

## BAB 1 PENDAHULUAN

Pendahuluan dari penelitian ini akan diuraikan pada bab yang pertama ini. Dasar-dasar penyusunan penelitian seperti latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan batasan penelitian akan dijelaskan pada bab ini. Bab pendahuluan ini juga akan menjelaskan mengenai objek penelitian serta masalah yang dihadapi objek penelitian.

### 1.1. Latar Belakang

Memasuki jaman modern yang terus berkembang, banyak hal yang memerlukan inovasi agar mampu bersaing. Tak terkecuali bagi seorang pelaku usaha dalam mendirikan usaha. Seorang pelaku usaha dapat membangun sebuah bisnis baru ataupun dengan membeli sistem bisnis yang telah ada dan telah berjalan, yaitu dengan sistem bisnis waralaba. Bagi masyarakat yang ingin menjadi pengusaha tetapi belum memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam bisnis, waralaba/*franchise* merupakan bisnis yang cocok bagi mereka karena tidak perlu membangun bisnis mulai dari nol, sehingga potensi kegagalan dalam memulai usaha sangat kecil, hal ini karena sistem tersebut telah teruji dan siap dijalankan oleh pembeli sistem bisnis tersebut (Hapsari, 2008) dalam Hasyim dan Susilowati (2009).

*Franchise* dibedakan menjadi dua yaitu *franchise* lokal dan *franchise* asing. Pilihan *brand* pada *franchise* lokal dapat ditemukan pada lima sektor industri, antara lain sektor *food and beverage*, *educational product and service*, *ritel*, *real estate service*, *laundry and dry cleaning*, dan lain-lain (Rachmadi, 2008) dalam (Oktawidya K, 2008). Sektor *food and beverage* menjadi pilihan *franchise* yang paling banyak dijalankan di Indonesia. Salah satu keunggulan *franchise* pada sektor *food and beverage* di Indonesia pada umumnya dan di Yogyakarta pada khususnya, adalah karena pasar yang sudah tersedia serta beberapa keuntungan dari bentuk *franchise* itu sendiri seperti bantuan manajerial dan operasional yang diberikan oleh *franchisor*. Usaha *franchise* makanan mempunyai ciri khusus dari produknya sehingga dapat lebih bertahan dari ancaman pasar. Distribusi usaha *franchise* sangat pendek, sehingga kontrol terhadap mutu produk dan pelayanan dapat dilakukan secara langsung. Usaha yang bergerak dalam sektor *food and beverage* tidak akan pernah sepi dan

bahkan terus menjamur. Menurut Rachmadi (2008), diperkirakan *franchise* pada sektor *food and beverage* akan terus meningkat dan akan menjadi sebuah trend.

Salah satu nama *franchise* pada sektor *food and beverage* adalah Perusahaan Waralaba X. Perusahaan Waralaba X menarik minat masyarakat karena menjual produk makanan tradisional yang saat ini mulai sulit dijumpai. Produk yang merupakan makanan tradisional diberi sentuhan modern sehingga bertransformasi dari makanan tradisional menjadi makanan yang lebih menarik dengan variasi rasa yang beragam. Sejak berdiri pada bulan Juni 2010 Perusahaan Waralaba X terus berkembang dan bertambah jumlah *franchisee*-nya. Hingga kini, Perusahaan Waralaba X memiliki sekitar 210 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia. Perusahaan Waralaba X tetap mencuri perhatian konsumen meski bersaing dengan berbagai jenis *franchise* pada sektor *food and beverage*, terlebih yang menjual makanan barat.

Bertambahnya jumlah outlet juga tidak terlepas dari strategi pemasaran lewat jalur *online*. Menurut *franchisor* Perusahaan Waralaba X, permintaan pembukaan outlet baru meningkat hingga tiga kali lipat setelah melakukan pemasaran *online*. Kendala yang dihadapi *franchisor* kemudian adalah mengimbangi angka permintaan yang tinggi tersebut, dengan kinerja karyawan dari tiap divisi, serta menyesuaikan beban kerja tiap divisi agar pekerjaan dapat berjalan secara sinkron. *Franchisor* beserta karyawan yang berjumlah sembilan orang seringkali kewalahan dalam memenuhi permintaan, baik itu permintaan pembukaan outlet baru, maupun permintaan supply bahan baku rutin. Dalam hal ini, sistem informasi dituntut untuk mendukung perusahaan dalam menghadapi perubahan kondisi bisnis yang cepat, termasuk meningkatnya angka permintaan pasar. Hasil penelitian beberapa industri menyatakan bahwa sebuah *Enterprise Resource Planning* (ERP) dapat mengatasi permasalahan ini (Kranz, 2000) dalam (Ernita, 2008).

*Enterprise Resource Planning* (ERP) adalah sebuah konsep terintegrasi dalam merencanakan dan mengelola sumber daya organisasi agar dapat dimanfaatkan secara optimal untuk menghasilkan nilai tambah bagi seluruh pihak yang berkepentingan dalam organisasi tersebut. ERP memungkinkan antar departemen di perusahaan untuk berintegrasi serta memanfaatkan modul-modul penting bagi perusahaan seperti perencanaan bahan baku, keuangan dan akuntansi, manajemen sumberdaya manusia, dan lain-lain. ERP juga dapat

digunakan sebagai alat bantu manajemen yang efektif dalam mengambil sebuah keputusan, dan keputusan yang diperoleh dapat meningkatkan fungsionalitas perusahaan, penghematan biaya operasi, peningkatan jumlah penjualan, mengurangi kompleksitas proses bisnis, dan menambah daya saing perusahaan.

Salah satu aplikasi ERP yang dipilih *Owner* atau *franchisor* Waralaba X untuk diimplementasikan pada proses bisnis Waralaba X adalah *Software Z*. *Software Z* merupakan *Software* akuntansi untuk menunjang pencatatan keuangan bisnis dengan mudah, cepat, dan tepat. Dikembangkan sejak tahun 1996, *Software Z* terus berkembang dari versi pertamanya hingga sekarang sampai pada versi keenamnya. *Software Z* ini, mampu mengakomodir beberapa aktivitas bisnis yang umum dijalankan seperti penjualan, pembelian, persediaan stok, pembukuan keuangan, hingga laporan-laporan keuangan.

*Owner* Perusahaan Waralaba X menjelaskan bahwa versi *Software Z* yang mereka beli merupakan saran dari pihak pengembang *Software Z*, tanpa penyesuaian khusus dengan proses bisnis yang sudah berjalan di Perusahaan Waralaba X. Pembelian *Software* tanpa penyesuaian khusus tersebut menyebabkan beberapa ketidaksesuaian, baik adanya fitur yang dibutuhkan perusahaan namun tidak dapat diakomodir oleh *software*, maupun adanya fitur yang tidak dibutuhkan oleh perusahaan namun terdapat pada *Software* yang sudah dibeli. Ketidaksesuaian dari pengimplementasian ERP tersebut mengakibatkan *software* yang sudah dibeli belum dapat dimanfaatkan. Pengimplementasian ERP dengan menggunakan *software* jadi seperti *software Z* dan bukan *software custom* tentu akan mempengaruhi proses bisnis yang sudah berjalan.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Permasalahan yang dialami Waralaba X adalah *software* ERP yang sudah dibeli tidak dapat langsung digunakan karena adanya beberapa ketidaksesuaian dengan proses bisnis yang sudah berjalan, sehingga diperlukan beberapa penyesuaian. Penyesuaian dilakukan dengan melakukan analisis *software* dengan proses bisnis sehingga dapat dilakukan penyesuaian.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Menemukan proses yang belum terakomodir dalam *Software* dan menentukan penyesuaian yang paling tepat sehingga dapat dilakukan penyesuaian
- b. Menyelesaikan beberapa masalah ketidaksesuaian yang ditemui dalam implementasi ERP

#### **1.4. Batasan Penelitian**

Karena keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya maka penelitian ini dibatasi pada:

- a. Objek penelitian adalah kantor pusat (*franchisor*) Perusahaan Waralaba X yang terletak di Yogyakarta.
- b. Analisis dilakukan berdasarkan persepsi *franchisor* dan sumber daya manusia di perusahaan waralaba X.
- c. *Software* yang digunakan adalah *Software Z* dengan versi Flexy yang memiliki fitur *inventory*, giro, kas dan bank, rekonsiliasi bank, klasifikasi data, FIFO dan LIFO, desain laporan, *export* laporan, laporan yang bisa diklik, faktur pajak, analisis bisnis, pengingat aktivitas, grafik, transaksi berulang dan diskon.
- d. Tahapan Implementasi ERP yang dilakukan menyesuaikan perusahaan dimana *software* ERP sudah ada atau sudah dibeli.