Interface

Gambar 12. Tampilan Login

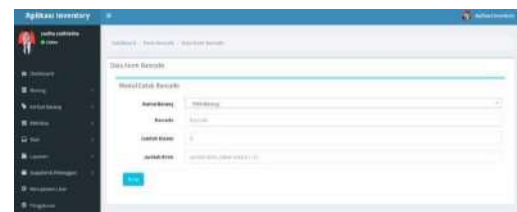
Gambar 13. Tampilan Dashboard



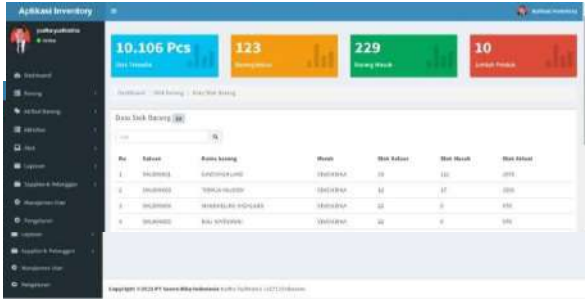
Gambar 14. Tampilan Tambah Barang



Gambar 15. Tampilan Detail Barang



Gambar 16. Tampilan Cetak Barcode

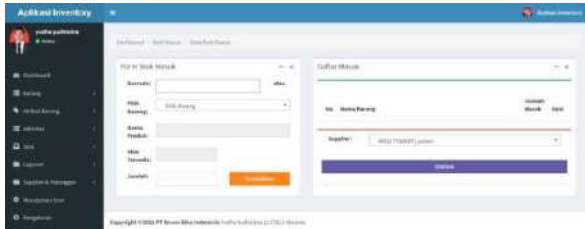


Gambar 17. Tampilan Atribut Kategori

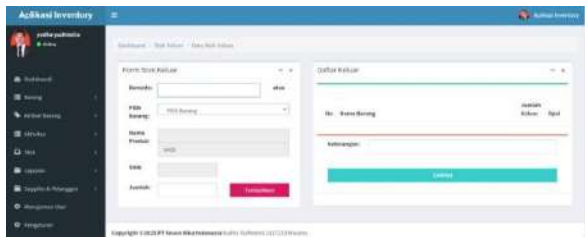
Gambar 18. Tampilan Atribut Brand



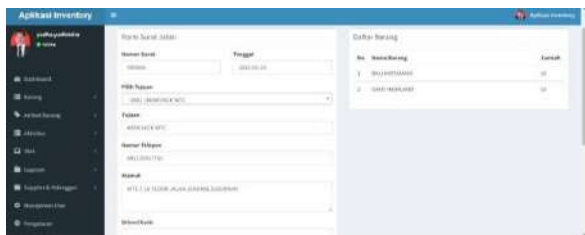
Gambar 19. Tampilan Atribut Satuan



Gambar 20. Tampilan Aktivitas Input Stok Masuk

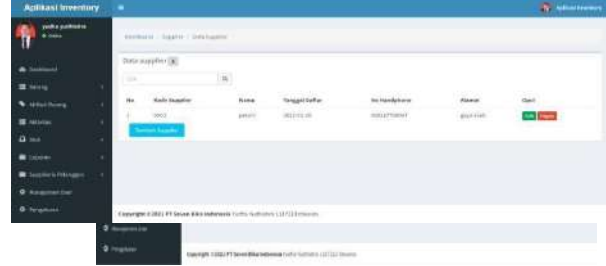


Gambar 21. Tampilan Aktivitas Input Stok Keluar



Gambar 22. Tampilan Aktivitas Surat Jalan

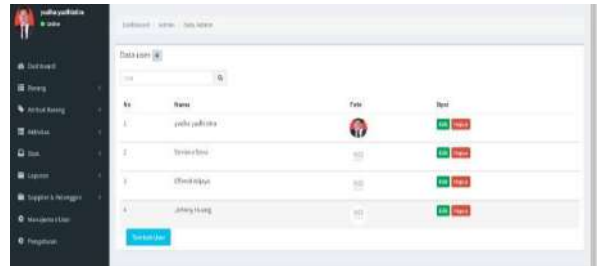
Gambar 23. Tampilan Data Laporan Stok



Gambar 24. Tampilan Data Supplier



Gambar 25. Tampilan Data Pelanggan



Gambar 24. Tampilan Kelola User



Gambar 25. Tampilan Jabatan User



Gambar 26. Tampilan General Setting

3. Code Generation

Form Login

```
<?php error_reporting(0); session_start();
include "configuration/config_etc.php" ; include
"configuration/config_include.php" ; include
'configuration/config_connect.php';
$queryback="SELECT * FROM data";
$resultback=mysqli_query($conn,$queryback);
$rowback=mysqli_fetch_assoc($resultback);
$footer=$rowback['nama'];
```

```
$queryback="SELECT * FROM backset";
$resultback=mysqli_query($conn,$queryback);
$rowback=mysqli_fetch_assoc($resultback);
$nama=$rowback['namabisnis1']; connect();
timing();
?>
<head>
<html><br>
<title>Login</title>
<body style="background: #325d75">
```

```
<link rel="stylesheet" type="text/css"
href="\dist\css\style.css">
```

4. Support

Peneliti akan menjelaskan tentang publikasi *web*, menggunakan *domain* dan hosting dari *domainesia* yaitu *yudhayudhistira344.my.id*, admin menggunakan *username* "admin" dan *pass* "admin", supervisor *username* "administrasi" *pass* "admin" dan manajer *username* "manajemen" *pass* "admin".

KESIMPULAN

Setelah melewati tahapan analisis, perancangan dan implementasi pada PT. SEVEN BKA INDONESIA, maka peneliti mendapatkan beberapa kesimpulan bahwa dengan adanya aplikasi *inventory* berbasis *web* ini dapat memudahkan admin dan terutama bagian office dalam mengecek stok data barang, baik data barang yang keluar maupun data barang masuk.

REFERENSI

Afriliana, A. (2018). *Teknologi Pengolahan Kopi Terkini* (asmak affrilian, Ed.; Kopi). Deepublish.
<https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=RFIVDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA66&q=teknologi+pengolahan+kopi+terkini&ots=ITuJnu3oEr&sig=iPduSbGcbgVQl6FeiUWQ>

rrkq2w&redir_esc=y#v=onepage&q=teknologi%20pengolahan%20kopi%20terkini&f=false

Aji, S., & Pratmanto, D. (2021). SISTEM INFORMASI INVENTORY BARANG MENGGUNAKAN METODE WATERFALL. In *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)* (Vol. 7, Issue 1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ijse>

Ali Edwar. (2019). *Rekayasa Perangkat Lunak* (Edwar Ali, Ed.; 1st ed.). CV MFA. <https://www.researchgate.net/publication/342914703>

Elisa, & Novia Intan. (2019). *Cerdas Menulis Buku Referensi* (ELISA & NOVIA INTAN, Eds.; Buku Referensi). Deepublish. <https://ebooks.gramedia.com/books/cerdas-menulis-buku-referensi?buffet=1>

Hengki, & Suprawiro, S. (2017). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Inventory. *Jurnal SISFOKOM*, 06(02).

Hestanto. (2021). *Model Air Terjun Model Waterfall*. Hestanto Personal Website. <https://www.hestanto.web.id/model-air-terjun-waterfall-model/>

magazine. (2018). Celebrating Erna Knutsen's Specialty Coffee. *SCA News*, 6. <https://scanews.coffee/25-magazine/issue-6/english/celebrating-erna-knutsens-specialty-coffee>

Mubarak Abdul. (2019). RANCANG BANGUN APLIKASI WEB SEKOLAH MENGGUNAKAN UML (UNIFIED MODELING LANGUAGE) DAN BAHASA PEMROGRAMAN PHP (PHP HYPERTEXT PREPROCESSOR) BERORIENTASI OBJEK. *JIKO (Jurnal Informatika Dan Komputer) Ternate*, 2(1). <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/1052-3620-1-PB.pdf>

Munajat, J. (2018). IMPLEMENTASI MODEL WATERFALL PADA SISTEM INFORMASI PERSEDIAAN BARANG BERBASIS WEB

- (STUDI KASUS: PT.PAMINDO TIGA T). *Media Informatika Budi Darma*, 2(2). <http://ejurnal.stmik-budidarma.ac.id/index.php/mib>
- Nurhayati, F. (2018). RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI INVENTORY BARANG BERBASIS WEB (STUDI KASUS HOKBEN AREA SURABAYA). *Surabaya Jl. Semolowaru No, 45*.
- Oktarini, A., Ari, S. ;, & Sunarti, A. ; (2019). *WEB PROGRAMMING* (1st ed.). GRAHA ILMU. <https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/312193/BOOK-web-programming.pdf>
- Rahmalisa, U. (2018). APLIKASI INVENTORY BERBASIS WEB MENGGUNAKAN BAHASA PEMOGRAMAN PHP DAN MySQL (STUDI KASUS STIKes HANG TUAH PEKANBARU). *JURNAL ILMU KOMPUTER (KOMPUTER SCIENCE JOURNAL*, 7(2). <http://jik.htp.ac.id>
- Rosidin, & Oloan Lubis Baginda. (2017). Implementasi Program Persediaan Barang pada CV. Ardho Teknik Bekasi. *Jurnal Sistem Informasi STMIK Antar Bangsa*. <https://media.neliti.com/media/publications/335183-implementasi-program-persediaan-barang-p-5f54d090.pdf>
- Santoso Ramen. (2021). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PERSEDIAAN BARANG PADA PT.KENCANA MITRA TINELO JAKARTA. *Ijns.Org Indonesian Journal on Networking and Security*, 10. <https://ijns.org/journal/index.php/ijns/article/view/1728>
- Setiyowati, & Siswanri Sri. (2021). *Perancangan Basis Data & Pengenalan SQL Server Management Studio* (Setiyowati & Siswanti Sri, Eds.; SQL Server). Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat. https://eprints.sinus.ac.id/775/1/Perancangan_Basis_Data-Setiyowati-2021.pdf
- Solichin, A., & Kom, S. (2017). *Pemrograman Web dengan PHP dan MySQL* (Ahmad Sholicin, Ed.; Pemrograman Web). Achmatim.net. <http://achmatim.net>
- Sriwana, I. K., Laura Christia, M., & Gebriel Chandiawan, dan. (2018). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI INVENTORY PT. ABC. In *Jurnal Ilmiah Teknik Industri* (Vol. 6, Issue 1).
- Suhar Janti, & Susanti Melan. (2017). Penerapan Sistem Inventory Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi Antar Bagian Berbasis Web Dengan Incremental Model. *Bianglala Informatika*, 5(2), 2338–9761. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/Bianglala/article/view/2695>

STRATEGI DAN PERANAN KITCHEN UNTUK MENINGKATKAN OPERASIONAL DI HOTEL BEST WESTERN PREMIER THE HIVE CAWANG, JAKARTA TIMUR

Audi Widyarini¹; Ratna Puspita^{2*}; Ati Candrasari³; Eko Obi Purwanto⁴; Nova Yudha Andriansyah Putra⁵

Program Studi Perhotelan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusa Mandiri
<https://nusamandiri.ac.id>

ratpus567@gmail.com^{2*}, chandrasari04@gmail.com³, obyeko@gmail.com⁴, nova.noy@nusamandiri.ac.id⁵

Abstract— *The hotel kitchen which functions as a production room that processes food ingredients from raw materials to food ingredients that are ready to be served and sold to hotel guests. What must always be kept clean so that the processed food is not contaminated with germs caused by the equipment used or raw materials used in the kitchen area is responsible for food production within the food & beverage department. This study aims to determine the function and role of the Kitchen in improving operations at the Best Westren Premier The Hive hotel, the method of data collection taken in this study is observation, interviews, and direct involvement in taking part to obtain relevant information. accurate and proven true. The research method starts on September 4 2021 – March 4 2022 for 6 months of training at the Best Westren Premier The Hive Hotel. From the results of this study it was found that so far the hotel lacks understanding of the function and role of the kitchen in improving hotel operations as for there needs to be a special understanding related to improving operational facilities in hotels.*

Keywords: Strategy, operations, hotels

Abstrak— *Kitchen hotel yang berfungsi sebagai ruang produksi yang mengolah bahan makanan dari bahan baku sampai menjadi bahan makanan yang siap disajikan dan dijual kepada tamu hotel. Yang harus selalu dijaga kebersihannya agar makanan yang diolah tidak tercemar bibit penyakit yang ditimbulkan dari peralatan yang digunakan maupun bahan baku yang digunakan di area kitchen bertanggung jawab atas produksi makanan di lingkungan food & beverage department. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fungsi dan peranan Kitchen dalam pen-ingkatan operasional di hotel Best Westren Premier The Hive, metode pengambi-lan data yang diambil dalam penelitian ini adalah obsevasi ,wawancara, dan ter-jun langsung dalam ikut ambil bagian untuk mendapatkan informasi yang akurat dan terbukti kebenarannya. Metode peneltian di mulai pada tanggal 4 September 2021 – 4 Maret 2022 selama 6 bulan traning Di Hotel Best Westren Premier The Hive, Dari hasil penelitian tersebut diperoleh bahwa selama ini hotel ku-rang memahami mengenai fungsi dan peranan kitchen yang dalam-meningkatkan operasional hotel adapun perlu adanya pemahaman khusus terkait meningkatkannya fasilitas operasional di hotel.*

Kata Kunci: Strategi, operasional, hotel

PENDAHULUAN

Hotel merupakan salah satu dari banyanyak jenis akomodasi atau tempat singgah yang mempergunakan sebagian atau seluruh bagian untuk jasa pelayananan dibidang penginapan, lalu penyedia pelayanan makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi masyarakat umum yang merasa membutuhkan akomodasi singkat, adapun hotelm merupakan salah satu jenis akomodasi yang sifatnya dikelola secara komersil (Pratiwi, Rahmawati, & Andiani, 2019).

Adapun pada sebuah hotel terdapat kitchen sebagai salah satu tempat yang paling penting dalam menyajikan salah satu pelayanannya. Kitchen hotel yang berfungsi sebagai ruang produksi yang mengolah bahan makanan dari bahan baku sampai menjadi bahan makanan yang siap disajikan dan dijual kepada tamu hotel. Yang harus selalu dijaga kebersihannya agar makanan yang diolah tidak tercemar bibit penyakit yang ditimbulkan dari peralatan yang digunakan maupun bahan baku yang digunakan di area kitchen bertanggung

jawab atas produksi makanan di lingkungan food & beverage department (Bartono dan Rufino, 2010). Organisasi ini memperlihatkan posisi dan jabatan petugas dapur dari yang paling atas sampai yang paling bawah.

Secara umum, kitchen dapat diartikan sebagai suatu tempat yang khusus digunakan sebagai tempat mengolah bahan baku makanan menjadi makanan yang siap disajikan dengan penampilan yang menarik. Menurut (Minantyo, 2011) Dapur merupakan suatu tempat untuk menyimpan, menyiapkan bahan makanan sehingga dapat diolah sebagaimana makanan tersebut dapat disajikan sesuai dengan standart yang dapat dikonsumsi. Di sebuah hotel, kitchen merupakan tempat khusus untuk menyiapkan makanan dan minuman yang khususnya disajikan atau dijual kepada tamu hotel serta untuk mengolah makanan pada beberapa acara.

fungsi kitchen. Menurut (Sihite Richard, 2020) mengemukakan bahwa fungsi kitchen adalah: Dapur sebagai tempat segala kegiatan memasak di hotel, Dapur sebagai tempat untuk eksperimen untuk menghasilkan resep-resep baru, Dapur sebagai alat tolak ukur kualitas hotel melalui pengelolaan makanan dan penyajiannya.

Berdasarkan fungsinya (Huda & Nurcahyo, 2015) di bedakan atas dapur kecil, besar, dan menengah. Besar atau kecil dapur tergantung pada tingkat kegiatan dan besar kecil hotelnya. Sebutan untuk organisasi dapur adalah kitchen brigade yakni small brigade atau dapur kecil, medium brigade atau dapur sedang dan large brigade atau dapur besar. Pada hotel kecil, small brigade yang di pimpin seorang chef cook sudah cukup memadai. Kebanyakan hotel di darat menggunakan medium brigade, yang seksinya dibagi jadi hot kitchen dan cold kitchen saja.

Untuk dapat menimbulkan kepercayaan tamu hotel terhadap kebersihan dan kualitas makanan (produk hotel) yang diolah ada beberapa faktor - faktor yang dapat mempengaruhi rasa percaya konsumen akan mutu dan pelayanan di kitchen. Karena baik dan buruknya suatu hotel ditentukan dari mutu dan kualitas makanan yang disajikan.

Kebersihan karyawan di kitchen juga sangat diutamakan karena berhubungan dengan pengolahan bahan-bahan makanan yang berkualitas, maka dari itu karyawan harus dapat menjaga kebersihan diri dan juga peralatan dalam mengelola bahan makanan tersebut. Dan seluruh karyawan juga harus memastikan bahan - bahan makanan yang akan dimasak atau diolah dalam keadaan yang sangat baik agar makanan yang akan di hasilkan memiliki kualitas yang baik

dan rasa yang enak, kemudian standar SOP harus selalu di terapkan dengan baik agar terciptanya keselarasan di dalam kitchen.

Penelitian (Arivianto, Akiriningsih, & Utari, 2017) terkait Studi Analisis Tentang Penerapan Variasi Menu Dinner Terhadap Tingkat Kualitas Operasional Kerja Bagi Kitchen pada salah satu hotel di Yogyakarta menjelaskan Hasil penelitian berdasarkan perhitungan hasil kuesioner dapat disimpulkan, (1) referensi tamu terkait menu makan malam berpengaruh terhadap tingkat kualitas operasional kerja. Hal ini berdasarkan jawaban responden sebanyak 8 orang (80%) menjawab ya, (2) pembuatan daftar menu makan malam berpengaruh terhadap tingkat kualitas operasional kerja. Hal ini berdasarkan jawaban responden sebanyak 9 orang (90%) menjawab ya, (3) menyerahkan menu makan malam kepada juru masak yang mempengaruhi tingkat kualitas operasional kerja.

Adapun pada penelitian (Ridha, 2022) Penelitian ini membahas tentang Standar Operasional Prosedur pastry departement di Hotel Harper Purwakarta By Aston. Rumusan masalah yang peneliti ambil adalah Standar Operasional Prosedur pastry dan penerapan Standar Operasional di pastry dengan di latar belakang oleh ketidak memikirkan tentang adanya departement pastry and bakery karena hot kitchen lebih penting serta memiliki fungsi lebih besar untuk menyediakan makanan utama, adapun hasil penelitian yang didapat untuk mengetahui upaya Food and Beverage Department untuk meningkatkan kualitas produk di hotel.

Pada penelitian (Fauzzia & Rahmayani, 2022) yang membahas Peranan Standar Operasional Prosedur Dalam Meningkatkan Kinerja Cook Di Kitchen Department Hotel Harper Purwakarta By Aston, peneliti menggunakan metode kualitatif, dengan mengumpulkan data-data melalui observasi, wawancara, studi kepustakaan dan dokumentasi. Adapun hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa tugas dan tanggung jawab seorang cook di kitchen department Hotel Harper Purwakarta sangat dibutuhkan keberadaannya, yaitu melaksanakan pengolahan makanan di kitchen hotel. Di kitchen department terdapat beberapa peraturan yang harus dilaksanakan oleh seorang cook seperti melaksanakan SOP. Ada beberapa SOP yang belum dilaksanakan oleh seorang cook, seperti tidak memakai uniform yang sesuai dengan standard grooming dan mengolah makanan tidak sesuai dengan standard recipe.

Penelitian (Yanti, 2019) terkait Upaya Executive Sous Chef Dalam Mengoptimalkan Penggunaan Bahan Baku Ala Carte Untuk Meningkatkan Kreativitas Commis Di Kitchen Furaya Hotel Pekanbaru menjelaskan bahwa dari hasil penelitian yang dilakukan ada beberapa hambatan yang dihadapi Executive sous chef dalam pengoptimalan penggunaan bahan baku, baik itu berasal dari individu maupun peralatan penyimpanan yang membantu dalam proses produksi.

Berdasarkan hal tersebut, selama ini hotel yang menjadi subject pada penelitian ini kurang memahami mengenai fungsi dan peranan kitchen yang dapat meningkatkan operasional hotel. Mulai dari kebersihan karyawan yang kurang memenuhi SOP Hygine dan Sanitasi di hotel, peralatan memasak yang kurang lengkap, tempat penyimpanan bahan makanan yang tidak dalam kondisi baik, dan area kitchen yang kurang bersih dan luas.

Dengan kondisi yang seperti ini secara terus - menerus, kemungkinan bisa mengakibatkan pendapatan hotel menurun karena akan terjadinya complaint dari tamu hotel yang kurang puas atas penyajian makanan tersebut, karena kitchen mempunyai peran sebagai sarana pelengkap hotel, bagian tata hidangan makanan dan minuman ini mempunyai peranan yang sangat penting dari segi sumber pendapatan hotel yaitu dari hasil penjualan makanan dan minuman maka dilakukannya penelitian terkait strategi dan peranan kitchen untuk meningkatkan operasional di hotel best western premier the hive.

BAHAN DAN METODE

Metode yang di pakai dalam penelitian ini adalah metode wawancara dengan metode ini diharapkan lebih akurat kebenarannya. Dengan melakukan wawancara staff yang ada di sana mulai dari kakak Mario jabatan sebagai DW (Daily Working), kakak Maya sebagai Staff Combi yang ada di kitchen, Chef De'partie yang bernama bapak Rizal.

Kemudian dengan Metode studi pustaka dan observasi yaitu metode pengamatan langsung dan pengambilan informasi sebanyak - banyaknya di kitchen, sehingga peneliti ikut ambil bagian selama 6 bulan menjadi trainee.

Metode penelitian yang terakhir adalah dengan metode terjun langsung ke tempat penelitian, kegiatan di tempat penelitian untuk mendapatkan informasi sebanyak - banyak, menambah wawasan dan pengalaman agar informasi yang di dapat bisa terbukti

kebenarannya yang di mulai pada tanggal 4 September 2021 sampai 4 Maret 2022.

Adapun secara rinci, penelitian ini dilakukan dengan :

1. Wawancara
 Dilakukan dengan cara tanya jawab kepada karyawan Hotel Best Western The Hive, Cawang, Jakarta Timur. Untuk memperoleh informasi yang diperlukan sesuai dengan pembahasan yang terdapat pada tugas akhir. Kemudian mewawancarai Chef De'partie yang bernama Bapak Ri-zal Pertanyaannya adalah " upaya apa saja yang dilakukan dalam meningkatkan operasional di Hotel Best Westren Premier The Hive Cawang, Jakarta Timur ?, Kakak Maya jabatan sebagai Staff Combi pertanyaan nya adalah standar operasional apa saja yang ada di hotel Best Westren Premier The Hive, dan Kakak Mario jabatan DW (Daily Work-ing), dan staff lain yang ada di sana.
2. Studi Pustaka
 Peneliti melakukan research study terkait penelitian yang relevan dengan permasalahan yang peneliti lakukan, dengan mencari pembahasan terkait artikel jurnal, buku atau bentuk penelitian lainnya yang dapat dijadikan salah satu bahan bagi peneliti untuk menganalisa permasalahan yang terjadi.
3. Observasi
 Dalam proses pengamatan ini pengamat melakukan pengamatan observasi partisipan, dimana memperoleh informasi sebanyak - banyaknya melalui ikut ambil bagian kegiatan yang diteliti dan yang diamati. Untuk dapat langsung terlibat dengan keadaan objek penelitian, maka peneliti menjadi trainee selama 6 bulan Di Hotel Best Westren Premier The Hive Cawang, Jakarta Timur, sehingga dapat langsung membaur dengan karyawan - karyawan sehingga tercipta komunikasi yang lancar dan informasi yang di inginkan oleh peneliti dan tidak diragukan lagi kebenarannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Best Western dimulai beberapa tahun setelah berakhirnya Perang Dunia II. Pada saat itu, sebagian besar hotel merupakan properti besar di perkotaan ataupun hotel kecil yang dimiliki oleh keluarga. Di California, sebuah jaringan operator hotel independen mulai membuat sistem rujukan antar hotel untuk para penginap. "Sistem rujukan" ini berupa telepon antara satu hotel ke hotel lain.

Jaringan kecil dan informal ini kemudian tumbuh menjadi merek hotel Best Western modern yang

didirikan oleh M.K. Guertin pada tahun 1946. Best West-ern Plus di Hong Kong Nama "Best Western" berasal dari fakta bahwa sebagian besar hotel yang dikelola berada di barat Sungai Mississippi di Amerika Serikat.

Hingga tahun 1962, Best Western hanya melayani pemesanan kamar hotel di Amerika Serikat, dan pada tahun 1963, merupakan merek motel terbesar di industrinya dengan 699 properti dan 35.201 kamar. Dari tahun 1946 hingga 1964, Best Western memiliki kemitraan pemasaran dengan Quality Courts, jaringan hotel yang kini dikenal sebagai Quality Inns, yang sebagian besar propertinya terletak di timur Sungai Mississippi, sehingga tidak berkompetisi secara langsung dengan Best Western.

Kemitraan ini tidak terlalu sukses, sehingga kemudian dibubarkan. Pada tahun 1964, Best Western meluncurkan upaya ekspansi ke timur Sungai Mississippi dengan merek "Best Eastern", namun logonya sama seperti "Best Western." Pada tahun 1967, merek "Best Eastern" dihapus dan semua motel menggunakan nama "Best Western". Langkah ini pun makin memperkuat merek yang sudah terkenal, dan akhirnya berhasil menjadi "Jaringan Hotel Terbesar di Dunia" pada deka-de 1970-an.

Logo "Gold Crown" Best Western diperkenalkan pada tahun 1964 dan terus digunakan dengan beberapa perubahan kecil hingga 32 tahun kemudian, saat diganti dengan logo baru pada tahun 1996. Pada tahun 2015, Best Western memperkenalkan serangkaian logo baru, menggantikan logo lama dan menambahkan logo untuk Best Western Plus dan Best Western Premier. Best Western membeli WorldHotels pada bulan Februari 2019, menambahkan sekitar 300 hotel ke jaringannya.

Hotel Best Western Premier The Hive Cawang, berdiri sejak pertengahan 2014 lalu, terletak di Timur Jakarta, tepatnya daerah Cawang, hotel ini dimiliki PT Wika Realty, anak usaha dari PT Wijaya Karya (Persero) Tbk.

Salah satu anak usaha PT Wijaya Karya (Persero) Tbk, PT Wika Realty, meresmikan pengoperasian kondominium hotel (kondotel) Best Western Premier The Hive di kawasan Cawang, Jakarta Timur. Selain membangun kondotel, PT Wika Realty juga membangun apartemen dan area komersial di Tamansari Hive yang dibangun di atas lahan seluas 6.070 m², setinggi 19 lantai plus 3 basement.

Budi Saddewa Soediro, Direktur Utama PT Wika Realty, mengatakan, pembangunan Tamansari Hive menelan investasi sebesar Rp300 miliar. Untuk apartemen, sudah mulai diserahterimakan sejak April 2014 lalu. Kondotel inilah yang dioperasikan oleh Best Western International

dengan nama Hotel Best West-ern Premier The Hive.

Kegiatan usaha di hotel Best Western Premier The Hive Cawang adalah usaha penyediaan dan penyewaan akomodasi berupa kamar yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan, makan dan minum, kegiatan hiburan dan atau fasilitas lainnya yang di sebut juga usaha perhotelan.

Hotel yang telah berdiri sejak pertengahan 2014 lalu ini, menyediakan 6 jenis tipe kamar dengan total 191 kamar. Terdiri dari kamar tipe superior dengan luas kamar 24 meter persegi, deluxe dengan luas kamar 28 meter persegi, super deluxe dengan luas kamar 40 meter persegi, corner suite dengan luas kamar 40 meter persegi, junior suite dengan luas kamar 62 meter persegi, dan premier suite dengan luas kamar 80 meter persegi.

Layaknya hotel berbintang pada umumnya, hotel yang terletak di Jalan DI Panjaitan Kav 3 - 4 Jakarta Timur ini, tentu menawarkan beragam fasilitas lengkap yang didukung standar pelayanan jaringan hotel Best Western yang sudah terkenal di seluruh dunia. Untuk keseluruhan kamar tersebut misalnya, didukung fasilitas mewah sehingga menciptakan kenyamanan tak terbatas bagi para tamu, termasuk televisi LED, tempat tidur mewah, akses WiFi gratis dan lainnya. Untuk kamar suite bahkan tersedia mesin kopi premium.

Selain itu, ada hal menarik yang menjadi kelebihan dari hotel ini dibandingkan hotel lainnya, yakni tersedianya banyak fasilitas gratis di hotel ini yang di hotel lain tidak tersedia, seperti gratis mini bar untuk seluruh tipe kamar, gratis penggunaan telepon untuk area lokal, hingga tersedianya snack dan kopi gratis di lobi yang bisa dinikmati tamu kapanpun. Tak hanya itu, untuk mendukung para pebisnis, hotel ini menyediakan fasilitas internet dengan kecepatan hingga 40Mbps.

Untuk yang ingin menikmati sajian kuliner di dalam hotel, juga tersedia beberapa resto yang menawarkan aneka santapan lezat baik dari seluruh nusantara maupun menu-menu western, seperti Miele Bar & Lounge, dan Heather Resto yang terletak di lobi hotel dengan konsep semi outdoor. Swimming pool yang terletak berdampingan dengan Heather Resto, menambah kenyamanan bagi tamu hotel yang datang berlibur bersama keluarga. Di Hotel Best Westren premier The Hive juga tersedia pusat kebugaran bagi tamu hotel yang ingin menikmati hari dengan berolahraga. Atau ingin melepas penat dan melepas lelah setelah seharian melakukan perjalanan bisnis, Anda bisa

menikmati Spa dan Massage di Bhuvana Spa Luxe & Massage.

Di samping itu, hotel ini juga menjadi tempat yang tepat bagi Anda yang bertujuan mengadakan kegiatan bisnis atau meeting dengan kolega. ini, menyediakan tujuh pilihan ruang meeting dengan kapasitas antara 20 hingga 300 orang, yakni, Mellifera, Trigona, Florea, Dorsata 1, Dorsata 2, Laboriosa dan Cerana. Tentunya dilengkapi business centre dengan fasilitas yang dapat mengakomodasi kebutuhan para tamu.

Menurut Aprilia (2018) dapur merupakan salah satu tempat dimana para koki me-nyiapkan dan membuat makanan yang akan dijual kepada tamu lewat restoran di hotel eksklusif layanan kamar. Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa fungsi kitchen sebagai tempat untuk melakukan pengolahan bahan baku menjadi makanan siap saji disajikan dengan penampilan yang menarik dan rasa makanan yang baik. fungsi kitchen. Menurut (Sihite Richard, 2020) mengemuka-kan bahwa fungsi kitchen adalah:

1. Dapur sebagai tempat segala kegiatan memasak dihotel.
 2. Dapur sebagai tempat untuk eksperimen untuk menghasilkan resep- resep baru.
 3. Dapur sebagai alat tolak ukur kualitas hotel melalui pengolahan ma-kanan dan penyajiannya.
- Pengelolaan makanan di hotel merupakan tanggung jawab dapur atau kitchen. Menurut Bartono & Ruffino, (2010:169) Standar organisasi dapur di per-lukan untuk melaksanakan tugas bagian dapur. Suatu keterampilan dan keahlian yang memadai dari setiap petugas akan menunjang kelancaran operasional bagian dapur. Adapun peranan pelaksanaan kerja di kitchen hotel sebagai berikut :

1. Memeriksa persediaan makanan setiap akan melaksanakan tugas nya.
2. Menyiapkan bahan – bahan yang akan di beli pada tempat yang sudah ditentukan.
3. Menyiapkan segala alat – alat keperluan dapur dan bahan makanan yang diolah.
4. Mengolah makanan sesuai pesanan tamu.
5. Menyajikan makanan yang telah selesai di olah.

Bagian-bagian kitchen dan tugasnya di sebuah hotel sangat beragam. Pekerjaan mereka dibagi sesuai dengan posisi yang ditempati. Setiap posisi mem-iliki tugas dan tanggung jawab yang berebeda tetapi dengan tujuan yang sama. Mereka harus bisa mengolah semua jenis makanan yang akan disajikan pada tamu yang

memesan. Dapur atau kitchen dibagi menjadi beberapa bagian sesuai dengan jenis makanan yang akan diolah. Berikut bagian – bagian kitchen di hotel berserta tugas dan tanggung jawab nya :

1. Garden Manager Section.
Garden manager merupakan salah satu bagian yang ada di dapur yang bertanggung jawab atas pengadaan bermacam-macam makanan pembuka atau appetizer. Mulai dari membuat salad dan saus dingin. Kemudian membuat makanan dingin atau cold appetizer. Lalu membuat sandwich-es, canape dan savouries. Setelah semua sudah siap, bagian ini juga yang bertugas untuk menata dan disajikan pada buffet.
2. Butcher Section.
Butcher adalah bagian lain dari kitchen yang memiliki tanggung jawab untuk melakukan pengadaan berbagai macam daging seperti, seperti ikan, pork, veal, beef, dan chicken, serta portion chart. Selain itu bagian ini juga yang bertugas untuk memotong tulang sebagai bahan dasar ma-kanan bagi bagian kitchen lain yang membutuhkan.
3. Pastry Section.
Pastry adalah bagian kitchen yang bertanggung jawab untuk mengolah semua jenis roti dan kue yang dijadikan sebagai dessert. Bagian ini memiliki tugas dan tanggung jawab atas semua jenis olahan dessert, baik dari buah, saus manis, sampai membuat ice cream.
4. Bakery Section.
Bakery adalah bagian lain dari dapur yang bertanggung jawab atas semua jenis makanan untuk dessert dengan metode pengolahan dengan cara di anggang termasuk bread. Bagian ini yang bertugas membuat semua jenis roti seperti sandwich, french bread, rolls, dan lain se-bagainya.
5. Patisserie Section.
Patisserie merupakan bagian dapur dari pastry yang memiliki tanggung jawab untuk melakukan pengolahan makanan dessert, ice cream dan lain dan sebagainya.
6. Hot Kitchen.
Bagian hot kitchen ini memiliki tugas untuk mengolah semua bahan ma-kanan makanan yang menjadi tugas dari saucier dan entremetier pada srtuktur organisasi versi lengkap.
7. Steward
Steward yaitu jabatan seseorang yang tugasnya mengurus alat-alat yang ada di kitchen, bar, restaurant dan banquet pada suatu hotel termasuk untuk kebersihan kitchen. Sedangkan stewarding yaitu aktifitas steward meliputi washing, cleaning & polishing, preparation (set up & clear up), purchase (pengadaan/pembelian

dan pendistribusian), store requestion, storing and inventory dan yang terakhir yaitu maintenance seluruh peralatan.

Fungsi dan peranan kitchen di Hotel Best Westren Premier The Hive Cawang, Jakarta Timur adalah sebagai sebuah ruangan untuk pengel-olahan makanan dan minuman di hotel maka fungsi kitchen sangat pent-ing, yaitu sebagai:

1. Pusatnya makanan berawal dan berakhir. Tempatnya bahan-bahan pangan diolah hingga dihias untuk lebih menarik tampi-lan.
2. Media perkenalan budaya bangsa, yang berupa sajian kuliner nusantara. Tujuannya agar lebih dikenal oleh mancanegara.
3. Dapur sebagai tempat untuk eksperimen untuk menghasilkan resep-resep baru.
4. Dapur juga sebagai alat tolak ukur kualitas hotel melalui pengelolaan makanan dan penyajiannya.

Sementara untuk peranan kitchen di hotel Best Westren Premier adalah kitchen memiliki peranan yang sangat penting di sebuah hotel. Mereka memiliki pengaruh yang besar terhadap pendapatan hotel. Bahkan hotel sangat mengandalkan olahan makanan dari dapur untuk menarik banyak tamu.

Di hotel juga terkadang sering sekali melakukan promosi untuk se-tiap menu baru dan lama yang ada di kitchen, mengubah tampilan ma-kanan menjadi lebih bagus dan kekinian sehingga diharapkan tamu hotel ingin memesan makanan tersebut dan ketagihan untuk membeli nya kembali, karena memiliki tampilan yang menarik dan rasanya yang enak. Kemudian juga untuk kepuasan tamu hotel dalam memenuhi kebutuhan tamu hotel selama mengiap.

Demi menjaga kepuasan tamu hotel kitchen juga selalu menjaga kualitas bahan makanan yang akan dimasak agar tercipta suatu makanan yang berkualitas dan rasa yang enak, serta selalu menjaga hygiene dan sanitasi sesuai dengan standar operasinal yang berlaku dalam pengel-olahan bahan makanan dan alat-alat untuk memasak agar di dapatkan hasil yang maksimal.

Upaya yang dilakukan dalam meningkatkan operasional kitchen di Hotel Best Westren Premier The Hive adalah selalu menjaga kualitas ba-han makanan yang akan di masak dengan cara melakukan frist in frist out atau FIFO merupakan singkatan dari first in first out atau dalam bahasa indonesia adalah bahan baku makanan yang pertama kali masuk akan dikeluarkan terlebih dahulu, hal ini menjelaskan bahwa bahan baku ma-kanan yang pertama kali masuk itulah yang pertama kali dicatat dari na-ma bahan baku,

tanggal masuk dan tanggal kadaluarsa. Bahan baku ma-kanan akan disimpan ke dalam chiller pada urutan terbelakang, setiap pengambilan bahan baku makanan secara otomatis bahan baku yang dibelakangakan maju dan dicatat pengambilannya pada form list.

Adanya strandar recipe atau resep, semua menu makanan yang ada di restoran dari mulai makanan nusantara seperti: gado – gado, nasi goreng, nasi bayam, nasi bali dan lain-lain, menu oriental: soup tomyom, serta menu western: salmon with mashed potato, tenderloin steak, sand-wich, spaghetti carbonara dan lain-lain, dalam pengelolaan makanan tersebut diharapkan presentasi rasa dan tampilan tetap sama dalam setiap penyajian makanan.

Serta selalu mengadakan training atau pelatihan di semua menu makanan yang terdapat di hotel dari mulai dari makanan appetizers, maincourse, dessert, mempersiapkan dan melatih staf atau karyawan supaya agar lebih ahli dan professional dalam mengolah makanan seperti mengadakan training salah satu menu makanan, briefing setaip hari sebe-lum dan sesudah beraktifitas di kitchen, dan chef executive dan chef de'partie yang ada di kitchen selalu memeriksa setiap olahan makanan dari bahan yang digunakan sampai presentasi makanan dan juga tidak sungkan untuk langsung berbicara kesalahan – kesalahan yang ada pada saat operasional di kitchen sehari – hari.

Serta selalu menjaga kebersihan dan kerapihan area dapur seperti selalu membersihkan kitchen sebelum dan sesudah beraktifitas dari mulai membersihkan cutting board, wastafel, chiller atau pendingin makanan, menyapu dan mengepel lantai.

Dan selalu menjaga kebersihan diri sendiri dalam melakukan operasional sehari – hari di kitchen, seperti menggunakan pakaian yang safety untuk berada di kitchen, menggunakan pakaian yang bersih, rapih, dan wangi, dan selalu memotong kuku, dan tidak lupa selalu mencuci tangan saat sebelum dan sesudah beraktifitas di kitchen.

Kemudian hotel juga harus menyediakan dan melengkapi alat – alat memasak dari mulai jumlah kompor yang banyak, alat – alat memasak yang lengkap dan berjumlah lebih dari satu, serta alat memasak khusus seperti blender, microwave, mixer roti, oven dan chiller harus dalam keadaan baik dan berjumlah banyak, sebab berguna untuk efesiensi waktu dalam membuat makanan.

Dengan adanya upaya – upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan operasional kitchen di hotel Best Westren Premier The Hive

Cawang, Jakarta Timur yang mampu menarik minat tamu hotel da-lam menikmati olahan-olahan makanan yang ada di hotel.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian tersebut diperoleh bahwa selama ini hotel ku-rang memahami mengenai fungsi dan peranan kitchen yang dalam-meningkatkan operasional hotel. Mengingat hotel sudah memasuki bintang 5 diharapkan semua pihak yang ada di hotel agar selalu memperhatikan operasional yang ada di kitchen apakah sudah memenuhi standar atau belum, agar dalam menjalankan aktifitas sehari – hari dapat lebih efisien dan mendapatkan hasil yang memuaskan.

Upaya yang dilakukan dalam meningkatkan operasional kitchen di Hotel Best Westren Premier The Hive adalah selalu menjaga kualitas ba-han makanan yang akan di masak dengan cara melakukan *frist in frist out* atau FIFO yang berarti barang yang pertama masuk adalah barang yang pertama kali di pakai agar bahan masakan dapat terjaga kuliatas nya, adanya strandar recipe dalam pengelolaan makanan dan minuman agar presentasi rasa dan tampilan tetap sama dalam setiap penyajian makanan.

Serta selalu mengadakan training di semua menu makanan yang terdapat di hotel, mempersiapkan dan melatih staf atau karyawan yang ahli dalam mengolah makanan, selalu menjaga kebersihan dan kerapihan area dapur dan diri sendiri dalam melakukan operasional sehari – hari di kitchen, menyediakan dan melengkapi alat memasak guna efesiensi waktu dalam membuat makanan. Hal ini perlu lebih dipahami mengenai peran dan tanggung jawab pega-wai di department kitchen di dalam hotel, sehingga mereka dapat melaksanakan tugas denngan baik.

REFERENSI

- Arivianto, G. T., Akiriningsih, T., & Utari, R. (2017). *Jurnal Pariwisata Indonesia ISSN : 1907-2457 (Print) ISSN : 2581-2688 (Online) Studi Analisis Tentang Penerapan Variasi Menu Dinner Terhadap Tingkat Kualitas Operasional Kerja Bagi Kitchen di Hotel Hyatt Regency Yogyakarta Jurnal Pariwisata Indonesia . 13(1), 27–34.*
- Bartono dan Rufino. (2010). *file:///C:/Users/User/Downloads/524-1201-2-PB.pdf. In Upaya Food & Beverage Product Dalam Meningkatkan Kualitas Makanan Di Hotel Grand Aston Yogyakarta (P. 3).*
- Fauzzia, W., & Rahmayani, R. (2022). Peranan Standar Operasional Prosedur dalam Meningkatkan Kinerja Cook di Kitchen Department Hotel Harper Purwakarta by Aston. *Jurnal Manajemen ...*, 5(2), 100–105. Retrieved from <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/view/46858%0Ahttps://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/download/46858/22552>
- Huda, S., & Nurcahyo, J. (2015). Upaya Food & Baverage Product Dalam Meningkatkan Kualitas Makanan Di Hotel Grand Aston Yogyakarta. *Khasanah Ilmu*, VI(1), 45–55. Retrieved from <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/khasanah/article/viewFile/524/416>
- Minantyo. (2011). <http://repository.uib.ac.id/2808/5/k-1746042-chapter2.pdf>. In *Buku Perhotelan* (p. 1).
- Pratiwi, K. S., Rahmawati, P. I., & Andiani, N. D. (2019). Strategi Chef De Partie Hot Kitchen Dalam Meningkatkan Kualitas Makanan Di Discovery Kartika Plaza Hotel. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v2i1.22080>
- Ridha, L. (2022). *Standar Operasional Prosedur Pastry Departement Di Hotel Harper Purwakarta By Aston 2022. 8(6), 884–888.*
- Sihite Richard. (2020). <http://repository.uib.ac.id/2838/5/k-1746051-chapter2.pdf>. In *Kegiatan Local Intership Program Food & Beverage Product Departement Kitchen Angsana* (p. 1).
- Yanti, D. (2019). Upaya Executive Sous Chef Dalam Mengoptimalkan Penggunaan Bahan Baku Ala Carte Untuk Meningkatkan Kreativitas Commis Di Kitchen Furaya Hotel Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 5(2), 158–169. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v5i2.382>

IMPLEMENTASI ALGORITMA APRIORI DALAM ANALISA PENJUALAN SPAREPART MOTOR

Muhammad Ifan Rifani Ihsan ^{1*}; Kanita Salsabila Dwi Irmanti ²; Desi Masdin Dama³

^{1,2,3}Program Studi Sains Data dan Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Nusa Mandiri
<http://nusamandiri.ac.id>

ifan.mii@nusamandiri.ac.id^{1*}, kanitasalsabila11@gmail.com², desimdama1234@gmail.com³

Abstract— The use of Apriori algorithms to develop business statistics in the sales field has been done a lot. This is due to association rules, which can find patterns that are associated with the products sold; for example, product x can be bought along with product y. A spare part is an important component in a vehicle engine whose usage is, of course, limited by the time of use. PT Hope Motorcycle Safety Branch IV is a company that operates in the field of service and spare parts providers for various types of motorcycles. In the process of running, it is often found that spare parts do not meet the sales target. This can lead to stock accumulation. For that, the company needs to adopt a sales strategy so that sales turnover rises. The data collected will be classified using the algorithm a priori and calculated using the application Tanagra version 1.4. The results of this study are to produce a support value of 33.33% and a confidence value of 100%.

Keywords: sparepart, Analysis of associations, algorithm apriori, data mining

Abstrak—Pemanfaatan Algoritma Apriori untuk mengembangkan strategi bisnis dibidang penjualan sudah banyak dilakukan. Hal ini dikarenakan dengan asosiasi rules, dapat mencari dan menemukan pola-pola yang berasosiasi diantara produk-produk yang dijual, contohnya produk x dapat dibeli bersamaan dengan produk y. Sparepart adalah komponen penting dalam suatu mesin kendaraan yang pemakaiannya tentu saja dibatasi oleh waktu penggunaan. PT Harapan Motor Sejahtera Cabang IV adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa service dan penyedia sparepart berbagai jenis motor. Dalam proses berjalan, sering dijumpai sparepart yang tidak memenuhi target penjualan. Hal ini dapat menyebabkan penumpukan stok digudang. Untuk itulah, perusahaan perlu mengambil strategi penjualan supaya omzet penjualan naik. Data penjualanyang dikumpulkan akan dilakukan klasifikasi data menggunakan algoritma apriori dan perhitungannya menggunakan aplikasi Tanagra versi 1.4. Hasil dari penelitian ini yaitu menghasilkan nilai support 33,33% dan nilai confidence 100%.

Kata Kunci: Suku Cadang, Analisis Asosiasi, Algoritma Apriori, Data Mining.

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis saat ini yang semakin pesat, membuat pemilik perusahaan untuk lebih meningkatkan strategi bisnis, salah satunya dengan memanfaatkan data penjualan (Kristania & Listanto, 2022). Pemanfaatan data yang ada di dalam sistem informasi untuk menunjang kegiatan pengambilan keputusan tidak cukup hanya mengandalkan data operasional saja, tetapi diperlukan suatu analisis data untuk menggali potensi-potensi informasi yang ada (Nizaela F et al., 2022). Data yang dibutuhkan pada bagian penjualan dan manajemen operasional dapat berupa pola transaksi. Dari data transaksi dapat diinformasikan produk-produk yang dapat

ditempatkan bersamaan dan menjadi prioritas dalam penjualan (Subakti & Nataliani, 2022). Sparepart atau suku cadang adalah suatu alat yang mendukung pengadaan barang untuk keperluan peralatan yang digunakan dalam proses produksi (Purwaningtiyas et al., 2022). Pada PT. Harapan Motor Sejahtera Cabang IV, mendapati permasalahan adanya penumpukan stok sparepart motor yang penjualannya belum memenuhi target. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengambil strategi (Aritonang & Saragih, 2017) untuk menjual suku cadang yang penjualannya belum mencapai target ini, agar bisa laku terjual bersamaan dengan barang suku cadang motor yang sering terjual, sehingga tidak mengalami penumpukan barang di gudang. Data Mining dengan algoritma apriori bekerja

dengan cara mencari dan menemukan pola-pola yang berasosiasi diantara produk-produk yang dipasarkan, sehingga dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan lagi item-item barang yang berasosiasi tersebut (Ramadhan et al., 2023).

BAHAN DAN METODE

Sampel data penjualan produk suku cadang yang akan diteliti adalah selama satu tahun, mulai bulan Januari 2018 sampai dengan bulan Desember 2018. Metode yang digunakan menggunakan data mining dengan algoritma apriori dan aplikasi Tanagra untuk perhitungan nilai datanya.

Adapun tahapan penelitian yang akan dilakukan penulis dalam proses penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi Literatur

Studi literatur merupakan pengumpulan data dan informasi dengan cara menggali pengetahuan atau ilmu dari sumber-sumber seperti buku, karya tulis, diktat catatan kuliah serta beberapa sumber lainnya yang ada hubungannya dengan objek penelitian.

Studi literatur dalam sebuah penelitian untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh tentang apa yang sudah dikerjakan orang lain dan bagaimana orang mengerjakannya, kemudian seberapa berbeda penelitian yang akan kita lakukan. Kemampuan peneliti untuk menyusun kerangka teoritis akan sangat terkait dengan upaya penelusuran studi kepustakaan, sebagai upaya memperoleh sejumlah referensi yang mendukung dan tepat untuk membahas lingkup kajian penelitian yang dilakukan.

2. Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data ini penulis menggunakan dua cara pengumpulan data yaitu:

a. Data sekunder

Pengumpulan data berdasarkan penelusuran literatur, buku, jurnal dan referensi pendukung penelitian.

b. Data primer

Pengumpulan data secara langsung untuk mengambil data dari bengkel dengan cara wawancara. Responden pada penelitian ini adalah Manajer bengkel Bojonggede.

3. Analisis Data

Metodologi dasar analisis asosiasi terbagi menjadi dua tahap:

a. Analisis Pola Frekuensi Tinggi

Tahap ini mencari kombinasi *item* yang memenuhi syarat *minimum* dari nilai *support* (nilai penunjang), diperoleh dengan rumus berikut:

$$Support = \frac{\sum \text{transaksi mengandung A}}{\sum \text{transaksi}} \times 100 \% \quad (1)$$

Sementara itu, rumus 2 *itemset* diperoleh dengan rumus

$$Support = \frac{\sum \text{transaksi mengandung A dan B}}{\sum \text{transaksi}} \times 100 \% \dots (2)$$

b. Pembentukan Aturan Asosiasi

Setelah semua pola frekuensi tinggi ditemukan, barulah dicari aturan asosiatif yang memenuhi syarat *minimum* untuk *confidence* dengan menghitung *confidence* aturan asosiatif $A \rightarrow B$, diperoleh dari rumus berikut:

$$Confidence = P(B|A) = \frac{\sum \text{transaksi mengandung A dan B}}{\sum \text{transaksi mengandung A}} \times 100 \% \dots (3)$$

4. Pengolahan Data dengan Metode Apriori dan aplikasi Tanagra 1.4

Pengolahan data ini menggunakan metode Algoritma Apriori yang perhitungannya dilakukan secara manual yaitu membuat tabulasinya ke dalam Ms. *Office Excel*, kemudian mencari *minimum support* dan *minimum confidence*, setelah kedua syarat tersebut sudah dipenuhi maka barulah penulis membentuk aturan akhir asosiasi yang menjadi tujuan dari penelitian ini. Lalu penulis melakukan pemeriksaan ulang terhadap proses pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya, untuk meminimalisir kesalahan yang mungkin muncul pada saat melakukan perhitungan manual. Disini penulis menggunakan aplikasi atau *tools* Tanagra 1.4 untuk menguji kembali.

5. Kesimpulan dan Saran

Hasil dari penelitian ini adalah pola informasi yang dihasilkan dari proses *data mining*. Informasi yang dihasilkan dari aplikasi Tanagra akan menampilkan dan memberikan informasi tingkat penjualan produk yang terbanyak. Dari sinilah pemilik bengkel dapat mengambil keputusan yang dilakukan untuk menentukan strategi penjualan agar dapat berdampak positif terhadap peningkatan penjualan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data penjualan produk suku cadang yang akan diteliti adalah selama satu tahun, mulai

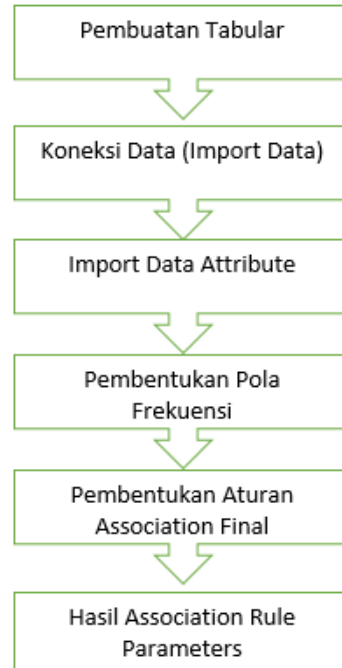
bulan Januari 2018 sampai dengan bulan Desember 2018.

Tabel 1. Data daftar produk suku cadang

No.	Nama Produk
1	Air Cleaner Element Set (1lb1)
2	Air Cleaner Element Set (54p1)
3	Bearing (28d5)
4	Bracket, Master Cylinder (30c1)
5	Brake Fluid Dot 3
6	Brake Pad Kit (2dp1)
7	Brake Pad Kit (5d22)
8	Brake Pad Kit 2 (50c1)
9	Brake Shoe Set (Mio Al115s)
10	Bulb (2dp1)
11	Bulb (T105)
12	Bulb, Headlight (54p3)
13	Carbon Cleaner
14	Clutch Carrier Assy (2ph1)
15	Cylinder 1 (1pa1)
16	Diaphragm Assy (Jupiter-Z T110)
17	Element Assy, Air Cleaner (2ph1)
18	Element Assy, Air Cleaner (2ph3)
19	Element Assy, Aircleaner (5d91)
20	Element, Air Cleaner (2dp1)
21	Front Stop Switch Assy (F1zr)
22	Gasket, Cylinder Head 1 (3c11)
23	Gear Oil (Matic)
24	Gear Oil Matic (140 ML)
25	Main Switch Sub Assy. (54p1)
26	Oil Seal (1s71)
27	Oil Seal (T105)
28	Plate, Friction (45p2)
29	Plug Cap Assy (By81)
30	Plug, Spark (2pc1)
31	Plug, Spark (Ngk Cpr8ea)
32	Plug, Spark (Ngk R Cr8e)
33	Rectifier & Regulator Assy (54p1)
34	Rivet (1wd1)
35	Seal, Felt (54p1)
36	Seal, Valve Stem (2s61)
37	Slider (2ph1)
38	Speedometer Cable Assy (54p1)
39	V-Belt (54p1)
40	Weight (2sx1)
41	Weight Set (44d3,1lb1)
42	Yamacoolant (1s71)
43	Yamalube Gear Oli Matic (150ml)
44	Yamalube Matic Oil
45	Yamalube Power Matic Oil
46	Yamalube Rs4gp 1lt,10w-40,Sl,Ma2
47	Yamalube Silver Oil
48	Yamalube Sport Oil
49	Yamalube Spr Sport 4t,1 Ltr,Sl 10w-40 Ma

50 Yamalube Super Matic 1lt,10w-40,Sl,Mb

Implementasi Algoritma pada Software Tanagra versi 1.4 menggunakan data daftar produk.



Gambar 1. Tahapan Implementasi

Gambar 1 merupakan rancangan yang dilakukan terkait proses data yang dimiliki oleh peneliti. Adapun diantaranya :

Pembuatan Tabular

Pada pembuatan tabular ini dilakukan menggunakan *Microsoft Excel 2010*. Adapun format tabular tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

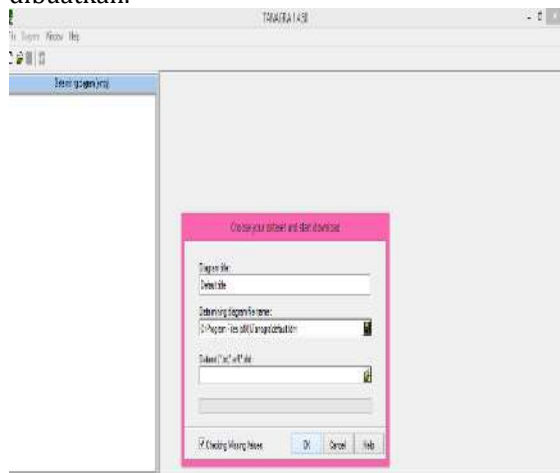
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
Bulan	BEARING (28D5)	BRACKET MASTER CYLINDER (30C1)	BRACKET (28D5)	BRACKET (54P1)	BULB (2DP1)	BULB (T105)	CARBON CLEANER	CYLINDER 1 (1PA1)	DIAPHRAGM ASSY (JUPITER-Z T110)	AIR CLEANER (2PH1)	AIR CLEANER (2PH3)	DIAPHRAGM ASSY (JUPITER-Z T110)	DIAPHRAGM ASSY (JUPITER-Z T110)	DIAPHRAGM ASSY (JUPITER-Z T110)	DIAPHRAGM ASSY (JUPITER-Z T110)	DIAPHRAGM ASSY (JUPITER-Z T110)	DIAPHRAGM ASSY (JUPITER-Z T110)
Januari	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Februari	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Maret	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
April	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mei	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Juni	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Juli	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Agustus	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
September	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Oktober	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
November	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Desember	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Gambar 2. Format Tabular

Pada proses pembuatan tabular, penulis menyarankan dalam menyimpan ulang file dengan format yang nantinya didukung oleh aplikasi.

Proses Koneksi Data

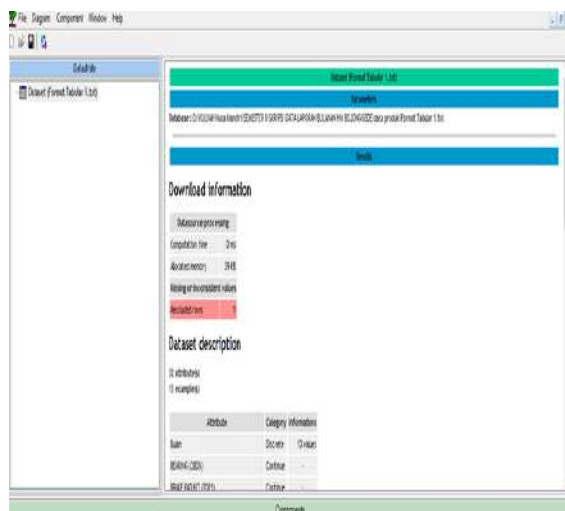
Selanjutnya proses koneksi data dengan mengimport data, adapun data yang diinputkan merupakan data tabular yang sebelumnya sudah dibuatkan.



Gambar 3 Proses Input Data

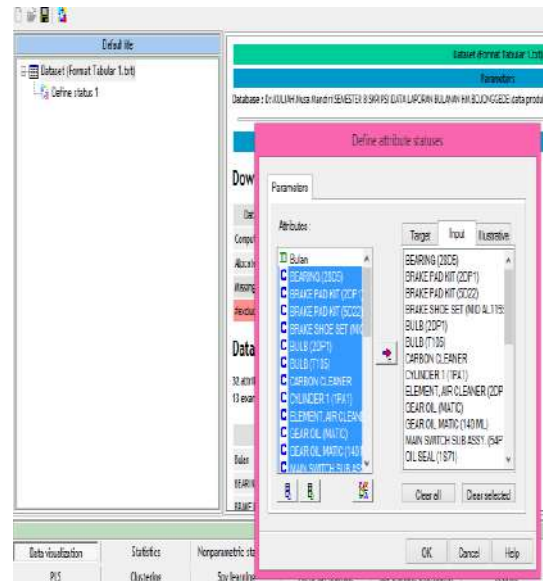
Proses Menginput Attributes Databases.

Pada proses ini, Setelah *format tabular* (.txt) berhasil dikoneksikan, maka dilakukan iter pemilihan attribute yang digunakan dalam penelitian ini.



Gambar 4. Tampilan Aplikasi Terkoneksi dengan Format Tabular

Adapun pada penelitian ini, pada proses filterisasi attribute digunakan seluruh attribut pada data yang diujikan, hal ini dilakukan karena setiap attribute memiliki nilai penting dalam mendukung hasil dari pengujian.



Gambar 5. Tampilan Attributes Terinput

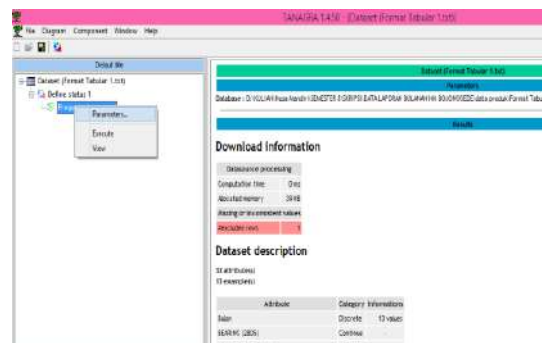
Pembentukan Pola Frekuensi

Selanjutnya dilakukan proses pembentukan Pola Frekuensi Tinggi



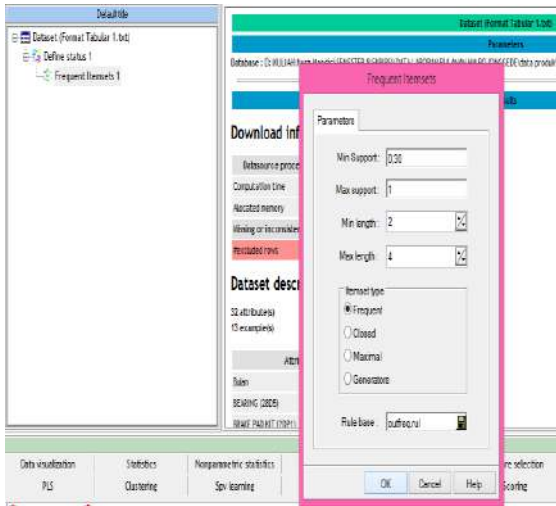
Gambar 6. Tampilan Components

Untuk mengetahui Kombinasi 2 *itemset* maka *Frequent itemset* akan dimasukkan dan letakkan ke dalam *Define Status 1* yang telah terbentuk. Selanjutnya diperlukan pemberian nilai *Support* pada *Frequent itemset* 1 yang selanjutnya dilakukan pengujian parameters.



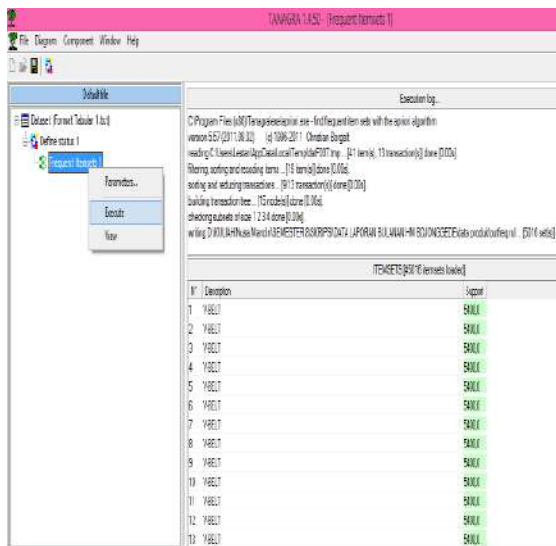
Gambar 7. Tampilan Menu Frequent Itemset 1

Tampilan *Parameters* akan muncul untuk memasukkan nilai *minimum support* dengan nilai sebesar 30%,



Gambar 8. Proses *input parameters frequent itemset*

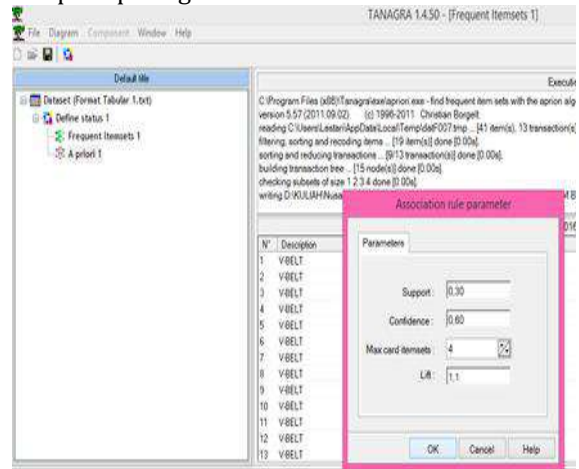
Adapun dari proses-proses yang dilakukan diatas, terdapat hasil *Frequent Itemset* untuk kombinasi 2 *itemset* yang dapat dilihat dengan pada *Frequent Itemset* pada bagian view, berikut hasil dari pengujian yang dilakukan sebagai berikut :



Gambar 9 Tampilan Hasil *Frequent Itemset*

Proses Pembentukan Aturan *Association Final*
 Pembentukan aturan *association final* dilakukan dengan cara yang sama seperti pola frekuensi tinggi dilangkah sebelumnya. Namun perbedaannya ialah pada saat pemilihan *Components* yaitu pilih *Apriori* dan letakkan ke dalam *Define*

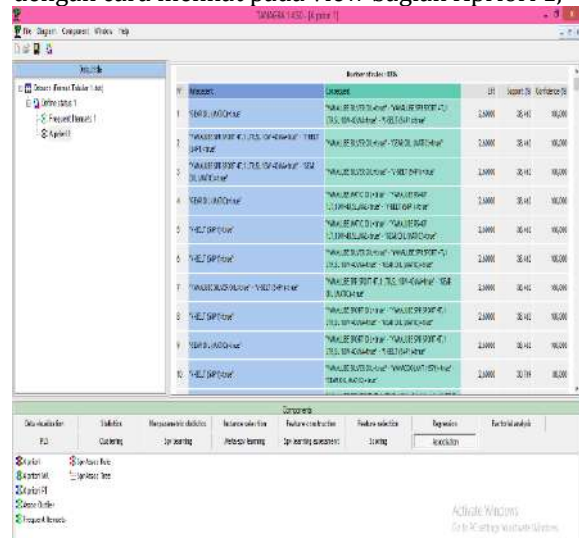
Status 1 yang telah terbentuk. Pemberian nilai *Confidence* dapat dilakukan dengan klik kanan pada *A priori* lalu pilih *Parameters* maka akan tampil seperti gambar 14 di bawah ini



Gambar 10. Tampilan *Association Rule Parameters*

Hasil Associate Rule Parameters

Hasil *Association Rule Parameters* dapat dilihat dengan cara melihat pada view bagian *Apriori 1*,



Gambar 15. Tampilan hasil pembentukan *Association Rule*

Adapun hasil dari pengujian data yang didapat dari hasil asosiasi dengan pencarian algoritma apriori diantaranya sebagai berikut:

- a. Gear Oil (Matic), Gear Oil Matic (140ML) dengan nilai *support* 33,33% dan nilai *confidence* 100%. Aturan tersebut berarti 100% dari transaksi di database yang memuat *item* Gear Oil (Matic) juga memuat Gear Oil Matic (140ML), sedangkan 33,33% dari seluruh transaksi yang ada di *database* memuat kedua *item* itu.

- b. Gear Oil Matic (140 ML), Oil Seal (T105) dengan *support* 58,33% dan nilai *confidence* 100%. Aturan tersebut berarti 100% dari transaksi di database yang memuat *item* Gear Oil Matic (140ML) juga memuat Oil Seal (T105), sedangkan 58,33% dari seluruh transaksi yang ada di *database* memuat kedua *item* itu.

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan a. Gear Oil (Matic), Gear Oil Matic (140ML) dengan nilai *support* 33,33% dan nilai *confidence* 100%. Aturan tersebut berarti 100% dari transaksi di database yang memuat *item* Gear Oil (Matic) juga memuat Gear Oil Matic (140ML), sedangkan 33,33% dari seluruh transaksi yang ada di database memuat kedua *item* itu. Artinya seorang konsumen yang membeli Gear Oil Matic punya kemungkinan 100% untuk membeli Gear Oil Matic (140ML). Gear Oil Matic (140 ML), Oil Seal (T105) dengan *support* 58,33% dan nilai *confidence* 100%. Aturan tersebut berarti 100% dari transaksi di database yang memuat *item* Gear Oil Matic (140ML) juga memuat Oil Seal (T105), sedangkan 58,33% dari seluruh transaksi yang ada di database memuat kedua *item* itu. Artinya seorang konsumen yang membeli Gear Oil Matic (140ML) punya kemungkinan 100% untuk membeli Oil Seal (T105).

REFERENSI

- Aritonang, J., & Saragih, S. P. (2017). Implementasi Data Mining pada Penjualan Menggunakan Algoritma Apriori di PT. Selatan Indobatam Mandiri. *Comasie*, 2(2), 31–39.
- Kristania, Y. M., & Listanto, S. (2022). Implementasi Data Mining Terhadap Data Penjualan Dengan Algoritma Apriori Pada Pt. Duta Kencana Swaguna. *Jurnal Teknoinfo*, 16(2), 364. <https://doi.org/10.33365/jti.v16i2.1973>
- Nizaela F, A. F., Susyanto, T., & Vulandari, R. T. (2022). Implementasi Algoritma Apriori pada Tata Letak Kategori Buku di Perpustakaan. *Jurnal Ilmiah SINUS*, 20(1), 23. <https://doi.org/10.30646/sinus.v20i1.566>
- Purwaningtias, F., Defiyanti, N. E., & Apriori, A. (2022). *Penggunaan algoritma apriori untuk penjualan sparepart*. 08(02), 11–18.
- Ramadhan, M., Hutagalung, J., Dahria, M., Zulkarnain, I., & Jaya, H. (2023). Prediksi Penjualan Spare Part Mobil Daihatsu Menggunakan Algoritma Apriori. *Techno.Com*, 22(1), 156–166. <https://doi.org/10.33633/tc.v22i1.7192>
- Subakti, G. P., & Nataliani, Y. (2022). Analisis Data Transaksi untuk Penempatan Produk Prioritas Oli Motor Menggunakan Algoritma Apriori. *INOVTEK Polbeng - Seri Informatika*, 7(2), 243. <https://doi.org/10.35314/isi.v7i2.2684>