**Modul Perkuliahan Online Sesi 8**

**PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI**

**Oleh Yulhendri**

1. **PENDAHULUAN**

Di era globalisasi sekarang ini, memiliki strategi bisnis yang biasa-biasa saja tidak cukup untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Dibutuhkan suatu keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis sekarang ini. Perusahaan dituntut untuk merumuskan perencanaan strategik dengan memanfaatkan sistem dan teknologi informasi. Strategi yang direncanakan harus dapat beradaptasi terhadap perubahan lingkungan. Keberlangsungan hidup suatu perusahaan dipengaruhi oleh keuntungan / laba dan profit. Keuntungan didapat dari pelanggan. Oleh karena itu pelanggan merupakan salah satu faktor penting untuk kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan dan permintaan pelanggan dengan harga rendah namun tetap menghasilkan laba bagi perusahaan.

Beberapa permasalahan internal yang dihadapi perusahaan adalah sistem informasi yang ada hanya menjadi pendukung dalam transaksi penjualan dan belum dapat sepenuhnya membantu menyelesaikan masalah yang ada. Infrastruktur dan aplikasi SI/TI yang ada belum lengkap, dan masih ada yang belum tersentralisasi, sehingga belum mampu membantu proses bisnis perusahaan agar lebih efisien dan efektif. Pengembangan SI/TI yang belum terarah juga menjadi permasalahan lainnya. Contohnya belum terintegrasinya laporan piutang dengan Aplikasi Penjualan Kredit yang dikembangkan dalam perusahaan tersebut. Aplikasi tersebut dapat menghasilkan Sales Contract, Surat Jalan, Delivery Order, dan Faktur Pajak.

Namun untuk laporan pembayaran, dan laporan piutang yang sudah jatuh tempo, perusahaan masih mengandalkan Microsoft Excel dalam pembuatan laporannya. Hal ini menyebabkan proses bisnis yang terjadi menjadi tidak efisien karena harus melakukan proses input ulang (data entry), belum lagi kesulitan dalam pencarian data yang banyak serta human error yang mungkin terjadi.

Sehingga perusahaan membutuhkan perancanaan strategi sistem informasi menggunakan alat bantu seperti analisis *value chain,* PEST, 5 Forces Porter, BSC, CSF, SWOT, Mc Farlan dalam menciptakan rencana strategik yang sesuai visi misi perusahaan. Perencanaan strategis SI ini dapat dijadikan dasar untuk membuat rencana pemanfaatan SI/TI yang dapat mengembangkan perusahaan dan menyelesaikan berbagai permasalahan yang ada.

2. Referensi

### 2. 1 Perencanaan Strategi SI/TI

Menurut Ward dan Peppard, strategi teknologi informasi adalah strategi yang berfokus pada penetapan visi tentang bagaimana teknologi dapat mendukung dalam memenuhi kebutuhan informasi dan sistem dari sebuah informasi.



**Gambar 1.0 Strategi Sistem dan Teknologi Informasi**

Alasan yang menyebabkan perlunya suatu perusahaan memiliki strategi sistem informasi dan teknologi adalah (Ward and Peppard, 2002):

1.Investasi pada Sistem Informasi/Teknologi Informasi (SI/TI) tidak mendukung sasaran bisnis.

2.Tidak terkontrolnya SI/TI yang ada.

3.Sistem yang tidak terintegrasi, sehingga memungkinkan terjadinya duplikasi dan data hilangnya keterkaitan antar sumber daya informasi.

4.Perusahaan tidak memiliki panduan untuk menentukan prioritas proyek SI/TI dan selalu terjadi perubahan sehingga menurunkan produktivitas.

5.Manajemen informasi yang buruk dan tidak akurat.

6.Strategi SI/TI tidak sejalan dengan strategi bisnis perusahaan.

7.Proyek SI/TI hanya dievaluasi pada basis keuangan semata.

Joe Ward dan John Peppard mengemukakan bahwa ada tiga sasaran utama dari upaya penerapan SI/TI dalam suatu organisasi, yaitu:

1. Memperbaiki efisiensi kerja dengan melakukan otomasi berbagai proses yang mengelola informasi.
2. Meningkatkan keefektifan manajemen dengan memuaskan kebutuhan informasi guna pengambilan keputusan.
3. Memperbaiki daya saing atau meningkatkan keunggulan kompetitif organisasi dengan merubah gaya dan cara berbisnis.

Tahapan proses perencanaan :

1. Inisiasi proses perencanaan strategis.

Pada tahap inisiasi proses perencanaan strategis ditentukan tujuan, ruang lingkup serta deliverable. Selain itu juga ditentukan alat yang digunakan dalam prosesnya. Setelah itu menentukan mekanisme kerja manajemen, perencanaan waktu, tugas, peran serta tanggung jawab bagian yang terlibat.

2.Analisis situasi saat ini dan memahami kebutuhan bisnis.

Tahap ini dilakukan proses analisis terhadap strategi bisnis, evaluasi terhadap SI/TI saat ini, serta analisis terhadap lingkungan eksternal dan internal perusahaan.

3.Menentukan strategi sistem informasi bisnis.

Tahap ini dilakukan pengumpulan permintaan sistem informasi yang dibutuhkan oleh bisnis unit dan menjadikannya pilihan yangakan dipetakan ke dalam portofolio aplikasi (saat ini dan yang akan datang).

4.Meng-update informasi dan arsitektur sistem.

Pada tahap ini, hasil analisis terhadap proses dan informasi yang diperlukan akan dibangun model bisnis yang menggambarkan target yang ideal dari proses, informasi, dan sistem.

5.Memformulasikan strategi teknologi informasi.

Pada tahap ini ditentukan strategi teknologi informasi yang tepat bagi perusahaan berdasarkan hasil analisis tahap sebelumnya.

6.Menyiapkan rencana migrasi dan business case.

Melakukan perencanaan migrasi yang disesuaikan dengan kondisi yang ada sehingga tidak terlalu mengganggu proses bisnis yang sedang berjalan.



**Gambar 1.1 Model Strategi Sistem dan Teknologi Informasi**

### 2.2. Analisis PEST

Menurut Kotler, analisis PEST mencakup kondisi lingkungan makro Indonesia, yaitu perekonomian, teknologi, politik/hukum, dan sosiokultural. Lingkungan ekonomi terdiri dari faktor-faktor yang mempengaruhi daya beli dan pola membeli konsumen. Sedangkan teknologi baru menciptakan pasar dan peluang baru. Keputusan pemasaran amat dipengaruhi oleh perkembangan dalam lingkungan politik yang terdiri dari undang-undang, kantor pemerintah, dan tekanan kelompok yang mempengaruhi dan membatasi berbagai organisasi dan individual dalam suatu masyarakat. Lingkungan budaya terdiri dari lembaga dan kekuatan-kekuatan lain yang mempengaruhi nilai-nilai dasar, persepsi, pilihan, dan tingkah laku yang dianut masyarakat

### 2.3. Analisis Lima Faktor Persaingan Porter

Menurut Porter, model yang menjelaskan ancaman kompetisi yang banyak digunakan adalah *competitive forces model* atau yang dikenal sebagai Lima Faktor Persaingan Porter. Porter menjelaskan bahwa persaingan terdiri dari lima ancaman, yaitu persaingan dari pesaing-pesaing yang sudah ada, ancaman pesaing-pesaing baru, ancaman produk-produk atau jasa-jasa substitusi, kekuatan menawar dari pelanggan-pelanggan, dan kekuatan menawar dari pemasok-pemasok.

### 2.4.  Analisis Critical Success Factor

Critical Success Factor adalah faktor atau variabel yang kritis bagi keberhasilan pelaksanaan proyek yang harus dikerjakan, dimana tanpa adanya faktor tersebut, maka proyek tidak akan sukses atau berhasil dalam mencapai target tertentu.



**Gambar 1.2 Critical Success Factor**

Menurut Ward dan Peppard (2002), manfaat Analisa CSF adalah :

* Teknik yang paling efektif
* Berkolerasi dengan tujuan pembuatan sistem informasi
* Perantara informasi yang baik
* Prioritas potensi investasi modal
* Mengoptimalkan konsentrasi penyelesaian masalah penting
* Mempermudah proses identifikasi
* Memberikan gambaran lengkap tentang informasi



**Gambar 1.3 Peta Analisis CSF**

### 2.5. Analisis Balanced Scorecard

Sedangkan menurut Robert S. Kaplan dan David P. Norton konsep Balanced Scorecard dikembangkan untuk melengkapi pengukuran kinerja finansial (kinerja tradisional) dan sebagai alat yang cukup penting bagi organisasi perusahaan untuk merefleksikan pemikirn baru dalam era kompetitif dan efektivitas organisasi. Terdapat empat perspektif yang menjadi satu kesatuan dan tidak bias dipisahkan. Keempat perspektif ini juga merupakan indikator pengukuran kinerja yang saling melengkapi dan memiliki hubungan sebab akibat, yaitu :

* Perspektif finansial = bagaimana berorientasi dengan para pemegang saham
* Perspektif pelanggan = bagaimana dapat menjadi supplier utama yang paling bernilai bagi para pelanggan
* Perspektif proses, bisnis internal = proses bisnis apa saja yang terbaik yang harus kita lakukan, dalam jangka panjang maupun jangka pendek untuk mencapai tujuan finansial dan kepuasan pelanggan
* Perspektif pertumbuhan dan pembelajaran = bagaimana meningkatkan dan menciptakan nilai secara terus menerus dalam kemampuan dan motivasi karyawan

IT BSC adalah sebuah metodologi manajemen kinerja penerapan TI yang dikembangkan dari metodologi balanced scorecard. IT BSC dapat menjabarkan dan memproyeksikan serta memberi kerangka berpikir untuk menjabarkan strategi penerapan TI perusahaan ke dalam segi operasional.

### 2.6 Analisis Valuechain

Menurut Ward dan Peppard, analisis rantai nilai adalah kegiatan menganalisa kumpulan aktivitas yang dilakukan untuk merancang, memproduksi, memasarkan, mengantarkan dan mendukung produk atau jasa.

Pendekatan rantai nilai (value chain) dibedakan menjadi dua tipe aktivitas bisnis :

**1.) Aktivitas Utama**

Aktivitas-aktivitas utama pada perusahaan yang pada akhirnya memberikan kepuasan pada pelanggan. Aktivitas-aktivitas tersebut tidak hanya dilakukan dengan baik, tapi juga harus saling berhubungan dengan efektif jika keseluruhan performa bisnis hendak dioptimalkan. Aktivitas utama terdiri dari :

(a.) Logistik Dalam *(Inbound Logistics)*

Mendapatkan, menerima, menyimpan, dan pengadaan input kunci dan sumber daya dalam kualitas dan kuantitas yang tepat bagi bisnis. Ini mungkin termasuk merekrut staf serta membeli bahan, komponen dan jasa dan berurusan dengan subkontraktor dan memperoleh peralatan.

(b.) Operasional *(Operations)*

Mengubah input menjadi produk atau layanan yang diperlukan oleh para pelanggan. Ini mencakup sumber daya dan membawa bahan bersama-sama untuk membuat produk atau menyediakan layanan.

(c.) Logistik Luar (*Outbound Logistics)*

Mendistribusikan produk ke pelanggan baik secara langsung kepada pelanggan atau ke agen yang sesuai untuk didistribusi, sehingga pelanggan dapat memperoleh produk atau jasa dan membayarnya dengan tepat.

(d.) Penjualan dan Pemasaran (*Sales and Marketing)*

Menyediakan cara-cara di mana pelanggan dan konsumen sadar akan produk atau jasa dan bagaimana mereka dapat memperoleh itu, termasuk cara untuk membujuk mereka untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa.

(e.) Pelayanan *(Services)*

Memberikan nilai tambah lebih jauh kepada pelanggan dengan memastikan pelanggan mendapatkan keuntungan penuh atau nilai dari produk yang dibeli.

**2.) Aktivitas pendukung**

Merupakan aktivitas yang dibutuhkan untuk mengontrol dan mengembangkan bisnis dari waktu ke waktu dengan cara menambahkan nilai secara tidak langsung, nilainya akan diketahui melalui kesuksesan dari aktivitas utama.

Terdiri dari :

(a.) Teknologi (*Technology)*

Menjelaskan teknologi apa saja yang digunakan dalam perusahaan tersebut.

(b.) Sumber Daya Manusia *(Human Resource)*

Merupakan cara dari perusahaan dalam mengatur SDMnya, misalnya dengan memberikan pelatihan atau pembekalan skill dan ilmu.

(c.) Infrastruktur (*Infrastructure)*

Merupakan sarana dan prasarana yang diperlukan oleh perusahaan.

(d.) Pengadaan *(Procurement)*

Suatu proses lengkap untuk mendapatkan barang dan jasa dari persiapan mulai dari persiapan dan pengolahan dari sebuah daftar permintaan atas invoice untuk pembayaran.



**Gambar 1.4 Model Value Chain Porter**

**Tahapan Dalam Analisis Rantai Nilai**

Setiap perusahaan mengembangkan sendiri satu atau lebih dari bagian-bagian dalam value chain, berdasarkan analisis stratejik terhadap keunggulan kompetitifnya. Dalam jurnal Widarsono (2009), menyatakan bahwa analisis valuechain mempunyai tiga tahapan yaitu:

1. Mengidentifikasi aktivitas Value Chain

Perusahaan mengidentifikasi aktivitas value chain yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam proses desain, pemanufakturan, dan pelayanan kepada pelanggan. Beberapa perusahaan mungkin terlibat dalam aktiviatas tunggal atau sebagian dari aktivitas total. Contohnya, beberapa perusahaan mungkin hanya memproduksi, sementara perusahaan lain mendistribusikan dan menjual produk.

2. Mengidentifikasi Cost driver pada setiap aktivitas nilai

Cost Driver merupakan faktor yang mengubah jumlah biaya total, oleh karena itu tujuan pada tahap ini adalah mengidentifikasikan aktivitas dimana perusahaan mempunyai keunggulan biaya baik saat ini maupun keunggulan biaya potensial. Misalnya perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan komputer (computer service) untuk menangani tugas-tugas pemrosesan data, sehingga dapat menurunkan biaya dan mempertahankan atau meningkatkan keunggulan kompetitif.

3. Mengembangkan keunggulan kompetitif dengan mengurangi biaya atau menambah nilai. Pada tahap ini perusahaan menentukan sifat keunggulan kompetitif potensial dan saat ini dengan mempelajari aktivitas nilai pada cost driver yang diidentifikasikan diatas. Dalam melakukan hal tersebut, perusahaan harus melakukan hal-hal berikut :

a. Mengidentifikasi keunggulan kompetitif (Cost Leadership atau diferensiasi).

Analisis aktivitas nilai dapat membantu manajemen untukmemahami secara lebih baik tentang keunggulan-keunggulan kompetitif stratejik yang dimiliki oleh perusahaan dan dapat posisi perusahaan secara lebih tepat dalam

value chain industri secara keseluruhan.

b. Mengidentifikasi peluang akan nilai tambah.

Analisis aktivitas nilai dapat membantu mengidentifikasi aktivitas dimana perusahaan dapat menambah nilai secara siginifikan untuk pelanggan. Contohnya, merupakan hal yang umum sekarang ini bagi pabrik-pabrik pemrosesan makanan dan pabrik pengepaka nuntuk mengambil lokasi yang dekat dengan terbesarnya supaya dapat melakukan pengiriman dengan cepat dan murah.

c. Mengidentifikasi peluang untuk mengurangi biaya.

Studi terhadap aktivitas nilai dan cost driver dapat membantu manajemen perusahaan menentukan pada bagian mana dari value chain yang tidak kompetitif bagi perusahaan. Beberapa perusahaan mungkin mengubah aktivitas nilainya dengan tujuan mengurangi biaya. Contohnya, memindahkan pabrik pemrosesan menjadi lebih dekat dengan bahan baku, sehingga dapat menghemat biaya transportasi dan mengurangi kerugian.Lebih lanjut, analisis value chain dapat dipergunakan untuk menentukan pada titik-titik mana dalam rantai nilai yang dapat mengurangi biaya atau memberikan nilai tambah.Sebaliknya dalam perolehan bahan baku atau proses advertensi dan promosi dapat dilakukan dengan cara, Langkah pertama; dalam value chain untuk pemerintah atau organisasi yang tidak berorientasi pada laba adalah membuat pernyataan tentang misi sosial organisasi tersebut, termasuk kebutuhan masyarakat spesifik yang dapat dilayani. Tahap Kedua; adalah mengembangkan sumber daya untuk organisasi, baik personel maupun fasilitasnya. Tahap ketiga dan Tahap keempat; adalah melakukan operasiorganisasi dan memberikan jasakepada masyarakat.

### 2.7. Analisis SWOT

SWOT adalah akronim untuk kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari lingkungan eksternal perusahaan. Menurut Jogiyanto (2005:46), SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi.

Menurut David (Fred R. David, 2008,8), Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis.
Kekuatan/kelemahan internal, digabungkan dengan peluang/ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.

### Pengertian SWOT

SWOT adalah akronim untuk kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari lingkungan eksternal perusahaan. Menurut Jogiyanto (2005:46), SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi.

Berikut ini merupakan penjelasan dari SWOT (David,Fred R.,2005:47) yaitu :

#### 1. Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keungulan-keungulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar

#### 2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut daoat berupa fasilitas, sumber daya keuangan,kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat meruoakan sumber dari kelemahan perusahaan.

#### 3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah situasi penting yang mengguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecendrungan – kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahaan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasokk merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

#### 4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

### Fungsi SWOT

Menurut Ferrel dan Harline (2005), fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman).

Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan.

Analisis SWOT dapat digunakan dengan berbagai cara untuk meningkatkan analisis dalam usaha penetapan strategi. Umumnya yang sering digunakan adalah sebagai kerangka / panduan sistematis dalam diskusi untuk membahas kondisi altenatif dasar yang mungkin menjadi pertimbangan perusahaan.

### Matriks SWOT

Menurut Rangkuti (2006), Matriks SWOT dapatmenggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternalyang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Dari matriks SWOT diatas :

1. **Strategi SO  (Strength and Opportunity)**. Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar – besarnya.
2. **Strategi ST (Strength and Threats)**. Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. **Strategi WO (Weakness and Opportunity)**. Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. **Strategi WT (Weakness and Threats)**. Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

### 2.8. Analisis Peta Strategis Mc Farlan

McFarlan strategic grid merupakan pemetaan aplikasi Sistem Informasi berdasarkan konstribusinya terhadap organisasi. Pemetaan tersebut meliputi empat kuadran yaitu strategic, high potential, key operation, dan support. Dari hasil pemetaan dapat digambarkan konstribusi sebuah aplikasi Sistem Informasi terhadap organisasi dan pengembangan jangka panjang dimasa yang akan datang, yaitu :

1.Application high potential

Merupakan aplikasi yang diperkirakan akan mempunyai potensi tinggi bagi perusahaan di masa mendatang namun masih dalam tahap penjajakan dan belum digunakan.

2.Application strategic

Aplikasi yang bersifat kritis bagi perusahaan dan digunakan sebagi alat untuk mencapai tujuan utama agar perusahaan tersebut bertahan selama mungkin.

3.Application key operational

Aplikasi yang dapat dikategorikan penting agar perusahaan dapat terus beroperasi danterus berjalan.

4.Application support

Aplikasi yang bernilai cukup penting tetapi tidak terlalu mendukung suksesnya perusahaan secara langsung.

### 2.9. Internal Factors Analysis Summary (IFAS)

IFAS (Internal Factor Analysis Sumary) adalah suatu matriks yang menggambarkan susunan daftar faktor-faktor internal yang mempengaruhi kinerja suatu organisasi atau perusahaan. Yang termasuk faktor internal adalah kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness).

2.10. External Factors Analysis Summary (EFAS)

EFAS (External Factor Analysis Sumary) adalah suatu matriks yang menggambarkan susunan daftar faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja suatu organisasi atau perusahaan. Yang termasuk faktor eksternal adalah peluang (Oppotunity) dan ancaman (Threat).

**2.11. Model Proses Penyusunan Perencanaan Strategis TI**



**Gambar Contoh Proses Penyusunan Perancanaan Strategis TI**

**2.12. Metode Analisis**

Metode yang digunakan adalah Ward dan Peppard. Alat analisis yang digunakan adalah :

1. Analisis PEST

PEST merupakan suatu alat yang bermanfaat untuk meringkas lingkungan eksternal dalam operasi bisnis. PEST harus ditindaklanjuti dengan pertimbangan bagaimana bisnis harus menghadapi pengaruh dari lingkungan politik, ekonomi, sosial, dan teknologi. Manfaat PEST adalah suatu perusahaan dapat mengetahui pengaruh lingkungan politik, ekonomi, sosial, dan teknologi yang mempengaruhi perusahaannya.

2.Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis berdasarkan pada anggapan bahwa suatu berasal dari sumber daya internal suatu perusahaan (strengths and weaknesses) dan sumber daya eksternal suatu perusahaan (opportunities and threats). SWOT bermanfaat membantu perusahaan untuk mengetahui dan mengenali kekuatan dan kelemahannya serta peluang dan ancaman bagi perusahaannya, sehingga suatu perusahaan dapat bersiap dan mencari solusi jika ada hal-hal yang mengancam kelangsungan hidup perusahaan.

3.Analisis Porter’s five forces model

Porter’s five forces modelmenganalisis persaingan bisnis berdasarkan lima aspek utama yang dikenal dengan lima kekuatan bersaing (five competitive forces). Dengan menggunakan Porter’s five forces model,suatu perusahaan dapat mengidentifikasikan ancaman masuknya pendatang baru, persaingan di antara perusahaan sejenis, ancaman dari produk atau jasa pengganti, kekuatan tawar menawar pembeli, serta kekuatan tawar menawar pemasok.

4.Value chain

Analisis value chain adalah kegiatan menganalsis kumpulan aktivitas yang dilakukan untuk merancang, memproduksi, memasarkan, mengantarkan dan mendukung produk atau jasa. Value chaindapat menggambarkan proses bisnis suatu perusahaan.

5.Analisis CSF

CSF merupakan sebuah metode analisis dengan mempertimbangkan beberapa hal yang kritis di dalam lingkungan perusahaan untuk mendefinisikan faktor - faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan dan kesuksesan perusahaan atau organisasi dan dapat ditentukan jika objektif organisasi telah diidentifikasi. Analisis CSF memberikan gambaran pada perusahaan tentang aspek - aspek kritis apa saja di setiap aktivitas dan proses bisnis perusahaan yang mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mencapai visi dan misi serta keberhasilan bisnisnya. Tujuan dari CSF adalah menginterpretasikan objektif secara lebih jelas untuk menentukan aktivitas yang harus dilakukan dan informasi apa yang dibutuhkan.

**3. Studi Kasus Penerapan Perencanaan Strategis TI (di PT Yuniko Asia Prima)**

### 3.1 Informasi Produk

PT Yuniko Asia Prima memproduksi berbagai macam benang yang dibagi menjadi beberapa jenis tergantung komposisi serat kain yang dimiliki, yaitu :

* 1. Polyester 100%
	2. Cotton 100%
	3. Teteron Cotton (TC) = Polyester 65% dan Cotton 35%
	4. Cotton Viscose Cotton (CVC) = Polyester 40% dan Cotton 60%
	5. Rayon 100%
	6. Teteron Rayon(TR)= Polyester 65% dan Rayon 35%

Selain itu dapat diklasifikasi berdasarkan proses produksi benangnya yaitu Carded maupun Combed (hasilnya lebih halus dan bersih karena disisir) dan juga berdasarkan warna, yaitu : M71, M79, M80, M81

### 3.2 Proses Perencanaan Strategis PT. Yuniko Asia Prima

Analisis dan interpretasi data dilakukan untuk meningkatkan pemahaman terhadap kondisi perusahaan saat ini dan faktor yang mempengaruhinya. Dengan pemahaman yang baik, maka diharapkan perencanaan strategis yang disusun dapat membantu perusahaan mencapai tujuan, serta visi dan misi perusahaan.

 Agar dapat menentukan kebutuhan bisnis dan informasi yang akurat, maka dibutuhkan pemahaman yang mendalam terhadap kondisi lingkungan perusahaan, baik lingkungan internal maupun eksternal.

###### **3.3 Analisis Lingkungan Bisnis Internal**

Analisis lingkungan bisnis ini dilakukan dengan beberapa alat atau tool yang sesuai dengan kondisi Bintang Pelajar sebagai perusahaan yang menawarkan jasa. Alat yang digunakan dalam menganalisis strategi bisnis organisasi adalah CSF. Untuk menganalisis proses bisnis organisasi, dapat digunakan value chain. Sedangkan untuk mengidentifikasikan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan digunakan analisis SWOT.

**3.4 Analisis CSF (Critical Success Factors) dan Balanced Scorecard (BSC)**

**Pembahasan Masalah**

Untuk perancangan :

1. Menerjemahkan visi, misi dan tujuan yang menjadi sasaran strategis bisnis perusahaan dalam rangka membentuk perencanaan SI/TI.

2. Pembuatan scorecard bisnis dengan pendekatan BSC dan IT BSC dan peta strategi.

3. Melakukan analisis CSF pada PT Yuniko Asia Prima.

4. Pemetaan Strategi Informasi.

5. Penyelarasan antara tujuan sistem dan teknologi informasi perusahaan dengan kebutuhan sistem dan teknologi informasi yang dibutuhkan.





**Gambar 2.2 Metode Penyelesaian Masalah**



**Gambar 2.3 Alur Pembahasan Masalah**

**Analisis CSF**



|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO** | **PERSPEKTIF KEUANGAN** | **PERSPEKTIF PELANGGAN** | **PERSPEKTIF INTERNAL BISNIS PROSES** | **PERSPEKTIF PERTUMBUHAN DAN PEMBELAJARAN** |
|  | **SHAREHOLDER VALUE** | **CUSTOMER VALUE** | **PRODUCTIVE & EFFECTIVE PROCESS** | **HUMAN CAPITAL, INFORMATION CAPITAL, ORGANIZATION CAPITAL** |
| **1** | Membangun dan menciptakan perusahaan manufaktur kelas dunia dengan tujuan mendapat profit dengan efisiensi biaya | Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan baru dan lama | Meningkatkan dan mempertahankan mutu kualitas dalam produksi benang dan kain | Membangun SDM berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan |
| **2** |  | Perluasan Market | Pengawasan, pengendalian dan monitoring proses produksi | Penyelarasan Integrasi SI/TI |
| **3** |  |  | Pengelolaan sumber daya secara efisien dan efektif |  |



**Gambar 2.4 Visi, Misi PT Yuniko Asia Prima dalam Perspektif BSC**

**Tabel 3.0 Strategi Balanced Scorecard PT Yuniko Asia Prima**

|  |  |
| --- | --- |
| **PERSPEKTIF** | **STRATEGI** |
| **KEUANGAN** | Membangun dan menciptakan perusahaan manufaktur kelas dunia dengan tujuan mendapat profit dengan efisiensi biaya |
| **PELANGGAN** | **1.** Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan baru dan lama**2.** Perluasan Market |
| **PROSES** | **1.** Meningkatkan dan mempertahankan mutu kualitas dalam produksi benang dan kain**2.** Pengawasan, pengendalian dan monitoring proses produksi3. Pengelolaan sumber daya secara efisien dan efektif |
| **PEMBELAJARAN DAN PERTUMBUHAN** | **1.** Membangun SDM berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan**2.** Penyelarasan Integrasi SI/TI |

|  |  |
| --- | --- |
| **PERSPEKTIF KEUANGAN** |  |
| **PERSPEKTIF PELANGGAN** |  |
| **PERSPEKTIF PROSES** |  |
| **PERSPEKTIF PEMBELAJARAN DAN PERTUMBUHAN** |  |

**Gambar 2.5 Peta Strategi PT Yuniko Asia Prima**

**Tabel 1.1 Sasaran SI/TI**

|  |
| --- |
| **Sasaran Strategi SI/TI PT Yuniko Asia Prima** |
| Meningkatkan produktivitas produk dan layanan secara efektif dengan tetap menjaga agar biaya operasional SI/TI tetap efisien |
| Meningkatkan dan mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan memanfaatkan SI/TI |
| Meningkatkan pemanfaatan SI/TI dalam semua bidang di perusahaan guna mengoptimalkan kehandalan operasional |
| Menyelaraskan SI/TI dengan visi misi perusahaan dengan meningkatkan sumber SDM SI/TI dan pengoptimalan manajemen organisasi SI/TI |

**Tabel 1.2 Tujuan Utama CSF**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tujuan Utama** | **CSF** | **Measures** |
| 1 | Meningkatkan jumlah nilai pelanggan | Peningkatan volume pemasaran | Jumlah pelanggan baru |
|  |  | Meningkatkan customer service | Indeks kepuasan pelanggan |
| 2 | Menjadikan PT Yuniko Asia Prima perusahaan manufaktur kelas dunia | Mengkoordinasikan setiap divisi yang ada | Kesesuaian antar divisi |
|  |  | Menyediakan staff bermutu | % Ketersediaan staff  |
|  |  | Peningkatan kualitas pelayanan | Indeks kepuasan pelanggan terhadap layanan |
|  |  | Optimalisasi kualitas dan jaminan kepastian produk | % Klaim terhadap produk |
|  |  | Pengelolaan kesehatan dan lingkungan kerja industry | Indeks Pertanggungjawaban Lingkungan |
| 3 | Meningkatkan kualitas produk | Peningkatan kualitas produk | Indeks kepuasan pelanggan terhadap produk |
|  |  | Menjaga ketersediaan bahan baku | % Ketersediaan bahan baku |
| 3 | Meningkatkan kapabilitas organisasi | Mengadakan pelatihan | % kemampuan staff |
|  |  | Melakukan reorganisasi dan restrukturisai | % penyelesaian tugas pokok dan fungsi |
| 4 | Mengoptimalkan modal | Meningkatkan ketersediaan dana | % ketersediaan dana |
|  |  | Meningkatkan ketersediaan cash flow cadangan untuk biaya operasional | % Ketersediaan dana |
|  |  | Meningkatkan ketersediaan dana untuk investasi | % Ketersediaan dana |
|  |  | Mengendalikan realisasi anggaran | % Ketaatan |
| 5 | Meningkatkan jumlah penjualan | Peningkatan volume penjualan | % Penjualan |
|  |  | Pertumbuhan sales revenue | % Pertumbuhan |
| 6 | Mengembangkan SDM yang professional | Peningkatan kualitas hubungan kerja antara pegawai dan atasanMeningkatkan fokus ke pegawai | % Tingkat kesejahteraan pegawai |

**Tabel 1.3 Penjabaran Divisi Marketing/Pemasaran**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tujuan PT Yuniko Asia Prima** | **Tujuan Divisi Pemasaran** | **Pemasaran** |
| 1 | Meningkatkan jumlah nilai pelanggan | Peningkatan volume pemasaran | Meningkatkan volume pemasaran melalui promosi |
|  |  | Peningkatan pendapatan | Meningkatkan pendapatan dengan menarik pelanggan |
|  |  | Meningkatkan Customer Service | Dengan pelayanan yang baik dapat menarik dan mempertahankan pelanggan dengan cara meningkatkan on time delivery, penanganan claim yang baik |
| 2 | Meningkatkan jumlah penjualan | Peningkatan volume penjualan | Meningkatkan volume pemasaran melalui promosi |
|  |  | Pertumbuhan sales revenue | Meningkatkan volume pemasaran melalui promosi |

**Tabel 1.4 CSF Divisi Pemasaran**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tujuan Divisi Pemasaran** | **CSF** | **Measures** |
| 1 | Peningkatan volume pemasaran | Membuat komitmen untuk pelanggan | Jumlah pemasaran |
| 2 | Peningkatan Pendapatan | Mempromosikan PT Yuniko Asia Prima | Jumlah pelanggan baru |
| 3 | Peningkatan Customer Service | Melayani pelanggan | % Indeks kepuasan Pelanggan |

**Tabel 1.5 Penjabaran Tujuan Divisi HRD / Personalia**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tujuan PT Yuniko Asia Prima** | **Tujuan Divisi HRD / Personalia** | **Penjelasan** |
| 1 | Menjadikan PT Yuniko Asia Prima manufaktur kelas dunia | Mengkoordinasikan setiap divisi yang ada | Mengontrol setiap divisi dan kegiatan di PT Yuniko Asia Prima |
|  |  | Peningkatan kualitas pelayanan dan pengajaran | Meningkatkan kualitas pelayanan agar menjadi perusahaan manufaktur terdepan karena kualitas |
|  |  | Menjaga tersedianya staff yang bermutu | Dengan staff yang bermutu, diharapkan PT Yuniko Asia Prima menjadi perusahaan manufaktur yang terdepan karena kualitas |
|  |  | Pengelolaan kesehatan dan lingkungan kerja industri | Dengan lingkungan kerja yang baik dapat mengoptimalkan proses bisnis yang berjalan dengan meningkatkan ergonomic lingkungan fisik, hygiene dan sanitasi serta peningkatan pemantauan kesehatan karyawan |
| 2 | Meningkatkan kemampuan staf perusahaan | Mengadakan pelatihan | Mengadakan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan staf |
|  |  | Melakukan reorganisasi dan restrukturisasi | Melakukan reorganisasi dan restrukturisasi untuk menjaga kualitas SDM perusahaan |
| 3 | Mengembangkan SDM yang professional | Peningkatan kualitas hubungan kerja antara pegawai dan atasan | Mengadakan kegiatan yang dapat memperkuat hubungan organisasi |
|  |  | Peningkatan program yang berfokus pada pegawai | Mengadakan program untuk meningkatkan kesejahteraan pegawai |

**Tabel 1.6 CSF Divisi HRD / Personalia**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tujuan Divisi HRD** | **CSF** | **Measures** |
| 1 | Mengkoordinasikan setiap divisi yang ada | Koordinasi setiap divisi dan kegiatan yang dilakukan oleh koordinator | Kesesuaian antar divisi |
| 2 | Peningkatan kualitas pelayanan | Mempercepat pelayanan dan meningkatkan kualitas staff dan CRM | Index kepuasan pelanggan |
| 3 | Menjaga tersedianya staff yang bermutu | Menyediakan staff yang berkualitas | % ketersediaan staff |
| 4 | Mengadakan pelatihan | Mengadakan training dan penataran rutin | % kemampuan staff |
| 5 | Melakukan reorganisasi dan restrukturisasi | Reorganisasi dan restrukturisasi secara berkala sesuai dengan ketentuan yang berlaku | % penyelesaian tugas pokok dan fungsi |

**Tabel 1.7 Penjabaran Tujuan Divisi Akunting**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tujuan PT Yuniko Asia Prima** | **Tujuan Divisi Akunting** | **Penjelasan** |
| 1 | Mengoptimalkan modal | Meningkatkan ketersediaan dana | Dengan meningkatkan ketersediaan dana berarti dapat mengoptimalkan modal |
|  |  | Meningkatkan ketersediaan cash flow untuk kegiatan operasional | Ketersediaan fasilitas pinjaman untuk biaya operasional dapat mengoptimalkan modal dengan perluasan sumber dana dan fasilitas modal kerja |
|  |  | Meningkatkan ketersediaan dana untuk investasi | Ketersediaan fasilitas pinjaman untuk investasi dapat mengoptimalkan modal melalui berbagai instrumen |
|  |  | Mengendalikan realisasi anggaran | Dengan merealisasikan anggaran dapat mereduksi biaya yang tidak perlu dengan mengadakan forum pertanggung jawaban biaya |

**Tabel 1.8 CSF Divisi Akunting**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tujuan PT Yuniko Asia Prima** | **Tujuan Divisi Akunting** | **Penjelasan** |
| 1 | Meningkatkan ketersediaan dana | Meningkatkan ketersediaan dana dengan mengatur cash flow | % Ketersediaan dana |
|  | Meningkatkan ketersediaan cash flow untuk kegiatan operasional  | Meningkatkan ketersediaan cash flow untuk kegiatan operasional  | % Ketersediaan dana |

**Tabel 1.9 Penjabaran Tujuan Divisi Produksi**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tujuan PT Yuniko Asia Prima** | **Tujuan Divisi Produksi** | **Penjelasan** |
| 1 | Mengoptimalkan modal | Meningkatkan ketersediaan dana | Dengan meningkatkan ketersediaan dana berarti dapat mengoptimalkan modal |
|  |  | Meningkatkan ketersediaan cash flow untuk kegiatan operasional | Ketersediaan fasilitas pinjaman untuk biaya operasional dapat mengoptimalkan modal |
| 2 | Meningkatkan kualitas produk | Optimalisasi kualitas dan jaminan kepastian produk | Dengan menjamin kualitas produk dapat mengurangi resiko kerugian akibat klaim terhadap produk dengan cara quality control dan pemeriksaan serta pengujian mesin produksi |
|  |  | Menjaga ketersediaan bahan baku | Dengan menjamin adanya ketersediaan bahan baku akan dapat memperlancar proses produksi |

**Tabel 2.0 CSF Divisi Produksi**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tujuan PT Yuniko Asia Prima** | **Tujuan Divisi Produksi** | **Penjelasan** |
| 1 | Meningkatkan kualitas produk | Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk | Dengan meningkatkan kualitas produk, akan mempertahankan pelanggan dan mengurangi resiko kerugian akibat klaim |
|  |  | Menjaga ketersediaan bahan baku | Dengan menjamin adanya ketersediaan bahan baku akan dapat memperlancar proses produksi |

**Tabel 2.2 Faktor CSF dan Kebutuhan SI/TI**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kode** | **CSF** | **Kebutuhan TI** |
| **A** | Memperkuat bisnis utama dengan mengoptimalkan penggunaan SI/TI dalam membentuk program terintegrasi | Mengoptimalkan Sistem Informasi Manajemen dan jaringanMengatur infrastruktur SI/TI yang dibutuhkanMemastikan penerapan layanan SI/TI berjalan baik dan sesuai dalam mendukung bisnis utama PT Yuniko Asia Prima |
| **B** | Mengoptimalkan pelayanan pada pelanggan | Meningkatkan/ mengoptimalkan fasilitas online untuk CRM |
| **C** | Mempertahankan dan meningkatkan mutu produksi | Mengoptimalkan pemanfaatan sarana prasarana SI/TI dalam proses produksiPengembangan STI memungkinkan bidang terkait melakukan Analisa terhadap proses dan transaksi dalam menciptakan inovasi yang dibutuhkan |
| **D** | Memperbaiki sistem kerja | Merancang proses bisnis keseluruhanMerancang alternative organisasi yang efektifMenyusun Standard Operational ProcedureMenyusun job description dan qualification requirementMengoptimalkan pemanfaatan sarana prasarana SI/TI dalam proses produksi, pemasaran, akunting, SDM, pengawasan serta pengontrolan sehingga kinerja setiap anggota perusahaan dapat diawasi |
| **E** | Meningkatkan dan membangun SDM berkualitas serta menjaga kesejahteraan karyawan | Menciptakan SI/TI dalam pengelolaan SDM terpadu yang mampu menganalisis kebutuhanMeningkatkan kuantitas dan kualitas SDMMengoptimalkan pemanfaatan sarana prasarana SI/TI dalam manajemen SDM seperti data kehadiran, data gaji, dsb |
| **F** | Meningkatkan pemanfaatan layanan SI/TI | Menciptakan SI/TI sehingga setiap proses bisnis perusahaan terintegrasi secara keseluruhan agar dapat berjalan dengan efektif dan efisienMengatur infrastruktur agar sesuai kebutuhanMeningkatkan sarana SI/TI yang dibutuhkanMengadakan pelatihan untuk sosialisasi mengenai SI/TI yang digunakan perusahaan |
| **G** | Memperluas pasar dengan meningkatkan pemasaran, kerjasama dengan mitra bisnis | Mengoptimalkan pemanfaatan sarana prasarana SI/TI dalam pemasaran dan memperluas pasar secara online dan realtime |

**Tabel 2.3 Penyelarasan Sasaran SI/TI dalam Perspektif IT BSC**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PERSPEKTIF** | **STRATEGI** | **INISIATIF TI** |
| **Kontribusi Bisnis** | Meningkatkan produktivitas produk dan layanan secara efektif dengan tetap menjaga agar biaya operasional SI/TI tetap efisien | **1.** Meningkatkan efektivitas asset SI/TI yang digunakan2. Tanggung jawab pihak manajemen dalam realisasi anggaran SI/TI secara transparan |
| **Orientasi Pengguna** | Meningkatkan dan mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan memanfaatkan SI/TI | **1.** Mengidentifikasi kebutuhan jenis data dan aplikasi yang sesuai kebutuhan pekerjaan2. Menghasilkan program yang berkualitas baik dalam penggunaan secara operasional maupun dalam meningkatkan CRM |
| **Keunggulan Operasi** | Meningkatkan pemanfaatan SI/TI dalam semua bidang di perusahaan guna mengoptimalkan kehandalan operasional | 1. Memacu pemanfaatan SI/TI yang sudah ada2. Membangun sistem yang handal3. Membangun sistem yang userfriendly4. Sosialiasi untuk sarana SI/TI yang sudah ada maupun yang hendak dibangun |
| **Orientasi Masa Depan** | Menyelaraskan SI/TI dengan visi misi perusahaan dengan meningkatkan sumber SDM SI/TI dan pengoptimalan manajemen organisasi SI/TI | 1. Pengembangan SDM berbasis SI/TI2. Pengembangan tugas dan wewenang SI/TO |

**Penyelarasan IT Balanced Scorecard**

Penyelarasan TI dilakukan pada 4 perspektif BSC ke dalam IT BSC dengan melakukan penyelarasan pada masing-masing perspektif.

Hasil penyelarasan dalam PT Yuniko Asia Prima yang menghasilkan Peta Strategi adalah sebagai berikut :

|  |  |
| --- | --- |
| **PERSPEKTIF KONTRIBUSI BISNIS** |  |
| **PERSPEKTIF ORIENTASI PENGGUNA** |  |
| **PERSPEKTIF KEUNGGULAN OPERASIONAL** |  |
| **PERSPEKTIF ORIENTASI MASA DEPAN**  |  |

**Gambar 2.6 Peta Strategi SI/TI PT Yuniko Asia Prima**

###### 3.2.2.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis.

1. Kekuatan (Strength)

a. Kualitas, kualitas produk yang di produksi telah berstandar internasional dan berkualitas ekspor.

b. Kuantitas, kemampuan produksi yang lebih dari 150 bales (1 bal = 181.44kg) sebesar 27.216 kg per hari dengan didukung 2 pabrik yang beroperasi.

c. Letak strategis.

d. PT Yuniko Asia Prima memiliki staf yang ahli di bidangnya.

e. PT Yuniko Asia Prima memiliki sistem pemasaran dan unggul dalam kualitas produksi sehingga dapat memperoleh keuntungan dalam bersaing.

f. Variasi produk yang banyak sehingga memperluas prospek pasar.

g. PT Yuniko Asia Prima memelihara hubungan baik dengan pelanggan, sehingga dapat mempertahankan pelanggan.

2. Kelemahan (Weakness)

a. Kurang inovasi dalam hal tren teknologi yang berjalan

b. Belum adanya sistem informasi yang terintegrasi dan terpusat, sehingga kurang efektif.

c. Sistem informasi yang ada masih bersifat semi manual, dengan masih dimanfaatkannya dokumen dan aplikasi Microsoft Excel, sehingga proses bisnis kurang efisien.

3. Peluang (Opportunity)

a. PT Yuniko Asia Prima menjadi salah satu perusahaan manufaktur yang familiar di Indonesia baik untuk domestik maupun internasional

b. PT Yuniko Asia Prima mempunyai hubungan yang baik dengan pelanggan-pelanggan, hal ini sangat penting untuk mempertahankan pelanggan lama dan memperoleh pelanggan baru sehingga menjadi pilihan bagi pelanggan.

c. Perkembangan ekonomi yang tinggi

d. Tingkat kesejahteraan masyarakat yang meningkat

e. Tingginya tingkat permintaan pasar

f. Tersedianya sumber daya untuk dikembangkan

g. Ekspansi ekspor ke negara berkembang, perlu dilakukan untuk mengembangkan pangsa pasar dan meningkatkan penjualan

4. Ancaman (Threat)

a. Munculnya kompetitor yang produknya sejenis dengan harga yang lebih kompetitif

b. PT Yuniko Asia Prima harus tetap menjaga kualitas untuk tetap bersaing

c. Dituntut untuk terus berinovasi dengan memanfaatkan teknologi sistem informasi yang ada

d. Daya ekonomi yang melemah, pengaruh ekonomi global dapat mengurangi daya beli pasar terhadap produk terutama pasar nondomestik

e. Harga dollar, harga dolar berpengaruh terhadap daya karena berpengaruh terhadap harga benang dan kain yang dijual oleh PT Yuniko Asia Prima

Dari analisis SWOT tersebut, dihasilkan analisis strategi berupa matriks TOWS.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Strength (S)****1.** Kualitas produk yang di produksi telah berstandar internasional dan berkualitas ekspor. (S1)2. Kuantitas dalam kemampuan produksi tinggi (S2)3. Letak strategis. (S3)4. Memiliki staf yang ahli di bidangnya. (S4)5. Memiliki sistem pemasaran dan unggul dalam kualitas produksi sehingga dapat memperoleh keuntungan dalam bersaing. (S5)6. Variasi produk yang banyak sehingga memperluas prospek pasar. (S6)7. PT Yuniko Asia Prima memelihara hubungan baik dengan pelanggan, sehingga dapat mempertahankan pelanggan. (S7) | **Weakness (W)****1.** Kurang inovasi dalam hal tren teknologi yang berjalan (W1)2. Belum adanya sistem informasi yang terintegrasi dan terpusat, sehingga kurang efektif. (W2)3. Sistem informasi yang ada masih bersifat semi manual, dengan masih dimanfaatkannya dokumen dan aplikasi Microsoft Excel, sehingga proses bisnis kurang efisien. |
| **Opportunity (O)****1.** Menjadi salah satu perusahaan manufaktur yang familiar di Indonesia baik untuk domestik maupun internasional (O1)**2.** mempunyai hubungan yang baik dengan pelanggan-pelanggan (O2)3. Perkembangan ekonomi yang tinggi (O3)4. Tingkat kesejahteraan masyarakat yang meningkat (O4)5. Tingginya tingkat permintaan pasar (O5)6. Tersedianya sumber daya untuk dikembangkan (O6)7. Ekspansi ekspor ke negara berkembang (O7) | **Strategi SO**1. Melakukan strategi pemasaran yang bervariasi sesuai kondisi (S1, S2, S6, O2, O5, O6)2. Meningkatkan sistem dan teknologi informasi untuk memenangkan keunggulan bersaing (S4, O6)3. Memaksimalkan pelayanan kepada konsumen (S4, S5, S7,O1, O2)4. Menjaga kualitas dan harga tetap seimbang untuk memenangkan keunggulan bersaing (S1, S4, S5, O5, O6)5. Memanfaatkan sistem dan teknologi informasi untuk membuat inovasi baru dalam variasi produk, menjaga hubungan dengan pelanggan dan mempertahankan kualitas SDM (S4, O6)6. Meningkatkan jumlah pelanggan baru (S1, S2, S5, S6, O1, O5, O7)7. Berinovasi pada varian produk baru (S4, S6, O5, O6)8. Meningkatkan kualitas perusahaan secara keseluruhan (S4, O6)  | **Strategi WO**1. Memperbaiki dan meningkatkan kualitas sistem dan teknologi informasi untuk mengoptimalkan proses bisnis perusahaan dengan efektif dan efisien (W1,W2, W3, O6)2. Meningkatkan fungsi strategis sebagai sarana analisis dalam meraih keunggulan kompetitif (W3, O1, O6)3. Menyempurnakan sistem informasi manajemen yang belum berjalan sesuai dengan prosedurnya (W2 , O6) |
| **Threats (T)****1.** Munculnya kompetitor yang produknya sejenis dengan harga yang lebih kompetitif (T1)**2.** Harus tetap menjaga kualitas untuk tetap bersaing (T2)3. Dituntut untuk terus berinovasi (T3)4. Daya ekonomi yang melemah (T4)5. Pengaruh harga dollar (T5) | **Strategi ST**1. Memaksimalkan sumber daya yang ada untuk bersaing (S4, S6, T1, T2, T3)2. Meningkatkan daya saing melalui peningkatan kualitas produksi, pelayanan dan fasilitas (S1, S4, S5, S6, T1, T2)3. Menjaga dan meningkatkan reputasi perusahaan guna memperkuat brand image kepada pelanggan (S4, S7, T2)4. Melakukan segmentasi pasar (S3, S5, S7, T4, T5) | **Strategi WT**1. Mengikuti perkembangan zaman dengan mengoptimalkan penggunaan teknologi terbaru (W1, T3)2. Meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan lama dan baru (W2, T1, T3) |

###### **3.2.2.3 IFAS (Internal Factor Analysis Summary)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | FAKTOR INTERNAL KUNCI | BOBOT | PERINGKAT | NILAI BOBOT |
|  | Strength |  |  |  |
|  | a. Kualitas, kualitas produk yang di produksi telah berstandar internasional dan berkualitas ekspor. | 0.90 | 4 | 3.6 |
|  | b. Kuantitas, kemampuan produksi yang lebih dari 150 bales (1 bal = 181.44kg) sebesar 27.216 kg per hari dengan didukung 2 pabrik yang beroperasi. | 0.50 | 1 | 0.5 |
|  | c. Letak strategis. | 0.25 | 1 | 0.25 |
|  | d. PT Yuniko Asia Prima memiliki staf yang ahli di bidangnya. | 0.70 | 3 | 2.1 |
|  | e. PT Yuniko Asia Prima memiliki sistem pemasaran dan unggul dalam kualitas produksi sehingga dapat memperoleh keuntungan dalam bersaing. | 0.80 | 3 | 2.4 |
|  | f. Variasi produk yang banyak sehingga memperluas prospek pasar. | 0.50 | 1 | 0.5 |
|  | g. PT Yuniko Asia Prima memelihara hubungan baik dengan pelanggan, sehingga dapat mempertahankan pelanggan. | 0.70 | 2 | 1.4 |
|  | TOTAL STRENGTH |  |  | 10.75 |
|  | **Weakness** |  |  |  |
|  | a. PT Yuniko Asia Prima memiliki competitor yang kuat, seperti PT Kaha Tex, PT Panasia, PT Gistex dan sebagainya. | 0.5 | 3 | 1.5 |
|  | b. Belum adanya sistem informasi yang terintegrasi dan terpusat, sehingga kurang efektif. | 0.7 | 2 | 1.4 |
|  | c. Sistem informasi yang ada masih bersifat semi manual, dengan masih dimanfaatkannya dokumen dan aplikasi Microsoft Excel, sehingga proses bisnis kurang efisien. | 0.8 | 2 | 1.6 |
|  | TOTAL WEAKNESS |  |  | 4.5 |
|  | TOTAL STRENGTH - WEAKNESS |  | S-W | 6.25 |

###### **3.2.2.4 IFAS (Internal Factor Analysis Summary)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | FAKTOR EXTERNAL KUNCI | BOBOT | PERINGKAT | NILAI BOBOT |
|  | Opportunity |  |  |  |
|  | a. PT Yuniko Asia Prima menjadi salah satu perusahaan manufaktur yang familiar di Indonesia baik untuk domestik maupun internasional | 0.90 | 4 | 3.6 |
|  | b. PT Yuniko Asia Prima mempunyai hubungan yang baik dengan pelanggan-pelanggan, hal ini sangat penting untuk mempertahankan pelanggan lama dan memperoleh pelanggan baru | 0.80 | 4 | 3.2 |
|  | c. Perkembangan ekonomi yang tinggi | 0.5 | 2 | 1 |
|  | d. Tingkat kesejahteraan masyarakat yang meningkat | 0.50 | 2 | 1 |
|  | e. Tingginya tingkat permintaan pasar | 0.80 | 3 | 2.4 |
|  | f. Tersedianya sumber daya untuk dikembangkan | 0.60 | 1 | 0.6 |
|  | g.Ekspansi ekspor ke negara berkembang, perlu dilakukan untuk mengembangkan pangsa pasar dan meningkatkan penjualan | 0.60 | 2 | 1.2 |
|  | TOTAL OPPORTUNITY |  |  | 13 |
|  | **Threat** |  |  |  |
|  | a. Munculnya kompetitor yang produknya sejenis dengan harga yang lebih kompetitif | 0.9 | 1 | 0.9 |
|  | b. PT Yuniko Asia Prima harus tetap menjaga kualitas untuk tetap bersaing | 0.8 | 1 | 0.8 |
|  | c. Dituntut untuk terus berinovasi dengan memanfaatkan teknologi sistem informasi yang ada | 0.5 | 2 | 1.0 |
|  | d. Daya ekonomi yang melemah, pengaruh ekonomi global dapat mengurangi daya beli pasar terhadap produk terutama pasar nondomestik | 0.5 | 2 | 1 |
|  | e. Harga dollar, harga dolar berpengaruh terhadap daya karena berpengaruh terhadap harga benang dan kain yang dijual oleh PT Yuniko Asia Prima | 0.7 | 2 | 1.4 |
|  | TOTAL THREAT |  |  | 5.1 |
|  | TOTAL OPPORTUNITY - THREAT |  | O-T | 7.9 |



Keterangan:

• Kuadran 1: Merupakan situasi menguntungkan, perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada, strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth Oriented Strategy).

•Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih

memiliki kekuatan segi internal, strategi yang harus diterapakan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk atau pasar).

•Kuadaran 3: Perusahaan mengahadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak perusahaan menghadapai beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan, sehingga perusahaan dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

•Kuadran 4: Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan

tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Kesimpulan Sumbu X,Y positif yang berarti mendukung strategi agresif, merupakan situasi menguntungkan, perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada, strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth Oriented Strategy). PT Yuniko Asia Prima dalam kondisi yang baik untuk menggunakan kekuatan internal dalam memanfaatkan peluang eksternal, mengatasi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

###### 3.2.2.5 Analisis Value Chain

Berikut ini adalah analisa value chain pada PT Yuniko Asia Prima



**Gambar 2.0 Model Value Chain PT Yuniko Asia Prima**

**Hasil dan Implementasi**

Hasil dari analisis value chain adalah perlu dibuatnya sistem informasi sebagai berikut:

1. Website Profil PT Yuniko Asia Prima

Perlu dibuat website atau situs untuk profile PT Yuniko Asia Prima sehingga informasi mengenai produk dan layanan dapat diberikan secara lengkap kepada konsumen

2. Sistem Informasi Pemasaran Benang dan Kain

Sistem informasi yang memuat data pelanggan, data sales, omzet penjualan, total piutang, piutang per konsumen, piutang per bulan.

3. Sistem Informasi Manajemen Keuangan

Sistem Informasi Keuangan untuk mengelola data keuangan PT Yuniko Asia Prima dalam menghasilkan laporan pembelian, laporan penjualan dalam periode harian, bulanan, tahunan, laporan laba rugi, neraca keuangan dan laporan pajak.

4. Sistem Informasi Persediaan dan Gudang

Sistem Informasi Persediaan untuk mengelola data Gudang mengenai barang masuk dan keluar, yang menghasilkan laporan persediaan harian, bulanan dan tahunan

5. Sistem Informasi Produksi

Sistem Informasi yang mengelola data produksi mengenai hasil produksi benang dan kain dalam periode harian, bulanan dan tahunan serta status kualitas barang hasil produksi

6. Sistem Informasi Pelanggan dan Layanan Servis

Sistem Informasi yang mengelola data pelanggan, mengirimkan kuisioner secara periodic, menerima keluhan dan klaim secara online, serta mengelola data servis garansi, perbaikan.

7. Sistem Informasi Backup Data

Sistem informasi yang mengelola seluruh data elektronik dan menyimpannya dalam cloud

8. Sistem Informasi Pemantauan Alat, Mesin dan Sparepart

Sistem informasi yang mengelola seluruh data persediaan, keluar masuknya alat, mesin dan sparepart. Baik pembelian, penjualan dan servis.

### 3.3.1 Analisis PEST dan 5 Forces

**Tabel 1**

**Analisis PEST PT Yuniko Asia Prima**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **MODEL** | **RELEVANSI** | **STRATEGI** |
| **Politik** | * Bea Cukai
* Undang-undang
* Pajak
* Peraturan Daerah
 | * Menggunakan SI/TI untuk membangun komunikasi dengan pemasok mengenai bahan baku yang diimpor dan dengan pembeli mengenai bahan baku yang diekspor dalam pengurusan di Bea Cukai.
* Menggunakan SI/TI untuk memahami dan mematuhi UU yang berlaku
* Menggunakan SI/TI untuk melaksanakan kewajiban perpajakan, misalnya aplikasi e-SPT, e-Faktur.
* Menggunakan SI/TI untuk memahami dan mematuhi Perda yang berlaku dengan melihat website pemerintah.
 |
| **Ekonomi** | * Kondisi Ekonomi
* Tingkat UMR
* Harga valuta asing : Dollar
* Harga minyak dunia
* Harga bahan baku
 | * Menggunakan SI/TI untuk memahami dan memantau kondisi ekonomi dalam negeri sehingga dapat mengantisipasi kemungkinan yang timbul.
* Menggunakan SI/TI untuk memahami dan mematuhi peraturan mengenai UMR untuk tenaga kerja.
* Menggunakan SI/TI untuk memantau nilai kurs dollar dan melakukan penetapan standar nilai dollar bagi perusahaan missal menggunakan aplikasi Sistem Informasi Manajemen yang berisi pergerakan kurs mata uang atau melihat portal berita online.
* Menggunakan SI/TI untuk memantau harga minyak dengan menggunakan aplikasi Sistem Informasi Manajemen yang berisi perkembangan bursa saham atau melihat portal online.
 |
| **Sosial** | * Hubungan dengan pemasok
* Hubungan dengan pelanggan
* Kesejahteraan karyawan
* Hubungan dengan kompetitor
 | * Menggunakan SI/TI untuk menjalin hubungan dengan pemasok misalnya dengan adanya komunitas online dengan para supplier
* Menggunakan SI/TI untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan misalnya dengan adanya komunitas antar pelanggan, sistem CRM, dan komunikasi secara langsung melalui media online.
* Menggunakan SI/TI untuk menjalin hubungan dengan karyawan misalnya dengan adanya komunitas online antar karyawan, dibangunnya serikat pekerja,
* Menggunakan SI/TI untuk menjalin hubungan baik dengan kompetitor misalnya dengan adanya komunitas secara online antar bisnis yang sama, sehingga melihat kompetitor sebagai rekan atau mitra bisnis.
 |
| **Teknologi** | * Perkembangan SI/TI
* Memaksimalkan penggunaan SI/TI untuk mendukung proses bisnis perusahaan
 | * Mengikuti perkembangan teknologi dan menyesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.
* Melatih SDM agar dapat menggunakan teknologi terbaru yang digunakan.
 |

**Tabel 2**

**Analisis Lima Kekuatan Porter**



**STRATEGI**

**1. Untuk Pesaing**

a. Meningkatkan kualitas produk

b. Mempertahankan kualitas produk

c. Melakukan inovasi terbaru pada produk yang ditawarkan sambal mengikuti permintaan dan kebutuhan pasar

d. Memperkuat sumber daya baik sumber daya manusia, dan teknologi seperti sistem informasi dan teknologi informasi agar kinerja perusahaan berjalan secara efektif dan efisien

e. Memanfaatkan SI dan TI untuk memperluas jangkauan pasar dengan menggunakan e-business atau internet

f. Memanfaatkan SI dan TI untuk mendapatkan informasi mengenai kondisi dan produk pesaing.

**2. Untuk Pemasok**

a. Mempertahankan hubungan baik dengan pemasok agar selalu mendapat bahan baku dengan kualitas terbaik.

b. Mengembangkan sarana SI dan TI untuk mendapat informasi mengenai data pemasok.

c. Mengembangkan sarana SI dan TI untuk mendapat informasi mengenai data bahan baku.

d. Mengembangkan sarana SI dan TI untuk membangun sistem Supply Chain Management yang dapat membantu perusahaan dalam proses pengadaan bahan baku dari pemasok.

**3. Untuk Pendatang Baru**

a. Meningkatkan kualitas kontrol dalam perusahaan agar tidak kalah dengan pendatang baru.

b. Memanfaatkan SI dan TI untuk mendapat informasi mengenai data pendatang baru.

**c.** Memanfaatkan SI dan TI untuk melakukan inovasi

**4. Untuk Pembeli**

a. Memelihara hubungan baik dengan pelanggan.

b. Memanfaatkan SI dan TI untuk mendapat informasi mengenai pembeli.

c. Memanfaatkan SI dan TI untuk memberikan informasi mengenai produk.

d. Memanfaatkan SI dan TI untuk berinteraksi dengan pembeli seperti untuk menerima order, memproses Sales Contract, menanggapi kritik dan saran.

e. Memanfaatkan SI dan TI untuk memantau harga pasar agar dapat menetapkan harga yang bersaing namun tetap menguntungkan perusahaan.

**5. Untuk Produk Subtitusi**

a. Memanfaatkan SI dan TI untuk mendapat informasi mengenai produk substitusi

b. Memanfaatkan SI dan TI untuk memprediksi kebutuhan pelanggan atau tren pasar di masa depan sehingga dapat menciptakan inovasi baru dan mempertahankan pelanggan agar tidak berpindah ke produk subtitusi.

c. Menjaga konsistensi kualitas dan harga produk agar pelanggan tidak berpindah ke produk subtitusi.

**A**

**ANALISIS KEBUTUHAN INFORMASI**

**ANALISIS KEBUTUHAN INFORMASI – PERSPEKTIF FINANSIAL**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tujuan Utama** | **CSF** | **Measures** | **Strategi SWOT** | **VALUE CHAIN** | **KEBUTUHAN INFORMASI** |
| 1 | Mengoptimalkan modal | Meningkatkan ketersediaan dana | % ketersediaan dana | O3, O6, T4 | Infrastruktur | Laporan Ketersediaan Dana Perusahaan |
|  |  | Meningkatkan ketersediaan cash flow cadangan untuk biaya operasional | % Ketersediaan dana | O3, O6, T4 | Operasional | Analisis Cash Flow Perusahaan, Laporan Cash Flow Operasional |
|  |  | Meningkatkan ketersediaan dana untuk investasi | % Ketersediaan dana | O3, O6, T4, T5 | Infrastruktur | Analisis Dana Investasi, Laporan Dana Investasi |
|  |  | Mengendalikan realisasi anggaran | % Ketaatan | S4, O3, O6, T4 | Infrastruktur | Analisis Realisasi Anggaran, Laporan Realisasi Anggaran |
| 2 | Meningkatkan jumlah penjualan | Peningkatan volume penjualan | % Penjualan | S5, S6 | Penjualan dan Pemasaran | Laporan Penjualan |
|  |  | Pertumbuhan sales revenue | % Pertumbuhan | S5, S6,S7, O1, O3, O4, O5 ,O7, T2 | Penjualan dan Pemasaran | Analisis Pertumbuhan Sales Revenue, Laporan Pertumbuhan Sales |

**ANALISIS KEBUTUHAN INFORMASI – PERSPEKTIF PELANGGAN**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tujuan Utama** | **CSF** | **Measures** | **Strategi SWOT** | **VALUE CHAIN** | **KEBUTUHAN INFORMASI** |
| 1 | Meningkatkan jumlah nilai pelanggan | Peningkatan volume pemasaran | Jumlah pelanggan baru | S5, S7, O1, O2, T1, T2, W2, W3 | Penjualan dan Pemasaran | Laporan Perkembangan Jumlah Pelanggan |
|  |  | Meningkatkan customer service | Indeks kepuasan pelanggan | S4, S5, S7, O2, T3 | Penjualan dan Pemasaran | Laporan Indeks Kepuasan Pelanggan |

**ANALISIS KEBUTUHAN INFORMASI – PERSPEKTIF INTERNAL**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tujuan Utama** | **CSF** | **Measures** | **Strategi SWOT** | **VALUE CHAIN** | **KEBUTUHAN INFORMASI** |
| 1 | Meningkatkan kualitas produk | Peningkatan kualitas produk | Indeks kepuasan pelanggan terhadap produk | S1, W1,S4, S6, O6, T2, T3 | Logistik Masuk, Operasional, Logistik Keluar | Laporan Kepuasan Pelanggan, Laporan Claim Pelanggan |
|  |  | Menjaga ketersediaan bahan baku | % Ketersediaan bahan baku | O6, O5, W2 ,T5 | Logistik Masuk. Operasional | Laporan Persediaan Bahan Baku |
| 2 | Meningkatkan kapabilitas organisasi | Mengadakan pelatihan | % kemampuan staff | S4, W3, O6, T3 | Manajemen Sumber Daya | Laporan Peningkatan Kerja Tim, Laporan Pelatihan Pegawai |
|  |  | Melakukan reorganisasi dan restrukturisasi | % penyelesaian tugas pokok dan fungsi | S4, W2, W3, O6, T3 | Manajemen Sumber Daya | Laporan Penyelesaian Tugas |
| 3 | Mengembangkan SDM yang professional | Peningkatan kualitas hubungan kerja antara pegawai dan atasanMeningkatkan fokus ke pegawai | % Tingkat kesejahteraan pegawai | S4, W3, O6, T3 | Manajemen Sumber Daya | Laporan Masukan dan Keluhan Pegawai |

**ANALISIS KEBUTUHAN INFORMASI – PERSPEKTIF INOVASI**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tujuan Utama** | **CSF** | **Measures** | **Strategi SWOT** | **VALUE CHAIN** | **KEBUTUHAN INFORMASI** |
| 1 | Menjadikan PT Yuniko Asia Prima perusahaan manufaktur kelas dunia | Mengkoordinasikan setiap divisi yang ada | Kesesuaian antar divisi | S4, W3, O6, T3 | Manajemen Sumber Daya | Laporan Kegiatan Operasional Perusahaan, Laporan Tata Kelola Perusahaan |
|  |  | Menyediakan staff bermutu | % Ketersediaan staff  | S4, W3, O6, T3 | Manajemen Sumber Daya | Laporan Kepuasan Pelanggan dan Direksi |
|  |  | Peningkatan kualitas pelayanan | Indeks kepuasan pelanggan terhadap layanan | S4, W3, O6, T3, S7, O1 | Manajemen Sumber Daya | Laporan Kepuasan Pelanggan |
|  |  | Optimalisasi kualitas dan jaminan kepastian produk | % Klaim terhadap produk | S1, O2, O1, S7 | Pengembangan Produk dan Teknologi | Analisis Jumlah Claim dan Keluhan Pelanggan |
|  |  | Pengelolaan kesehatan dan lingkungan kerja industry | Indeks Pertanggungjawaban Lingkungan | S3, S4, W1, O6, T3 | Manajemen Sumber Daya | Informasi tentang pandangan masyarakat terhadap perusahaan |

**ANALISIS LINGKUNGAN SI/TI INTERNAL**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **KEBUTUHAN SI** | **PORTFOLIO MCFARLAN** | **SKALA PRIORITAS** |
| **ST** | **HP** | **KO** | **SU** | **L** | **M** | **H** |
| SI Pemasaran | √ |   |   |   |   | √ |   |
| SI Eksekutif | √ |   |   |   | √ |   |   |
| Website PT Yuniko Asia Prima |   | √ |   |   |   | √ |   |
| SI Kinerja Pegawai & Rekrutmen |   |   | √ |   | √ |   |   |
| SI Pelanggan dan Layanan Servis |   | √ |   |   |   | √ |   |
| SI Produksi |   |   | √ |   |   |   | √ |
| SI Persediaan dan Gudang |   |   | √ |   |   |   | √ |
| SI Manajemen Keuangan |   |   | √ |   |   |   | √ |
| SI Pemantauan Alat, Mesin, Sparepart |   |   | √ |   |   | √ |   |
| SI Security & Backup Data |   |   |   | √ |   |   | √ |

**PORTFOLIO MCFARLAN**

|  |  |
| --- | --- |
| **STRATEGIC**1.Sistem Informasi Pemasaran2. Sistem Informasi Eksekutif | **HIGH POTENTIAL**1.Website PT Yuniko Asia Prima2. Sistem Informasi Pelanggan dan Layanan Servis |
| **KEY OPERATIONAL**1.Sistem Informasi Produksi2. Sistem Informasi Persediaan dan Gudang3. Sistem Informasi Manajemen Keuangan4. Sistem Informasi Pemantauan Alat, Mesin dan Sparepart5. Sistem Informasi Penilaian Kinerja Pegawai dan Rekrutmen | **SUPPORT**1. Sistem Informasi Security & Backup Data |

**TAHAPAN PENGEMBANGAN APLIKASI**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TAHUN** | **JENIS APLIKASI** | **APLIKASI** | **ANGGARAN** |
| 1 | KEY OPERATIONAL | Sistem Informasi ProduksiSistem Informasi Persediaan dan GudangSistem Informasi Manajemen Keuangan | Rp. 20.000.000Rp. 23.000.000Rp. 23.000.000 |
|  | SUPPORT | Sistem Informasi Backup Data | Rp. 30.000.000 |
| **2** | KEY OPERATIONAL | Sistem Informasi Pemantauan Alat, Mesin dan Sparepart | Rp. 20.000.000 |
|  | HIGH POTENTIAL | Website PT YAP | Rp. 5.000.000 |
|  | STRATEGIC | Sistem Informasi Pemasaran | Rp. 25.000.000 |
| **3** | HIGH POTENTIAL | Sistem Informasi Pelanggan dan Layanan Servis | Rp. 20.000.000 |
|  | STRATEGIC | Sistem Informasi Eksekutif | Rp. 23.000.000 |
|  | KEY OPERATIONAL | Sistem Informasi Penilaian Kinerja Pegawai dan Rekrutmen | Rp. 20.000.000 |

 **TOTAL ANGGARAN Rp. 209.000.000**

Penjelasan Kebutuhan Applikasi Tahun Pertama

1. Sistem Informasi Produksi : Sistem yang mengelola data produksi barang mulai dari data bahan baku, data supplier, data produksi, jadwal produksi, dan menyediakan berbagai informasi mengenai hasil produksi kepada manajemen. Sistem ini sangat penting dibangun ditahun pertama karena bisnis utama PT Yuniko Asia Prima adalah menjual hasil benang dan kain yang didapat dari proses produksi.

2. Sistem Informasi Persediaan dan Gudang : Sistem yang mengelola data persediaan barang serta Gudang, mulai dari hasil produksi, data barang masuk dan keluar, serta informasi lainnya yang dibutuhkan manajemen. Sistem ini penting untuk dibuat untuk mendukung pengelolaan data dari SI Produksi.

3. Sistem Informasi Manajemen Keuangan : Sistem yang mengelola data keuangan berupa harta, hutang, asset, piutang, beban dsb. Sistem ini juga dapat menganalisis resiko yang akan terjadi pada keuangan perusahaan dan menjaga keamanan data keuangan dari pencurian data. SI ini penting dibuat untuk mengelola keuangan perusahaan.

4. Sistem Informasi Backup Data : Sistem yang digunakan untuk menjaga keamanan data, dan menyimpan berkas file data dalam teknologi cloud computing untuk proses pengarsipan dan mencegah resiko terjadinya kehilangan atau kerusakan data. Sistem ini penting dibuat agar tidak kehilangan data dikemudian hari.

Berikut ini adalah jadwal perencanaan untuk pembangunan sistem informasi

****

## **SIKLUS MANAJEMEN**

1. Pelingkupan

Dilakukan untuk penentuan batas sebuah proyek. Untuk proyek ini waktu pengerjaan adalah 3 tahun untuk 10 pembangunan sistem informasi. Ada fase Pra Kelayakan, Pra-FS, dan Perencanaan Teknis. Untuk menentukan kebijakan, strategi sector, permasalahan dan kebutuhan proyek.

1. Perencanaan

Dilakukan untuk mengidentifikasi tugas-tugas yang diperlukan dalam proyek. Dan untuk menentukan tujuan, sasaran, kondisi dan sumberdaya proyek sebelum dimulai. Untuk proyek ini tugas-tugasnya antara lain menganalisa perangkat lunak yang akan dibuat, merencanakan tools yang akan digunakan, mendesain system, mengcoding system, menguji system yang telah dibuat, mengimplementasikannya dan yang terakhir tahap pengontrolan dan pengujian.

1. Perkiraan

Dilakukan untuk mengetahui perkiraan waktu untuk masing-masing tugas. Selain itu dilakukan penilaian proyek untuk justifikasi teknis, dan ekonomi. Untuk proyek ini telah dibuat timeline berupa gant chart di atas.

1. Penjadwalan

Dilakukan untuk menentukan ketergantungan antar tugas yang membangun proyek. Untuk proyek pembangunan perangkat lunak dari PSSI di PT Yuniko Asia Prima ini, setiap tugas berkelanjutan yang artinya harus diselesaikan terlebih dahulu, baru dapat melanjutkan ke tugas berikutnya

1. Pengorganisasian

Dilakukan untuk menentukan penempatan sumber daya.

1. Pengarahan

Dilakukan untuk mengarahkan tim sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Proses supervise.

1. Pengontrolan

Dilakukan untuk mengontrol kemajuan proyek. Tahap pengujian meliputi :

* + - * Pengujian unit : yaitu pengujian unit program
			* Pengujian integrasi : yaitu pengujian kelompok unit yang terintegrasi untuk membentuk subsistem ataupun system
			* Pengujian system : yaitu pengujian terhadap integrase atau keterhubungan dengan subsistem
			* Pengujian penerimaan : yaitu pengujian terakhir sebelum system dipakai oleh pengguna, melibatkan pengujian dengan data dari pengguna system
			* Pengujian instalasi : yaitu pengujian yang dilakukan setelah system dipasang
1. Penutupan

Dilakukan untuk menilai hasil akhir proyek. Berupa evaluasi hasil proyek dengan data monitoring

**3.3.2 Hasil Perencanaan Strategis Sistem Informasi**

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan bisnis dan informasi, maka dapat ditentukan SI ke depan. Strategi SI ini menentukan portofolio aplikasi SI PT Yuniko Asia Prima yang harus dibangun. Sedangkan strategi TI menentukan infrastruktur TI yang diperlukan untuk mendukung strategi SI. Penentuan strategi tersebut diawali dengan perumusan visi dan misi SI/TI yang selaras dengan visi, misi, serta tujuan PT Yuniko Asia Prima

Berdasarkan dokumen dan hasil penelitian pada Bintang Pelajar, visi dan misi SI/TI dapat dirumuskan sebagai berikut:

**Visi:**

Menjadi media yang dapat mendukung visi, misi, serta tujuan perusahaan dengan pemanfaatan sistem informasi dan teknologi informasi

**Misi:**

1.Mengembangkan produk IT yang kompetitif dan berkualitas bagi perusahaan

2.Menyediakan informasi yang dibutuhkan perusahaan baik yang bersifat operasional maupun strategis agar perusahaan dapat terus berkompetisi dengan perusahaan lain

# DAFTAR PUSTAKA

http://blog.pasca.gunadarma.ac.id/2012/07/21/perencanaan-strategis-sistem-informasi/ diakses pada Jumat, 6 Mei 2019 jam 21.55 WIB

http://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-proses-bisnis-menurut-para-ahli-beserta-karakteristik-tipe-dan-contohnya/ diakses 6 Mei 2019 jam 15.44 WIB

http://manajemenproyekindonesia.com/?p=2518 diakses 6 Mei 2019 jam 15.48 WIB

http://www.samsularifin.com/2014/11/pengertian-manfaat-dan-penerapan.html diakses 6 Mei 2019 jam 15.44 WIB

http://pengertianmenurutahli.blogspot.co.id/2013/06/analisis-value-chain-manufacture.html diakses 6 Mei 2019 jam 21.09 WIB

Jurnal Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Dalam Lingkungan Internal Perusahaan. Oktavima Wisdaningrum. Universitas 17 Agustus. Banyuwangi

Jurnal Analisis Lingkungan Internal dan External Studi Kasus : PT Intan Pariwara Klaten - Nurcahyani Dewi R. STT Adisutjipto. Yogyakarta.

Jurnal Pembuatan Portofolio Aplikasi Dinas XYZ. Khalim Ghozali – Achmad Holil. ITSN. Surabaya.

Jurnal Perencanaan Strategis Sistem Informasi dan Teknologi Informasi Menggunakan Metode Ward and Peppard Pada PT Akcaya Utama Press (Pontianak Post). Yoki Firmansyah. BSI. Pontianak

Jurnal Perencanaan Strategi Sistem dan Teknologi Informasi Pada PT Tripuri Mitra Nobelindo. Dewan Pelawi, dkk. Binus University. Jakarta.

Jurnal Perencanan Strategis Sistem dan Teknologi Informasi Pada St. Ignatius Education Center Palembang. Dana Indra Sensuse dan Hendri Sopriyadi. Universitas Indonesia & STMIK MDP Palembang. Jakarta. Palembang

Kaplan, Robert S. & David P., The Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive In The New Business Environment, Harvard Business School Publishing Corp, Boston, 2001

Kotler, P., Armstrong, G., 1997, *Dasar-Dasar Pemasaran, Principles of Marketing 7 e*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 1, diterjemahkan oleh Drs. Alexander Sindoro, Prenhallindo, Jakarta.

Ward, John & Peppard, Joe. (2002). *Strategic Planning for Information System* (3rd ed.). Chichester:

John Willey & Sons.

Porter, M. E. (2008). *Five Competitive Forces That Shape Strategy. USA: Harvard Business Review*