

# KONSEP BUSINESS PROCESS REENGINEERING UNTUK MEMPERBAIKI KINERJA BISNIS MENJADI LEBIH BAIK: STUDI KASUS PERUSAHAAN SUSU KEDELAI “XYZ”

**Dotty Wimpertiwi; Agung Hari Sasongko; Antonius Kurniawan**

Binus Entrepreneurship Center, BINUS University  
Jln. K.H. Syahdan No. 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480  
dwimpertiwi@binus.edu; asasongko@binus.edu; ankurniawan@binus.edu

## ABSTRACT

*Business Process Reengineering is a phase of redesigning business process to improve performance. Business Process Reengineering can be applied to improve micro or medium businesses. One example from them comes from a soymilk company. XYZ Soymilk Company is one of the examples of Small and Medium enterprises with home-industry system. Its organizational structure consists of the director and some divisions. Those divisions, which are run by employees, are: production division, procurement division, finance division, and marketing division. The produced soymilk is packed in plastic bags with Susu Kedelai “XYZ” label on it. This product later is marketed in the canteens of universities, some stores around neighborhoods, and supermarkets. The main market target of this product is university students and people around the location. The promotion is done by attaching promotion flyers on some strategic places. The problem that occurs is a shortage in operational management, the number of command and control in the operating system, as well as recording done still manually. The purpose of using Business Process Reengineering concept processing system is to be more computerized for a better, faster, more accurate, effective and efficient, and improvement in operation management system as an attempt to survive among other competitors. The results of the business process reengineering are some business process ideas.*

**Keywords:** Business Process Reengineering, CSF, KPI

## ABSTRAK

*Business Process Reengineering adalah suatu proses merancang ulang proses bisnis untuk memperbaiki kinerja. Business Process Reengineering bisa diaplikasikan untuk membantu memperbaiki usaha kecil maupun menengah. Perusahaan Susu Kedelai “XYZ” merupakan salah satu contoh usaha kecil menengah dengan proses produksi rumahan. Struktur organisasinya terdiri dari pimpinan dan beberapa bagian. Bagian-bagian itu di antaranya bagian produksi, bagian pengadaan bahan baku, bagian keuangan, dan bagian pemasaran dengan masing-masing bagian terdiri dari beberapa pekerja. Susu kedelai yang telah diproduksi dipasarkan dengan dibungkus plastik. Pada plastik yang telah dikemas, kemudian disablon dengan label Susu Kedelai “XYZ”. Target pasar produk susu kedelai ini utamanya adalah mahasiswa kampus dan masyarakat sekitar. Produk dipasarkan di kampus, etalase kantin kampus, toko atau warung sekitar perumahan, serta di supermarket terdekat. Promosi hanya dilakukan dengan menempel pamflet di pinggir jalan dan tempat strategis lainnya. Masalah yang terjadi adalah kekurangan pada manajemen operasional, banyaknya perintah dan kontrol pada sistem operasi, serta pencatatan yang masih secara manual. Tujuan penggunaan metode konsep Business Process Reengineering ini adalah sistem pengolahan akan lebih terkomputerisasi demi penyajian informasi yang lebih cepat, akurat, efektif dan efisien, serta perbaikan dalam sistem manajemen operasional sebagai upaya dalam bertahan dan berkembang di antara pesaing lain. Hasil dari rekayasa ulang proses bisnis berupa usulan proses bisnis.*

**Kata kunci:** Business Process Reengineering, CSF, KPI

## PENDAHULUAN

Salah satu kelemahan pada manajemen perusahaan susu kedelai “XYZ” adalah kekurangan pada manajemen operasional, banyaknya perintah dan kontrol di sistem operasi, dan masih bergerak sendiri-sendiri. Meskipun begitu, peluang pasar untuk produk yang berbahan dasar kedelai ini sangatlah besar melihat budaya masyarakat yang konsumtif dan peluang pasar yang menjanjikan. Selain itu, daya beli konsumen terhadap produk ini cukup bervariasi dari konsumen elitis hingga konsumen menengah bawah. Produk ini dapat dikonsumsi oleh semua golongan karena harganya yang relatif terjangkau serta memiliki nilai kepuasan yang tinggi. Di sisi lain, selain mempunyai peluang, salah satu ancaman terbesar adalah makin padatnya persaingan dalam dunia bisnis.

Salah satu cara untuk mengatasi kelemahan dan ancaman adalah melakukan pengolahan data menjadi informasi yang terkomputerisasi. Hal ini menjadi sangat penting dan dibutuhkan. Pengolahan data yang terkomputerisasi memberikan andil besar di bidang bisnis jika dibandingkan dengan pengolahan data secara manual.

Perusahaan “XYZ” merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang minuman. Perusahaan ini menjalankan usaha bisnisnya sudah sekitar 3 tahun namun perkembangan bisnisnya tidak sesuai penataan. Ditambah lagi, pengelolaan proses bisnis yang kurang memadai mengakibatkan banyak keluhan dari para *stakeholders*, yaitu pelanggan dan para karyawan. Semua proses masih dijalankan secara manual. Masalah yang sering dialami, yaitu: pencatatan data penjualan sering terjadi kesalahan dalam perhitungan jumlah total bayar; pencatatan daftar harga masih dalam buku sehingga butuh waktu yang cukup lama untuk mencari harga yang diinginkan; data stok sering tidak sesuai dengan stok yang ada di gudang; dan sulitnya dalam pembuatan laporan karena nota dan catatan penjualan dan catatan persediaan barang tidak diarsip dengan baik dan benar.

Pertama adalah bahwa organisasi harus berani berubah, bahkan untuk perubahan secara drastis sekalipun. Perubahan utama adalah perubahan *mindset* atau pola pikir dari tradisional yang terikat tradisi dengan gagasan-gagasan yang lebih maju. Sebaliknya, gagasan-gagasan untuk lebih maju tersebut harus juga dijadikan suatu tradisi. Perubahan dari perubahan *mindset* perusahaan melahirkan beberapa paradigma yang berlanjut dalam proses *reengineering* (rekayasa ulang) secara radikal atas proses-proses bisnis yang merupakan keharusan yang tidak terelakkan. Pelajaran kedua bahwa upaya-upaya proses rekayasa ulang perusahaan menimbulkan guncangan-guncangan dan penolakan internal terutama dari para manajer tradisional. Pelajaran ketiga adalah upaya terus menerus untuk memikirkan peluang-peluang unik atau menghasilkan kreativitas yang tujuannya adalah untuk penilaian terus menerus terhadap proses yang dijalankan; untuk meningkatkan nilai pelanggan yang merupakan kunci bagi semua rencana bisnis yang dilakukan. Kemudian pelajaran keempat, bahwa upaya terus menerus untuk merekayasa ulang operasi-operasi yang menghasilkan praktik-praktik terbaik dalam bisnis atau *benchmarking*.

### Identifikasi Masalah

Peluang usaha susu kedelai masih terbuka lebar untuk siapa saja. Modal yang dibutuhkan untuk usaha susu kedelai tidak besar, cukup dengan memiliki satu mesin susu kedelai, usaha sudah bisa langsung dimulai saat itu juga. Proses pembuatan susu kedelai dengan mesin sangat mudah dan cepat, berbeda sekali jika menggunakan cara manual. Berdasarkan pengalaman salah satu *customer*, 1 kg kedelai bisa menjadi rata-rata 50-70 bungkus susu kedelai kemasan plastik. Satu bungkus dijual dengan harga Rp2.000,00 – Rp3.000,00 tergantung lokasi kota. Dapat dibayangkan, 1 kg kedelai saat ini harganya sekitar Rp7.000,00 – Rp8.000,00, profit dari usaha susu kedelai ini sudah bisa dihitung.

Susu kedelai yang telah diproduksi dipasarkan dengan dibungkus plastik ukuran ½ kg yang telah disablon dengan label: Susu Kedelai “XYZ”. Sekarang ini, Susu Kedelai “XYZ” mendapat banyak keluhan baik dari para *customer* maupun karyawan perusahaan XYZ sendiri. Hal-hal yang dikeluhkan tersebut adalah lamanya proses pendistribusian susu kedelai, pasokan bahan baku kedelai tidak terkontrol, sulit mengecek stok bahan baku, karyawan sulit dan lama dalam memproses bahan baku mentah menjadi susu kedelai, data *income* dan *outcome* sulit untuk dicek.

Dari keluhan tersebut untuk kegiatan pertama adalah mengecek permasalahan data, yaitu data pasokan bahan baku kedelai dan data *outcome*. Sedangkan untuk kegiatan kedua adalah mengecek permasalahan proses yaitu proses pendistribusian, dan proses bahan baku menjadi menjadi susu kedelai. Berdasarkan hal tersebut penelitian tentang peran teknologi dan sistem informasi dalam mendukung keberhasilan rekayasa ulang bisnis Susu Kedelai “XYZ” ini dilakukan.

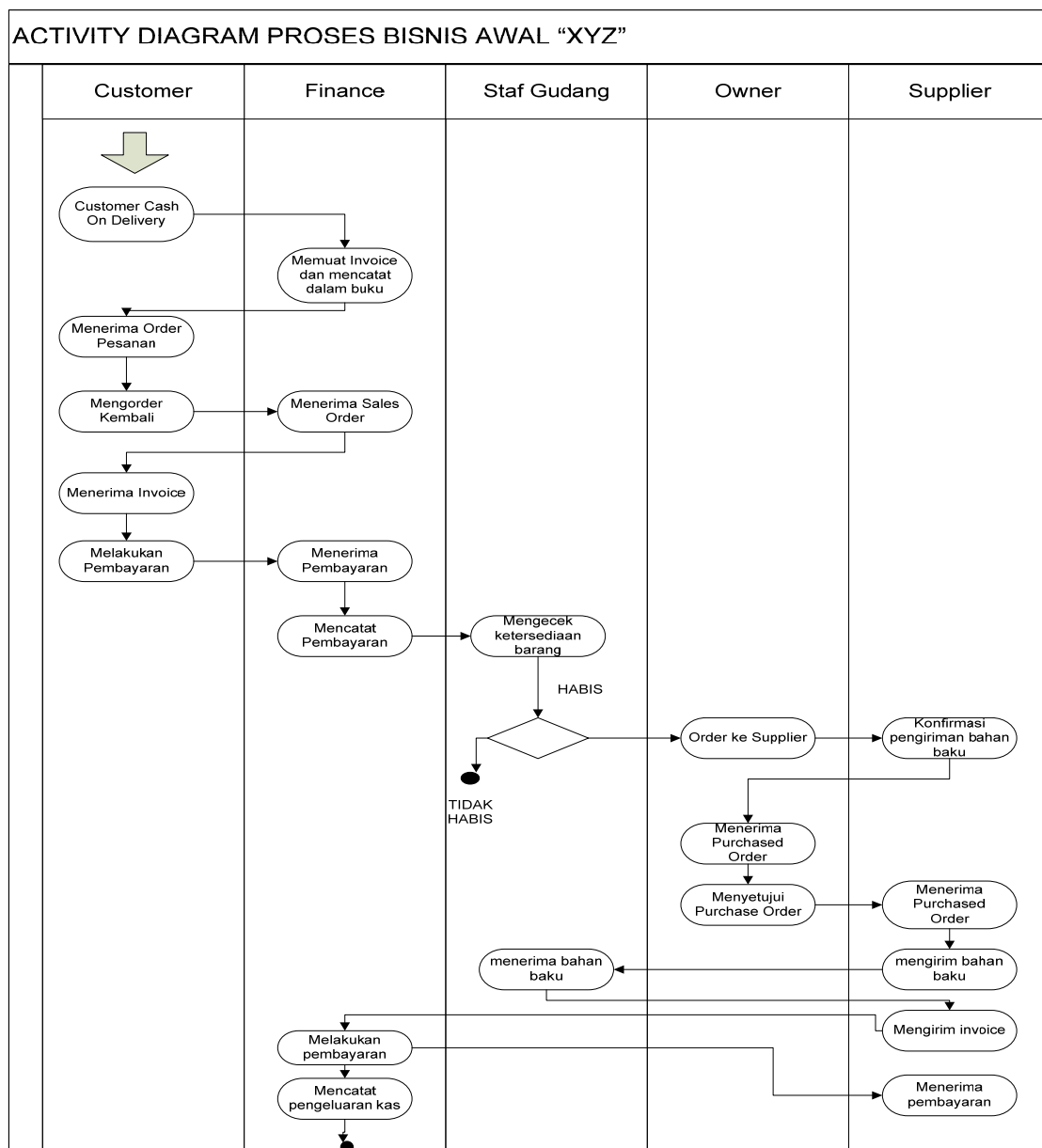
## METODE

Penelitian sebelumnya tentang Business Process Reengineering telah dilakukan (Bradley et al., 1995; Jeyaraj, 2010). Bradley et al. (1995) meninjau peranti lunak Business Process Reengineering (BPR) dari segi kelebihan dan kekurangannya dengan membandingkan empat peranti lunak yang beredar di pasaran: DecModel, ProcessWise, Business Design Facility, dan Enterprise Modeling System (EMS-First Step). Metodologi yang digunakan untuk membandingkan peranti lunak tersebut diharapkan akan membantu praktisi untuk memilih peranti lunak yang sesuai dengan kebutuhan praktisi pengguna. Sementara pada penelitian ini, metode yang digunakan lebih berdasarkan pada Jeyaraj (2010). Penelitian ini mengidentifikasi permasalahan data, mengidentifikasi masalah proses, membangun bisnis proses baru terhadap perusahaan XYZ dengan produknya Susu Kedelai “XYZ” dan karyawan-karyawannya melalui wawancara dengan bagian operasional dan studi literatur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan strategis meliputi proses penentuan sasaran, tolok ukur, target, dan inisiatif. Sasaran adalah kondisi masa depan yang dituju. Sasaran bersifat komprehensif, sesuai dengan tujuan dan strategi, merumuskan sasaran secara koheren, seimbang, dan saling mendukung. Beberapa pedoman dalam menentukan sasaran adalah sasaran harus menentukan hasil tunggal terukur yang harus dicapai; sasaran harus menentukan target tunggal atau rentang waktu untuk penyelesaian; sasaran harus menentukan faktor-faktor biaya maksimum; sasaran harus sedapat mungkin spesifik dan kuantitatif. Tolok ukur adalah alat untuk mengukur kemajuan sasaran. Tolok ukur terdiri dari dua jenis, yaitu tolok ukur hasil (*lag indicator*) dan tolok ukur pemacu kinerja (*lead indicator*). Keduanya merupakan Key Performance Indicators. Indikator kinerja kunci harus merupakan faktor-faktor yang bisa diukur, masuk secara logis dalam area hasil kunci tertentu yang sasarannya jelas, mengidentifikasi apa yang akan diukur, bukan berapa banyak atau ke arah mana, merupakan faktor-faktor yang dapat ditelusuri asalnya (*tracked*) secara terus-menerus sampai tingkat yang memungkinkan. Target berfungsi memberikan usaha tambahan namun tidak bersifat melemahkan semangat, berjangka waktu dua sampai lima tahun agar memberikan banyak waktu untuk melakukan terobosan, membatasi banyak target, berfokus pada terobosan dalam satu atau dua area kunci, tergantung pada nilai (*value*), kesenjangan (*gap*), ketepatan waktu (*timeliness*), hasrat/keinginan (*appetite*), keterampilan (*skill*). Inisiatif adalah langkah-langkah jangka panjang untuk mencapai tujuan. Inisiatif tidak harus spesifik pada satu bagian, tetapi dapat bersifat lintas fungsi/bagian, mengidentifikasi hal-hal penting yang harus dilakukan oleh organisasi agar mencapai tujuan, harus jelas agar manajer dan karyawan dapat menentukan rencana yang diperlukan, dan memperkirakan sumber daya yang diperlukan untuk mendukung pencapaian strategi secara keseluruhan.

Untuk mendesain sistem informasi perusahaan dengan berhasil, seorang harus bisa menguasai kombinasi unik kemampuan teknis dan *soft skill* (Davis & Woodward, 2006). Kemampuan teknis adalah termasuk kemampuan untuk mengenali dan menelusuri bisnis proses yang menempel secara horizontal dan melintasi departemen di dalam organisasi, mengidentifikasi kegiatan dan data yang tersembunyi dengan departemen yang berbeda serta memutuskan bagaimana mereka terhubung dengan bisnis proses dan dokumen, pemetaan bisnis model yang ada (misalnya sekarang atau yang sudah ada), memutuskan informasi dan proses yang terhubung dengan masalah pokok proses bisnis, proses bisnis rekayasa ulang seperti informasi dan proses yang berhubungan dengan masalah yang dialamatkan, dan mendesain integrasi dan model pusat data yang bisa akan menjadi dukungan bisnis proses nantinya. Sementara kemampuan interpersonal adalah kemampuan komunikasi interpersonal antarorang yang terlibat dalam semua kegiatan. Gambar 1 menunjukkan diagram proses bisnis perusahaan XYZ.



Gambar 1 Diagram Aktivitas Proses Bisnis "XYZ"

## CSF dan KPI

Istilah CSF (Critical Success Factor) dan KPI (Key Performance Indicator) sering kali didengar dalam Business Intelligence. Dua hal ini saling berkaitan satu sama lain. Menurut Wikipedia, CSF adalah sebuah penentu tercapainya sebuah misi dari organisasi, sedangkan KPI adalah alat ukur kuantitas untuk dalam mencapai CSF tersebut. Sebagai contoh, apabila CSF adalah memiliki layanan *customer service* untuk mencapai misi akuisisi pelanggan sebanyak target perusahaan, yang menjadi KPI adalah jumlah pelanggan yang terakuisisi. CSF adalah titik strategi dalam pencapaian sebuah misi perusahaan yang merupakan perumusan atau turunan misi perusahaan. Oleh karena itu apabila pihak manajerial tidak memahami misi perusahaan, CSF tidak akan pernah bisa didefinisikan.

Key Performance Indicators memiliki peran penting bagi kemajuan sebuah perusahaan. Sebab, perusahaan akhirnya dituntut memiliki visi dan misi yang jelas serta langkah praktis untuk merealisasikan tujuannya. Tidak sekadar itu, dengan Key Performance Indicators perusahaan bisa mengukur pencapaian performa kinerjanya: apakah sudah sesuai atau belum sama sekali. Key Performance Indicators merupakan alat ukur performa kinerja sebuah perusahaan, dengan demikian Key Performance Indicators juga harus mencerminkan tujuan yang ingin diraih oleh perusahaan tersebut. Tabel 1 menunjukkan analisis CSF dan KPI serta Model Kinerja.

Tabel 1 Analisis CSF dan KPI serta Model Kinerja

No	Critical Success Factor	Key Performance Indicators	Target
1	SDM	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah rekrutmen baru</li> <li>• Produktivitas karyawan</li> <li>• Great employee turnover</li> <li>• Biaya pegawai dibanding total cost</li> <li>• Profit per employee</li> </ul>	100% 30% Max 1% Max 7,5% 50 juta
2	Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertumbuhan penjualan dibanding tahun lalu</li> <li>• Market share</li> <li>• Kepuasan Customer</li> <li>• Jumlah pengembangan product</li> <li>• Product availability in market</li> <li>• Penyelesaian komplain pelanggan secara tuntas</li> </ul>	15% 27% 4,5 5 Product 95% Max 24 jam
3	Information Technology	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistem Jaringan Komputer</li> <li>• Implementasi sesuai rencana</li> <li>• Pengembangan aplikasi baru</li> <li>• Kepuasan Customer</li> <li>• ROI dari program aplikasi</li> <li>• Jumlah cabang yang terkoneksi secara online</li> </ul>	98% 90% 3Aplikasi 4 200% 9 cabang
4	Finance	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Operating Cost Ratio</li> <li>• Rata-rata ketersediaan cash setiap bulan</li> <li>• Pemrosesan piutang tepat waktu</li> <li>• Laporan keuangan disajikan akurat</li> <li>• Laporan keuangan disajikan tepat waktu</li> <li>• Return on asset</li> </ul>	40% 10 juta 100% 100% 100% 100%

## BPR

BPR dikenal sebagai pendekatan untuk mendapatkan perbaikan yang dramatis/signifikan. Pendekatan yang telah ada sebelumnya dianggap belum mampu meningkatkan perbaikan secara dramatis. Peranti lunak BPR membuat penggunaannya mampu membuat model yang telah ada (*as it is*), menyusun model perbaikannya (*to be*), membuat simulasinya, dan melakukan analisis atas hasil simulasi. Metodologi untuk membandingkan peranti lunak BPR, keuntungan menggunakan

metodologi tersebut adalah dapat digunakan untuk membandingkan peranti lunak apapun oleh siapa pun dalam bidang apa pun dan dapat diarahkan untuk mengakomodasi isu yang prospektif dari sisi pengguna. Tujuh kategori yang digunakan untuk indentifikasi dengan metodologi ini adalah (1) kemampuan alat, (2) alat perangkat lunak dan perangkat keras, (3) alat dokumentasi, (4) fitur pengguna, (5) kemampuan *modelling*, (6) kemampuan simulasi, dan (7) kemampuan analisis.

### **Rethink**

Peninjauan kembali terhadap Sumber Daya Manusia; jika kinerja karyawan masih mengalami kendala baik dari luar maupun internal, seperti *order* dan *profit* belum sesuai per *employee*, diperlukan perbaikan dan pelatihan kembali kariawan dan prosedur kerja. Marketing; peninjauan kembali kepuasan *customer* dan *market share*. Jadi *market share* susu kedelai PT XYZ harus ditetapkan kembali agar *marketing* berjalan sesuai dengan arahnya. *Information Technology*; peninjauan kembali terhadap perangkat lunak yang perlu disesuaikan dengan perangkat keras yang sebelumnya digunakan. Jadi yang digunakan sebelumnya hanya satu komputer yang digunakan untuk membuat format surat jalan, *invoice*, dan *sales contract*. Untuk penerapan sistem yang baru perlu ditinjau kembali seperti registrasi *membership*, sistem pemesanan, pengiriman, pembayaran retur agar dapat berjalan efektif dan baik dalam penerapannya diperlukan lebih dari satu komputer sehingga setiap departemen dapat saling berkoordinasi. Apabila masih terjadi komplain oleh *stakeholder*, hal ini menandakan bahwa sistem belum berjalan maksimal. *Finance*; peninjauan kembali kepada laporan keuangan yang belum akurat serta laporan keuangan yang belum tepat waktu dan *operating cost*. Ini menandakan bahwa bagian Finance belum berjalan sesuai dengan *job desc*.

### **Redesign (BPR)**

Redesign dilakukan dengan melakukan analisis SWOT. Pertama, *strengths* (kekuatan): proses pembuatannya mudah dan sederhana; kualitas rasa dan tekstur produk yang khas (beda dengan yang lain); harga jual murah meriah; tempat penjualan dan konsumen telah tersedia; memanfaatkan *e-business* untuk mempromosikan produk melalui Internet; tempat produksi ada di wilayah perumahan yang rata-rata kos mahasiswa; kemasan menarik dan berlabel; kualitas produk terjamin. Kedua, *weaknesses* (kelemahan): harga bahan baku (kedelai) yang relatif tidak menentu (tidak stabil), bahkan beberapa waktu yang lalu sempat mengalami kelangkaan; manajemen perusahaan masih sederhana; terdapat endapan pada susu kedelai; jika tidak tepat prosesnya terdapat tahu di lapisan atas susu; kurang cukup modal; proses produksi bentrok dengan jadwal; ketidaktahuan masyarakat terhadap kandungan gizi yang dimiliki susu kedelai. Ketiga, *opportunities* (peluang): pertumbuhan pasar dimungkinkan meningkat; peluang pasar untuk mendapatkan konsumen yang menjanjikan; belum ada pesaing, khususnya untuk pemasaran di kampus; keterbukaan untuk menggunakan teknologi baru ke depannya untuk membuat kemajuan besar di bidang produksi; cuaca Madura, khususnya Bangkalan, yang panas membuat orang ingin mengonsumsi minuman yang segar. Keempat, *threats* (ancaman): selera konsumen yang selalu berubah-ubah mempunyai pengaruh yang besar terhadap pembelian produk; susu kedelai tidak bisa disimpan lama dan akan merugikan jika tidak laku dalam sehari; munculnya pesaing baru; banyaknya variasi minuman ringan.

Tabel 2 menunjukkan KPI, Rethink, Redesign, dan Retool dari susu kedelai Perusahaan XYZ.

Tabel 2 KPI, Rethink, Redesign, dan Retool

No	Critical Success Factor	Key Performance Indicators	Rethink	Redesign	Retool
1	SDM	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah rekrutmen baru</li> <li>• Produktivitas kariawan</li> <li>• Great employee turnover</li> <li>• Biaya pegawai dibanding total cost</li> <li>• Profit per employee</li> </ul>	Peninjauan kembali kinerja para karyawan	Pengadaan pelatihan untuk para karyawan yang belum memenuhi standar	Evaluasi secara berkala sesuai prosedur perusahaan
2	Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertumbuhan penjualan dibanding tahun lalu</li> <li>• Market share</li> <li>• Kepuasan Customer</li> <li>• Jumlah pengembangan product</li> <li>• Product availability in market</li> <li>• Penyelesaian complain pelanggan secara tuntas</li> </ul>	Peninjauan Kembali kepuasan customer dan market share	Perancangan proses ulang sistem marketing dan proses bisnis perusahaan	
3	Information Technology	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistem Jaringan Komputer</li> <li>• Implementasi sesuai rencana</li> <li>• Pengembangan aplikasi baru</li> <li>• Kepuasan Customer</li> <li>• ROI dari program aplikasi</li> <li>• Jumlah cabang yang terkoneksi secara online</li> </ul>	Peninjauan kembali perangkat lunak yang diperlukan untuk koneksi online	Pengadaan kembali perangkat lunak yang belum memenuhi standar	
4	Finance	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Operating Cost Ratio</li> <li>• Rata-rata ketersediaan cash setiap bulan</li> <li>• Pemrosesan piutang tepat waktu</li> <li>• Laporan keuangan disajikan akurat</li> <li>• Laporan keuangan disajikan tepat waktu</li> <li>• Return on asset</li> </ul>	Peninjauan kembali kepada laporan keuangan dan operating cost		Evaluasi rutin untuk mengecek laporan keuangan dan operating cost

## Marketing

Susu kedelai yang telah diproduksi akan dipasarkan dengan dikemas. Pengemasan dilakukan karena memiliki peranan yang sangat penting dalam dunia usaha. Pengemasan tidak sekadar memberi wadah dari produk yang dihasilkan namun lebih pada pengembangan muatan misi dalam rangka persaingan pasar dan juga peningkatan penjualan. Konsumen akan cenderung tertarik dengan produk yang dikemas dengan rapi dan menarik. Fungsi kemasan tidak sebatas digunakan sebagai pelindung produk, tetapi juga sangat mendukung terjaganya kualitas produk serta adanya peningkatan kelas (penampilan) citra yang baik. Jenis bahan kemasan yang digunakan adalah plastik ukuran ½ kg.

Selain itu, pada kemasan juga akan diberi label. Pemberian label tidak hanya sekadar tulisan, tetapi di dalamnya juga terkandung pesan-pesan tertentu yang disampaikan pada konsumen. Dengan harapan, produknya dapat dikenal oleh konsumen luas, sehingga mudah dicari ketika dibutuhkan. Label juga berfungsi sebagai jaminan atas kualitas produk, sarana untuk merek dagang, logo perusahaan, nama dan alamat perusahaan, dan berat atau volume produk. Informasi yang ingin

disampaikan kepada konsumen tersebut terangkum dalam tulisan yang dicetak pada kemasan produk. Maka dari itu, pada kemasan plastik akan disablon dengan label: Susu Kedelai “XYZ” dan juga logo perusahaan, nama dan alamat perusahaan, dan berat atau volume produk.

Promosi akan dilakukan untuk mengenalkan produk ini kepada konsumen. Promosi akan dilakukan dengan menempel pamflet-pamflet di pinggir jalan dan tempat-tempat strategis lainnya. Selain itu juga promosi memanfaatkan buletin yang terbit di kampus dan media Internet sebagai sarana *e-business*. Untuk promosi melalui Internet, produk akan dipromosikan lewat Facebook dan situs-situs *e-business* lainnya seperti *berniaga.com* serta melalui blog.

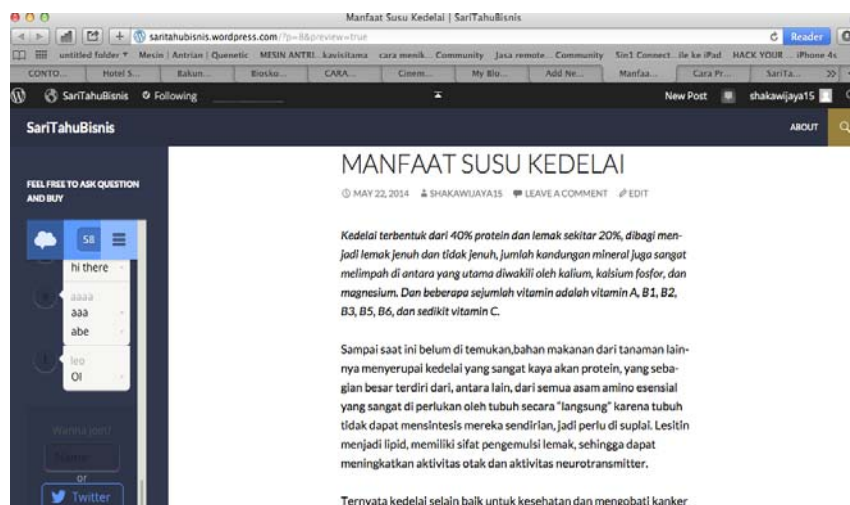
## Laman Situs

Laman *home* dari situs blog berisi informasi global dan umum dalam bentuk gambar dan teks yang memberikan informasi tentang susu kedelai yang dapat diakses secara terbuka oleh pengguna. Sebagai contoh adalah pada Gambar 2.



Gambar 2 Laman Home Situs  
(Sumber: saritahubisnis.wordpress.com)

Kemudian, laman manfaat susu kedelai (Gambar 3) berisi informasi mengenai manfaat susu kedelai bagi tubuh manusia.



Gambar 3 Manfaat Susu Kedelai  
(Sumber: saritahubisnis.wordpress.com)



Lalu laman kandungan susu kedelai berisi informasi tentang kandungan nutrisi pada susu kedelai. Selanjutnya laman teknologi berisi informasi mengenai penelitian yang berhubungan dengan teknik pembuatan susu kedelai dan informasi mengenai teknik pembuatan susu kedelai yang dapat dilakukan. Gambar 4 dan Gambar 5 merupakan laman untuk *login* dan registrasi pengguna.

HEADER

MENU

GAMBAR

FOOTER

SELAMAT DATANG Guest, *login*

Halaman ini digunakan untuk melakukan login. User harus memasukan nama dan password yang sesuai registrasi data yang sebelumnya sudah dilakukan. Halaman ini berisi form yang harus diisi oleh user.

Nama :

Password :

Gambar 4 Laman Login

HEADER

MENU

GAMBAR

FOOTER

SELAMAT DATANG Guest, *login*

Halaman ini digunakan untuk melakukan registrasi. Bila user belum pernah melakukan pendaftaran, maka user tidak dapat melakukan pembelian produk. Halaman ini berisi form yang harus diisi oleh user.

Nama :

Password :

Ulangi Password :

Email :

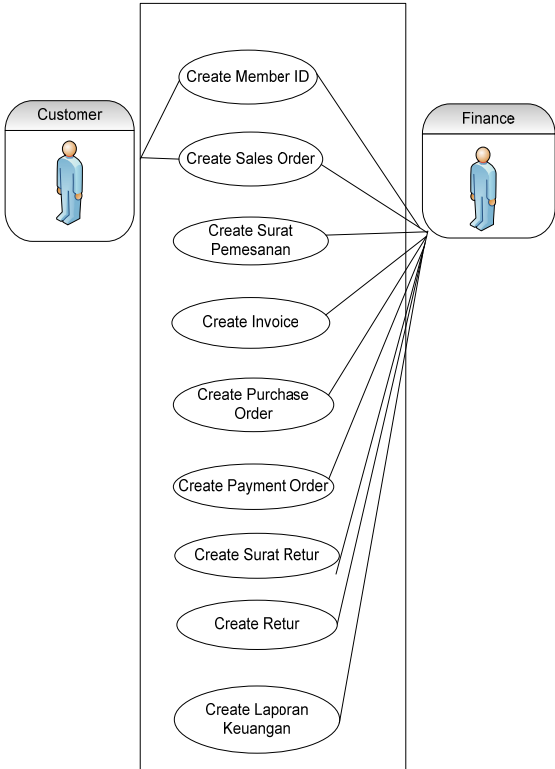
.....

Gambar 5 Laman Registrasi

Pada laman tanya jawab pengunjung dapat mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan susu kedelai dan cara pemesanan produk “XYZ”. Laman ini dapat diisi setelah pengguna terlebih dahulu mengisi form tanya jawab (Gambar 6).

Gambar 6 Form Tanya Jawab

Untuk use case diagram pada PT XYZ dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7 Use Case “XYZ”

## SIMPULAN

BPR merupakan sebuah pendekatan yang bertujuan untuk memperbaiki perusahaan secara signifikan. Penerapan BPR antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya akan berlainan meskipun metode yang digunakan sama. Langkah yang diambil dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi permasalahan data, mengidentifikasi masalah proses, membangun bisnis proses baru dengan membuat bisnis proses rekayasa. Untuk penyampaian promosi dan informasi kepada publik dibutuhkan waktu yang efisien dan cepat, serta tidak membuang biaya terlalu banyak, dan promosi bisa lebih mengena. Sistem informasi promosi berbasis web disajikan dengan akses cepat dan mudah, sehingga pengguna merasa nyaman dan pada akhirnya informasi dan promosi yang dihasilkan akan jauh lebih baik dan efisien.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bradley, P., Brownea, J., Jackson, S., & Jagdev, H. (1995). Business Process Reengineering (BPR)—A study of software tools curently available. *Computers in Industry*, 25(3), 309–330.
- Davis, D. C. & Woodward, B. (2006). An analysis of skills required of graduates of an Information System program. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 24(2), 11–21.
- Jeyaraj, A. (2010). Business process elicitation, modeling, and reengineering: teaching and learning with simulated environments. *Journal of Information Systems Education*, 21(2), 253–254.
- Sutabri, T. (2004). *Analisa Sitem Informasi*, Edisi Pertama. Andi Offset.