PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI MENGGUNAKAN BLUE OCEAN STRATEGY

Galih Abdul Fatah Maulani
Nizar Alam Hamdani

Penerbit Widina

PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI MENGGUNAKAN *BLUE OCEAN STRATEGY*

Penulis:
Galih Abdul Fatah Maulani
Nizar Alam Hamdani

Desain Cover:
Septian Maulana

Sumber Ilustrasi:
www.freepik.com

Tata Letak:
Handarini Rohana

Editor:
Evi Damayanti

ISBN:

Cetakan Pertama:
Juni, 2023

Tanggung Jawab Isi, pada Penulis

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang
by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:
WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG
(Grup CV. Widina Media Utama)
Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020
Website: www.penerbitwidina.com
Instagram: @penerbitwidina
Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain mengucap rasa syukur. Karena berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, buku yang berjudul Perencanaan Strategis Sistem Informasi Menggunakan *Blue Ocean Strategy* telah selesai di susun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasan bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan tentang Perencanaan Strategis Sistem Informasi Menggunakan *Blue Ocean Strategy*.

Buku ini merupakan salah satu wujud perhatian penulis terhadap Perencanaan Strategis Sistem Informasi Menggunakan *Blue Ocean Strategy*. Setiap perusahaan yang ingin penerapan Teknologi Informasinya optimal membutuhkan suatu strategi sistem informasi dan teknologi informasi yang harus menyelaraskan dengan strategi bisnis organisasi. Hal tersebut diperlukan agar investasi yang dikeluarkan untuk TI sesuai dengan kebutuhan dan memberikan manfaat yang diukur dari pencapaian tujuan dan sasaran organisasi.

Perencanaan strategis sistem informasi merupakan sebuah analisis yang digunakan untuk merumuskan dan mengukur sejauh mana tujuan dan sasaran suatu perusahaan serta menentukan strategi yang dapat meningkatkan keunggulan sistem informasi dengan dukungan teknologi informasi dalam penunjang strategi bisnis. Selain itu, sistem informasi tersebut dapat memberikan perusahaan suatu keunggulan jangka panjang dalam persaingan dengan menggunakan *Blue Ocean Strategy*.

Blue Ocean Strategy (BOS) adalah suatu pendekatan strategi untuk menguasai ruang pasar yang tidak ramai diperebutkan sehingga persaingan menjadi tidak relevan. Konsep pemahaman BOS adalah menggeser dan memperluas pasar bagi pelanggan potensial, sehingga memenuhi nilai yang diharapkan oleh pelanggan pada pasar yang dituju. (Arief Rahman, Dkk. 2013). Pada dasarnya, Pendekatan BOS menekankan pada kesetaraan antara nilai dan inovasi. Perpaduan antara inovasi dan nilai menghendaki adanya cara-

cara yang dilakukan untuk memberikan manfaat kepada konsumen dan perusahaan. (Sunarto, Hasibuan. 2007).

Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sebagaimana pepatah menyebutkan “tiada gading yang tidak retak” dan sejatinya kesempurnaan hanyalah milik tuhan semata. Maka dari itu, kami dengan senang hati secara terbuka untuk menerima berbagai kritik dan saran dari para pembaca sekalian, hal tersebut tentu sangat diperlukan sebagai bagian dari upaya kami untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia.

Juni, 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **iii**

DAFTAR ISI ..... **v**

BAB 1 PENGENALAN ANALISIS LINGKUNGAN PADA PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI **1**

A. Pengantar 1

B. Teori Metode Analisis 3

C. Analisis Pest (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi) 4

D. Analisa Swot (*Strength, Weakness, Opportunities, Threads*) 4

BAB 2 HASIL PENELAAHAN PARA AHLI **11**

BAB 3 PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI **19**

A. Pengertian Strategi 19

B. Pengertian Sistem Informasi 20

C. Pengertian Strategi Sistem Informasi 23

D. Strategi SI dan Strategi TI 23

BAB 4 KONSEP *BLUE OCEAN STRATEGY* **29**

A. *Blue Ocean Strategy* 29

B. *Blue Ocean* dan *Red Ocean* 29

C. Prinsip *Blue Ocean Strategy* 31

D. Kerangka Kerja Empat Langkah (*Four Actions Framework*) 33

BAB 5 KONSEP PERENCANAAN STRATEGI SISTEM INFORMASI PERUSAHAAN **37**

A. Sistem Informasi Perencanaan Kebutuhan Bisnis Organisasi 37

B. Analisis Lingkungan Bisnis Eksternal 46

C. Analisis Lingkungan Bisnis Internal 52

D. Analisis Mcfarlan *Strategic Grid* 56

E. Analisis Hubungan Bisnis dan Perkembangan 58

F. Penentuan Nilai Baru Menggunakan *Four Actions Framework* 67

G. Kebutuhan Aplikasi Sistem Informasi Perusahaan 69

H. Analisis Kesenjangan (*Gap Analysis*) 70

I. Membuat Dasar Kebijakan SI/TI 73

BAB 6 RANCANGAN PORTOFOLIO SISTEM INFORMASI/APLIKASI DI MASA MENDATANG **75**
BAB 7 PENUTUP **87**
A. Kesimpulan 87
B. Saran Pandang 88
DAFTAR PUSTAKA **89**
PROFIL PENULIS **92**

PENGENALAN ANALISIS LINGKUNGAN PADA PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI

A. PENGANTAR

Pada dewasa ini, Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi pasar yang sangat besar. Pasar yang kini banyak bermunculan adalah pasar olahan makanan tradisional. Indonesia memiliki banyak suku bangsa sehingga terdapat banyak makanan tradisional yang ada saat ini. Hal tersebut dapat menjadi sebuah peluang pasar yang sangat menjanjikan. Kini terbukti banyak produk makanan inovatif yang dilahirkan dari makanan tradisional tiap daerah di Indonesia. Selain itu, produk tradisional yang dihasilkan memiliki cita rasa yang tidak kalah dengan makanan yang sudah mendunia.

Salah satu produk makanan tradisional yang sudah banyak dikenal adalah dodol garut. Dodol garut merupakan makanan tradisional khas sunda yang berasal dari kabupaten Garut. Dodol garut juga merupakan salah satu komoditas yang mampu mengangkat citra Kabupaten Garut sebagai penghasil dodol yang berkualitas tinggi yang beranekaragam. Dodol Garut dikenal karena rasanya yang khas dan kelenturan yang berbeda dengan produk yang sejenis dari daerah lain. Banyak perusahaan-perusahaan penghasil Dodol Garut bahkan industri rumahan yang membuat dodol ini.

Banyaknya produsen dodol baik dalam skala perusahaan maupun industri rumahan membuat persaingan pasar dodol di garut menjadi ketat. Selain itu, banyak bermunculan produsen dodol yang membuka usaha mereka dengan strategi pasar yang berbeda-beda dan unik.

Salah satu produsen dodol yang terbesar saat ini di kabupaten Garut adalah PT. Herlinah Cipta Pratama. Perusahaan dodol tersebut terkenal dengan produk dodolnya bernama Dodol Picnic. Pada tahun 1950-an, perusahaan ini merintis usahanya hingga kini menghasilkan dodol garut yang memiliki kualitas cita rasa yang asli serta berkelas.

PT. Herlinah Cipta Pratama memiliki visi yaitu mewujudkan perusahaan yang berkembang, *credible* dan *profitable* yang dikelola secara sehat dan professional melalui pengembangan sumber daya manusia yang tangguh dan mandiri. Serta memiliki misi, antara lain: (www.dodolpicnic.com, diakses 10 Juni 2014)

1. Memberikan pelayanan optimal kepada pelanggan,
2. Memberikan keuntungan yang proporsional.
3. Menciptakan hubungan yang harmonis dengan seluruh pemegang saham perusahaan.
4. Menciptakan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan melalui pengembangan usaha, efisiensi dan produktifitas kerja.

Tabel 1.1 Potensi Industri Dodol Garut Pada Tahun 2010

Uraian	Formal	Non Formal	Jumlah
Jumlah Unit Usaha (Unit)	43	58	101
Tenaga Kerja (Orang)	1.245	1.257	2.502
Investasi (000 Rp)	617.200	415.150	1.032.350
Nilai Produksi (000 Rp)	25.849.330	17.460.600	43.309.930
Wujud Produksi	Dodol ketan, kacang, susu, coklat, wijen, dan dodol buah-buahan		
Daerah pemasaran	Pulau Jawa, Kalimantan, Sumatera, Bali , Brunai, Malayasia, Jepang, Arab Saudi, Singapura, Inggris.		
Sumber : Dinas Perindagkop & UKM Kabupaten Garut			

Sumber: http://www.garutkab.go.id

Pemanfaatan sistem informasi pada perusahaan-perusahaan produksi dodol sudah mulai banyak diterapkan. Sistem informasi tersebut membantu dalam media pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Dalam meningkatkan

kemampuan bersaing dalam perusahaan maka perlu adanya suatu perencanaan strategis sistem informasi yang sesuai dan baik.

Blue Ocean Strategy merupakan salah satu metode pendekatan strategi bisnis yang menekankan kepada penguasaan ruang pasar yang tidak diperebutkan sehingga persaingan menjadi tidak relevan. (Arief Rahman, dkk. 2013: 41)

Pasar yang tidak diperebutkan tersebut dapat dianalogikan sebagai *Blue Ocean* (Samudera Biru) karena perusahaan hidup dan bermain tanpa ada pesaing. Akan tetapi sebaliknya kondisi dimana ruang pasar bersaing saling diperebutkan oleh berbagai pihak dengan cara apapun seakan-akan sampai berdarah-darah, maka kondisi ini dianalogikan sebagai *Red Ocean* atau Samudera Merah. Analogi tersebut memperlihatkan tentang posisi perusahaan yang menggunakan strategi *Blue Ocean*. (Sunarto & Hasibuan, 2007: 32).

Strategi *Blue Ocean* telah menjadi salah satu metode yang sukses melalui penelitian lebih dari 300 perusahaan lebih dari 20 tahun. Ini menekankan pada nilai ekonomis dan strategi yang berbeda. Oleh karena itu, strategi ini memiliki kunci yaitu menawarkan kualitas yang sangat baik dengan menekankan dan meninjau kembali nilai tambah untuk berbagai kegiatan. Kegiatan-kegiatan utama pada perusahaan harus memiliki nilai tambah sementara kegiatan lain harus dikurangi *cost*-nya. Beberapa kegiatan harus dihilangkan dan aktivitas baru harus diperkenalkan. (Basri, dkk. 2011).

B. TEORI METODE ANALISIS

Menurut Kahate (2004:60) yang dimaksud dengan analisis adalah mempelajari masalah (yang berarti mempelajari persyaratan yang menuntut menulis/memodifikasi perangkat lunak) dan keluar dengan sangat tepat, mudah dipahami, model akurat dari solusi yang diusulkan untuk masalah yang terjadi.

Ada beberapa teknik/metode analisis yang digunakan dalam perencanaan strategis SI/TI pada metodologi ini, mencakup analisis PEST, SWOT, analisis *Value Chain*, dan *McFarlan's Strategic Grid*.

C. ANALISIS PEST (POLITIK, EKONOMI, SOSIAL, TEKNOLOGI)

Menurut Ward dan Peppard (2000: 70-72) analisis PEST adalah analisis terhadap faktor lingkungan eksternal bisnis yang meliputi bidang politik, ekonomi, sosial dan teknologi. PEST digunakan untuk menilai pasar dari suatu unit bisnis atau unit organisasi. Arah analisis PEST adalah kerangka untuk menilai sebuah situasi dan menilai strategi atau posisi, arah perusahaan, rencana pemasaran atau ide. Dimana analisis ini dapat diambil suatu peluang atau ancaman baru bagi perusahaan. Berikut ini adalah penjelasannya: (Ward, Peppard, 2000: 70-72)

1. Faktor Politik
   Faktor politik yang dimaksud meliputi kebijakan pemerintah, masalah-masalah hukum, serta mencakup aturan-aturan formal dan informal dari lingkungan dimana perusahaan melakukan kegiatan.
2. Faktor Ekonomi
   Faktor ekonomi meliputi semua faktor yang mempengaruhi daya pembeli dari pelanggan dan mempengaruhi iklim dari bisnis suatu perusahaan.
3. Faktor Sosial
   Faktor sosial meliputi semua faktor yang dapat mempengaruhi kebutuhan dari pelanggan dan mempengaruhi ukuran dari besarnya pangsa pasar yang ada.
4. Faktor Teknologi
   Faktor teknologi meliputi semua hal yang dapat membantu dalam menghadapi tantangan bisnis dan mendukung efisiensi proses bisnis.

D. ANALISA SWOT (*STRENGTH, WEAKNESS, OPPORTUNITIES, THREADS*)

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 A. Wijaya Tunggal (2001:74-75), “SWOT adalah akronim untuk kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weakness*) internal suatu perusahaan dan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) lingkungan yang dihadapi perusahaan”. Analisa SWOT merupakan identifikasi yang sistematis dari

faktor-faktor ini dan strategi yang menggambarkan pedoman yang terkait antara mereka. Analisa SWOT dapat definisikan sebagai berikut:

1. Kekuatan (*strength*)
   Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan dan keunggulan lain yang relatif terhadap pesaing dan kekuatan dari pasar suatu perusahaan untuk melayani.
2. Peluang (*opportunities*)
   Suatu peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan-kecenderungan utama adalah salah satu dari peluang. Identifikasi dari segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan-perubahan dan keadaan bersaing, peraturan-peraturan dalam perubahan teknologi, serta hubungan pembeli dan pemasok yang dapat diperbaiki dapat menunjukkan peluang bagi perusahaan.
3. Kelemahan (*weaknesses*)
   Kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kemauan yang secara serius menghalangi kinerja suatu perusahaan
4. Ancaman (*threats*)
   Suatu ancaman adalah situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman adalah suatu rintangan-rintangan utama bagi posisi perusahaan sekarang atau yang diinginkan dari perusahaan. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, daya tawar pembeli dan pemasok utama yang meningkat, perubahan teknologi dan peraturan yang direvisi atau peraturan baru dapat merupakan ancaman bagi perusahaan.

Menurut Rangkuti (2006:19), Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
PELUANG (O)	Strategi untuk Memanfaatkan peluang untuk mendayagunakan kekuatan. **(Strategi S-O)**	Strategi untuk Memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan **(Strategi W-O)**
ANCAMAN(T)	Strategi untuk Mengatasi ancaman dengan jalan mendayagunakan kekuatan. **(Strategi S-T)**	Strategi untuk Menghindari ancaman sekaligus melindungi kelemahan **(Strategi W-T)**

Gambar 1.2 Matriks SWOT (Rangkuti, 2006:19)

Berikut ini adalah keterangan dari matriks SWOT pada gambar 2.9: (Rangkuti, 2006:35)

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

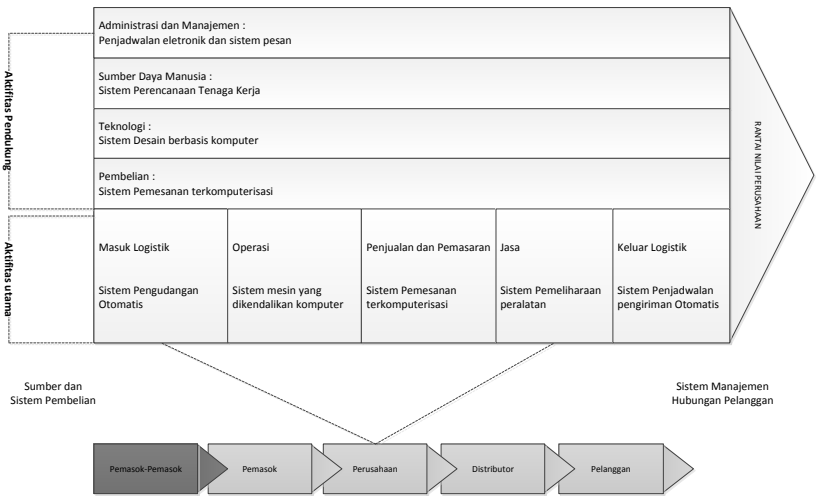
Dari beberapa pendapat di atas, penulis berpendapat bahwa SWOT merupakan salah satu alat ukur untuk menggambarkan dan menganalisa secara jelas mengenai peluang, ancaman, kekuatan, kelemahan suatu organisasi atau perusahaan.

1. Analisa *Value Chain*

Value Chain didefinisikan sebagai rantai aktivitas yang dilakukan oleh suatu organisasi pada suatu industri tertentu. Tiap perusahaan adalah kumpulan dari aktivitas untuk merancang produksi, memasarkan, dan layanan. Seluruh aktivitas dapat digambarkan menggunakan *value chain*. Prinsip dari value chain ini adalah bagaimana memetakan seluruh proses kerja atau aktivitas dalam perusahaan atau organisasi tersebut ke dalam dua bagian yaitu, aktivitas utama dan aktivitas pendukung. (Ward & Peppard, 2002: 265)

Rantai nilai merupakan suatu cara pandang dimana bisnis dilihat sebagai rantai aktivitas yang mengubah input menjadi output yang bernilai bagi pelanggan. Nilai bagi pelanggan berasal dari tiga sumber dasar: aktivitas yang membedakan produk, aktivitas yang menurunkan biaya produk, dan aktivitas yang dapat segera memenuhi kebutuhan pelanggan (Pearce dan Robinson, 2008)

Menurut Kenneth dan Jane Laudon (2015:106), model rantai nilai (Value Chain Model) menekankan pada aktifitas spesifik pada organisasi bisnis di mana strategi kompetitif diaplikasikan dan sistem informasi sebaiknya ditempatkan untuk menimbulkan dampak strategis. Model ini mengidentifikasikan secara spesifik, poin-poin yang memiliki pengaruh penting di mana perusahaan dapat menggunakan teknologi informasi untuk memperbaiki posisinya di kancah persaingan. Model rantai nilai memandang perusahaan sebagai serangkaian aktifitas dasar yang memberikan nilai terhadap barang atau jasa perusahaan. Aktifitas-aktifitas tersebut dapat dikategorikan sebagai aktifitas dasar atau aktifitas pendukung.



Gambar 1.3 Diagram *Value Chain* (Kenneth and jane Laudon, 2015:106)

Aktifitas utama sebagai besar berhubungan dengan produksi serta distribusi produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan, yang menciptakan nilai bagi pelanggan. Aktifitas utama ini diantaranya kegiatan logistik (baik ke dalam maupun ke luar perusahaan), kegiatan operasional, penjualan dan

pemasaran serta pelayanan. Logistik ke dalam perusahaan (*inbound logistics*) diantaranya menerima dan menyimpan bahan mentah untuk produksi. Kegiatan operasional mengubah bahan mentah yang disimpan dan mendistribusikan barang jadi. Penjualan dan pemasaran diantaranya mempromosikan dan menjual barang yang dihasilkan perusahaan. Aktifitas pelayanan diantaranya perawatan serta perbaikan barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan.

Aktifitas pendukung memungkinkan aktifitas utama berjalan lancar serta terdiri atas infrastruktur-infrastruktur organisasi, seperti manajemen dan administrasi, sumber daya manusia (perekrutan, penggajian, dan pelatihan karyawan), teknologi (meningkatkan mutu produk dan proses produksi), dan penyediaan bahan baku.

Michael Porter (1985) dalam bukunya *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance* mengatakan bahwa:

> *"The idea of the value chain is based on the process view of organizations, the idea of seeing a manufacturing (or service) organization as a system, made up of subsystems each with inputs, transformation processes and outputs. Inputs, transformation processes, and outputs involve the acquisition and consumption of resources - money, labour, materials, equipment, buildings, land, administration and management. How value chain activities are carried out determines costs and affects profits."*

2. *McFarlan's Strategic Grid*

(Kwan dan West, 2004). Berdasarkan atas proses perencanaan sistem informasi Mcfarlan's *strategic grid* mengklasifikasikan sebuah organisasi ke dalam empat tingkatan sistem yang berbeda, yaitu: *support*, *factory*, *turn around* dan *strategic*. Kerangka kerja *McFarlan's grid* akan mengarahkan sub unit organisasi yang berbeda untuk menempati kuadran yang berbeda sesuai keadaan sub unit tersebut dan posisinya untuk berubah setiap saat.

Analisis Aplikasi Portofolio adalah digunakan untuk memetakan aplikasi yang ada saat ini dan juga kebutuhan aplikasi di masa akan datang dalam mendukung bisnis organisasi/perusahaan. Pemetaan aplikasi ini dengan empat kuadran (*strategic, high potential, key operation, and support*) sesuai kategori penilaian suatu aplikasi terhadap dampaknya terhadap bisnis. Dari hasil pemetaan tersebut didapatkan gambaran kontribusi SI terhadap bisnis.

Hasil tersebut dapat menjadi masukan bagi kegiatan pembuatan strategi SI dan kemungkinan pengembangannya ke depan (Ward, 2002:43).

Gambar 1.4. *McFarlan Strategic Grid* (Ward, 2002)

Model pemetaan Mc Farlan bertujuan untuk menganalisis suatu aplikasi atau sistem informasi di suatu organisasi berdasarkan kondisi saat ini, kondisi yang direncanakan serta aplikasi-aplikasi yang dianggap berpotensi dalam menunjang operasional dan strategis organisasi. Pemetaan tersebut dibagi atas 4 kuadran yang didefinisikan sebagai berikut: (Ward, 2002)

a. Kuadran 1 (Kuadran *Support*) adalah aplikasi yang berguna tetapi tidak menentukan kesuksesan.
b. Kuadran 2 (Kuadran *Operational*) adalah aplikasi yang saat ini sangat diperlukan dalam mencapai keberhasilan.
c. Kuadran 3 (Kuadran *High Potential*) adalah aplikasi yang mungkin akan menentukan keberhasilan dimasa datang.
d. Kuadran 4 (Kuadran *Strategic*) adalah aplikasi penting untuk mendukung strategi di massa datang.

Pemetaan ini mempermudah organisasi atau pihak manajemen untuk mengambil keputusan dalam menentukan posisi sistem teknologi informasi organisasi di dalam kuadran tersebut serta keinginan organisasi dalam menentukan ke arah mana sistem informasi akan dipenuhi yang tentunya disesuaikan dengan kapabilitas dan visi serta misi organisasi di masa yang akan datang.

BAB
2

HASIL PENELAAHAN PARA AHLI

Penelusuran penelitian dan kajian-kajian ilmiah terdahulu dilakukan untuk penemuan posisi hasil penelitian ini dalam kajian keilmuan yang telah ada sehingga diharapkan para peneliti selanjutnya mampu dalam pengisian lubang-lubang kekurangan dari penelitian ini untuk kemudian dilanjutkan dengan pengembangan hasil keilmuan yang penulis teliti ini. Kegiatan ini juga dilakukan sebagai langkah untuk terbangunnya kesinambungan dalam mata rantai keilmuan bidang tertentu, dalam konteks tesis ini adalah bidang perencanaan strategis sistem informasi menggunakan pendekatan *blue ocean strategy*.

Tabel 2.2 ini adalah hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya:

Tabel 2.1 hasil penelaahan para ahli

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Tahun	Konten	Kesimpulan
1	*Blue ocean strategy: application in Universiti sains malaysia library*	Jamilah Hassan Basri, Mohd Pisol Ghadzali, Mohd Ikhwan Ismail. Universiti Sains Malaysia, 11800 USM, Minden jamilahhassan@usm.my, mohdpisol@usm.my, ikhwanismail@usm.my	2011	Strategi *Blue Ocean* dikembangkan oleh W.C. Kim dan R. Mauborgne. Hal ini relatif baru dan hanya diperkenalkan pada tahun 2004, di mana yang merekomendasikan melihat batasan-batasan pasar yang berbeda dan merumuskan produk atau jasa kepada pelanggan dari segmen	Kesimpulan, analisis penjelasan dan penerapan strategi *Blue Ocean* di Perpustakaan USM merupakan upaya untuk memahami praktek strategi Blue Ocean. Pustakawan harus benar-benar memahami konsep sebelum pelaksanaan dan pra-perencanaan pelaksanaan dapat dilakukan. Ini bukan tugas yang mudah. Mereka harus mendiskusikan dan bertukar pikiran sebelum

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Tahun	Konten	Kesimpulan
				yang berbeda. Organisasi seperti perpustakaan harus meningkatkan standar kegiatan yang lebih tinggi dari standar umum dan menawarkan pelanggan nilai yang lebih tinggi dari pesaing mereka. Dengan kata lain, perpustakaan harus memberikan nilai dengan biaya rendah dan secara bersamaan mereka perlu untuk mengurangi dan menghilangkan kegiatan penting lainnya. penelitian ini berfokus pada beberapa alat dan model strategi Blue Ocean yaitu "Hilangkan-Kurangi-Tingkatkan-Buat Grid" karena ide-ide kunci utama di bawah "*Create Grid*" dimana nilai inovatif berlangsung, serta untuk menciptakan nilai-nilai unik bagi pelanggan. Dengan demikian, penerapan model ini di Universiti Sains Malaysia (USM) Perpustakaan sangat penting dalam penyediaan layanan pelanggan yang sukses, kualitas terbaik dan produk yang memuaskan. Strategi Blue Ocean juga merupakan strategi yang paling tepat untuk perpustakaan yang layanan matang dan biasanya dalam fase menurun dari siklus hidup layanan dengan menurunnya loyalitas pelanggan.	mereka dapat menerapkan strategi. Dalam kasus Perpustakaan USM, strategi Blue Ocean adalah strategi yang paling cocok untuk perpustakaan yang jasa umum dan khas. Selain itu, ia juga mendekati tahap penurunan siklus hidup layanan dan ada berkurangnya loyalitas pelanggan yang Kim dan Mauborgne diberi label sebagai Oceans Red. Dengan demikian, Perpustakaan harus bertujuan untuk inovasi nilai dengan mendefinisikan penawaran untuk memberikan atribut yang unik dan pengalaman untuk satu set pelanggan. (Basri, Dkk. 2007)
2	Model perencanaan strategis sistem informasi Pada industri penyiaran	Agus Sunarto dan Zainal A. Hasibuan	2007	Semakin tingginya persaingan perusahaan media penyiaran di Indonesia saat ini, khususnya televisi, memunculkan	Hasil kajian menunjukkan sebuah model PSSI industri penyiaran TV yang selaras dengan strategi bisnisnya. Komponen-komponen industri penyiaran yang

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Tahun	Konten	Kesimpulan
	televisi dengan pendekatan *blue ocean strategy* dan *balanced scorecard*			kebutuhan strategi bisnis untuk bertahan. Hampir semua media penyiaran memanfaatkan TI dalam kegiatan operasionalnya. Akan tetapi kemampuan perencanaan, pengelolaan dan implementasi SI/TI yang dikaitkan dengan strategi bisnis perusahaan masih kurang diterapkan. Hal ini terlihat dari output program siaran dari setiap stasiun TV memiliki corak dan ragam yang sama. Diferensiasi dan inovasi produk tidak muncul dimana antara satu stasiun dengan stasiun lainnya menghasilkan produk yang serupa tapi tak sama. Padahal audien mereka terdiri dari berbagai lapisan, budaya dan latar belakang sosial, yang pasti mempunyai selera yang berbeda dan ini merupakan peluang yang perlu digarap lebih cermat. Perencanaan Strategis Sistem Informasi kini merupakan salah satu kunci dalam pencapaian sasaran perusahaan, karena harus selaras dengan strategi bisnis yang dijalankan. Model Perencanaan Strategis Sistem Informasi yang akan dibahas dalam kajian ini adalah menggunakan strategi bisnis *Blue Ocean Strategy* (BOS) diintegrasikan dengan *Balanced Scorecard* (BSC). Dengan sifat-sifat pada BOS dan BSC, model ini menjawab kebutuhan model Perencanaan Strategis	tertangkap dalam kurva nilai BOS dipetakan kedalam 4 perspektif BSC, yaitu perspektif finansial, pelanggan, proses bisnis internal, pembelajaran dan pertumbuhan. Hasil pemetaan ini selanjutnya mengelaborasi kebutuhan SI/TI sejalan dengan strategi bisnis BOS menggunakan empat perspektif BSC. Kebutuhan SI/TI yang muncul kemudian di inventarisir untuk dijalankan sesuai dengan manajemen strategis SI/TI-nya.

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Tahun	Konten	Kesimpulan
				Sistem Informasi pada industri media televisi yang berkarakteristik dinamis, inovatif, dan tingkat persaingan tinggi dengan hasil pencapaian yang terukur dan komprehensif. Model ini di implementasikan dalam PSSI TV Anak Space Toon.	
3	Perencanaan Strategis Sistem Dan Teknologi Informasi Pada St. Ignatius Education Center Palembang	Dana Indra Sensuse dan Hendri Sopryadi	2008	Meningkatnya jumlah lembaga pendidikan mengakibatkan semakin tingginya persaingan antar lembaga tersebut khususnya lembaga education center. Tingginya tuntutan standar nilai kelulusan pendidikan formal mengakibatkan banyaknya siswa yang membutuhkan tambahan bimbingan belajar diluar jam sekolah. St. Ignatius Education Center sebagai lembaga education center dituntut agar dapat memberikan diferensiasi dan inovasi program bimbingan dalam mencapai tujuan bisnis perusahaan dengan penerapan sistem dan teknologi informasi. Dalam industri usaha jasa, sistem informasi merupakan senjata yang paling penting dalam memenangkan persaingan. Perencanaan strategis sistem dan teknologi informasi menjadi salah satu kunci sebelum penerapan sistem dan teknologi informasi dalam perusahaan. Perencanaan strategis sistem dan teknologi informasi yang tepat dapat mendukung rencana dan	Hasil dari analisis ini akan mendefinisikan perencanaan strategis sistem informasi berupa strategi manajemen SI/TI, penerapan dan pemilihan teknologi informasi yang selaras dengan strategi bisnis St. Ignatius Education Center.

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Tahun	Konten	Kesimpulan
				pengembangan bisnis perusahaan yang nantinya akan memberikan nilai tambah berupa competitive advantage dalam persaingan bisnis. Bentuk Perencanaan Strategis Sistem Informasi yang akan dibahas dalam kajian ini adalah menggunakan metodologi Ward and Peppard, dengan masukan berupa analisis lingkungan bisnis internal, analisis lingkungan bisnis eksternal, analisis lingkungan SI/TI internal, analisis lingkungan SI/TI eksternal.	
4	Perencanaan Strategik Sistem Informasi pada Perusahaan Penerbitan dengan Metode *Ward and Preppard*: Studi Kasus pada Penerbit Rekayasa Sains Bandung	Awan Setiawan Benie Ilman	2012	Perencanaan strategis sistem informasi kini merupakan salah satu kunci dalam pencapaian sasaran perusahaan, karena harus selaras dengan strategi bisnis yang dijalankan. Model perencanaan strategis sistem informasi yang akan dibahas dalam kajian ini adalah menggunakan metode Ward & Peppard. Metode Ward and Peppard merupakan sebuah model yang digunakan untuk menyusun sebuah perencanaan strategik sistem informasi pada suatu industri. Dengan menggunakan metode ini berbagai faktor yang berpengaruh terhadap organisasi, baik internal maupun eksternal dianalisis untuk mendapatkan sebuah formula yang menjadi dasar dalam	Dari hasil analisis yang dilakukan terhadap berbagai data yang diperoleh di lapangan maupun dari hasil studi pustaka yang dianalisis lebih lanjut berdasarkan kerangka kerja Ward and Peppard, dapat disimpulkan bahwa Perencanaan Strategik Sistem Informasi pada penerbit rekayasa sains dapat digunakan untuk menyelaraskan antara kebutuhan strategi bisnis, dan strategi SI/TI untuk mendapatkan nilai tambah organisasi dari segi keunggulan kompetitif. Proses identifikasi kebutuhan perencanaan strategis SI/TI dari lingkungan organisasi dimulai dengan visi, misi, dan tujuan organisasi, dilanjutkan dengan melakukan identifikasi terhadap lingkungan internal dan eksternal organisasi, serta identifikasi internal dan eksternal SI/TI organisasi, yang selanjutnya

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Tahun	Konten	Kesimpulan
				penyusunan strategi SI/TI baru perusahaan dalam bentuk portofolio SI/TI, yang selanjutnya dapat dijadikan sebuah rencana strategik (renstra) SI/TI. Hasil kajian menunjukkan sebuah model perencanaan strategi sistem informasi industri penerbitan yang selaras dengan strategi bisnisnya. Komponen-komponen yang menentukan pada industri penerbitan yang dipetakan kedalam 4 perspektif BSC, yaitu perspektif keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, pembelajaran dan pertumbuhan. Hasil pemetaan ini selanjutnya mengelaborasi kebutuhan SI/TI sejalan dengan strategi bisnis penerbitan menggunakan empat perspektif BSC. KebutuhanSI/TI yang muncul kemudian di inventarisir untuk dijalankan sesuai dengan manajemen strategis SI/TI-nya. Katakunci: perencanaan strategik	menentukan peluang SI/TI untuk dapat dilaksanakan berdasarkan kebutuhan informasi yang di jalankan sesuai dengan tujuan organisasi. Penelitian ini menghasilkan sebuah portofolio aplikasi untuk diimplementasikan oleh penerbit rekayasa sains, dan rencana strategis (renstra) dalam bentuk road map yang berisi tahapan implementasi yang harus dilakukan.
5	*The Implementation of Strategic Planning for Information System in Educational Foundation*	Cepy Slamet	2012	Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, The Yayasan Pendidikan dapat memutuskan dua kebijakan bisnis strategis yang berkaitan dengan sistem informasi (IS) dan informasi teknologi (IT) implementasi. Ini adalah, optimalisasi IS / IT implementasi untuk meningkatkan kualitas layanan dan pemanfaatannya	Langkah utama lebih lanjut untuk mendefinisikan serangkaian tujuan dan lingkup didokumentasikan dalam perencanaan strategis informasi sistem yang akan mengarahkan ke proses rumit dokumentasi lebih progresif. Akan ada beberapa persyaratan untuk mengidentifikasi informasi perusahaan, untuk menganalisis lingkungan bisnis internal dan eksternal, dan untuk menganalisis

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Tahun	Konten	Kesimpulan
				sebagai inti saing bisnis secara keseluruhan. Namun, perencanaan strategis untuk sistem informasi (PSSI) yang diperlukan untuk melaksanakan kebijakan bisnis ini. PSSI adalah proses untuk menentukan diperlukan IS untuk mendukung strategi bisnis, sehingga Strategi berkonsentrasi untuk mengidentifikasi informasi yang diperlukan dan memastikan IS aligned dengan strategi bisnis. Menurut pendekatan Peppard Bangsal dan, beberapa kegiatan PSSI dilakukan dengan menggunakan empat fase utama seperti inisiasi, menilai dan memahami situasi saat ini dan menafsirkan bisnis persyaratan, menetapkan prioritas IS / IT, dan menentukan strategi IS / IT. beberapa analisis, Politik-Ekonomi-Sosial-Teknologi (PEST), Boston Consulting Grup (BCG), dan Five Forces Porter digunakan untuk mengidentifikasi bisnis eksternal lingkungan, analisis SWOT dan *Value Chain* untuk mengidentifikasi bisnis internal Penelitian *environment*. The menghasilkan sebuah rekomendasi untuk organisasi prioritas pembangunan yang terbagi menjadi dua hal-hal terkait, Unit IT pembentukan dan pengembangan sistem berbasis komputer untuk keuangan,	internal dan eksternal IS / IT. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui ada kondisi dari perusahaan dan itu mengarah ke interpretasi tentang kebutuhan bisnis. Berdasarkan hasil analisis sebelumnya, sebuah mengidentifikasi peluang bisnis di wawasan yang sama (internal dan eksternal), masalah internal dan solusi yang diusulkan, analisis kesenjangan dalam informasi yang diperlukan dan diusulkan IS / IT Platform kebijakan semua dilakukan. Hasil yang diusulkan pertama dalam bentuk aplikasi portofolio.

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Tahun	Konten	Kesimpulan
				manusia sumber daya, dan manajemen infrastruktur.	

PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI

A. PENGERTIAN STRATEGI

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Tujuan utamanya adalah agar perusahaan dapat melihat secara obyektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. (Rangkuti, 2009: 13)

Menurut Kim dan Mauborgne (2005: 70 - 73) ada tiga ciri-ciri strategi yang baik, yaitu:

1. *Fokus. Kurva nilai perusahaan harus menunjukkan dengan jelas fokus strateginya, tidak menyebar ke mana-mana.*
2. *Divergensi /gerak menjauh. Strategi perusahaan hendaknya tidak dibentuk secara reaktif dalam usaha mengikuti irama kompetisi, yang menyebabkan strategi itu kehilangan keunikannya.*
3. *Motto yang memikat. Sebuah strategi yang baik memiliki motto yang jelas dan memikat. Motto yang baik tidak hanya menyampaikan pesan dengan jelas tapi juga jujur.*

Sedangkan menurut Kotler (2001:91), strategi adalah “Suatu rencana permainan untuk mencapai sasaran yang diinginkan dari suatu unit bisnis”. Menurut Siagian (2004:57), menyatakan bahwa strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan

diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.

Pengertian strategi lainnya seperti yang diutarakan Craig & Grant (1996:52) adalah strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan.

Pengertian strategi disederhanakan lagi menurut Marrus (2002:31) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Dari beberapa pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan sebuah alat yang digunakan untuk mengarahkan rencana menjadi lebih fokus dalam rangka pencapaian tujuan organisasi.

B. PENGERTIAN SISTEM INFORMASI

Menurut Ladjamudin (2013: 13-14), Sistem informasi dapat diartikan sebagai berikut

1. *Suatu sistem yang dibuat oleh manusia yang terdiri dari komponen-komponen dalam organisasi untuk mencapai suatu tujuan yaitu menyajikan informasi.*
2. *Sekumpulan prosedur organisasi yang pada saat dilaksanakan akan memberikan informasi bagi pengambil keputusan dan atau untuk mengendalikan organisasi.*
3. *Suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi, mendukung operasi, bersifat manajerial, dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan.*

Sistem informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi, dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan - laporan yang diperlukan. (Jogiyanto, 2005: 11)

Menurut Mcleod, P. Schell (2008:10) mengatakan bahwa “Sistem informasi adalah suatu sistem virtual yang memungkinkan manajemen mengendalikan operasi sistem fisik perusahaan”.

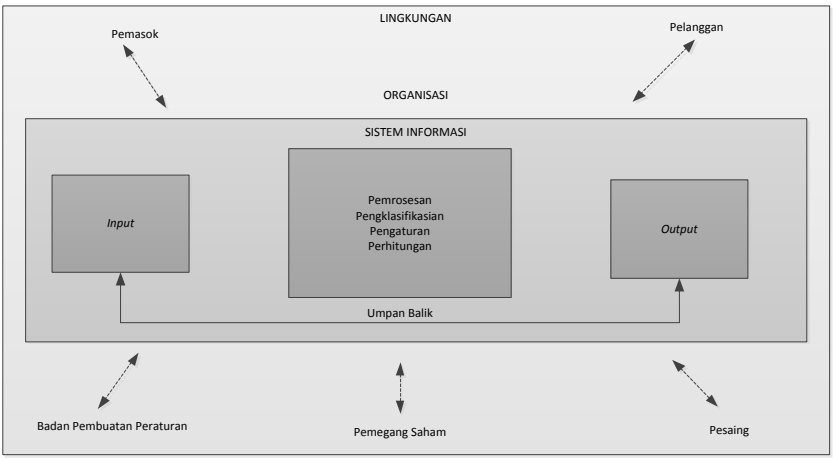
Sedangkan menurut Rafael dan Carlos (2012:12) dalam bukunya Introduction to Management Information Systems mengatakan bahwa *“information system is a formal set of processes that, working from a collection of data structured depending to the company’s needs, gathers, processes and distributes the information necessary for the company’s operations and for its corresponding management and control activities, thereby supporting, at least in part, the decision-making processes necessary for the company to perform its business functions in line with its strategy.”*

Jika diterjemahkan bahwa sistem informasi merupakan seperangkat proses yang formal, bekerja dari kumpulan data yang terstruktur menyesuaikan dengan kebutuhan, mengumpulkan data terkait proses perusahaan dan mendistribusikan informasi yang diperlukan untuk operasi perusahaan dan untuk kegiatan pengelolaan dan pengendalian yang sesuai sehingga mendukung proses pengambilan keputusan yang diperlukan bagi perusahaan untuk melakukan fungsi bisnis yang sejalan dengan strategi perusahaan itu sendiri.

Menurut Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon (2015:16) dalam bukunya *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* secara teknis sistem informasi dapat didefinisikan sebagai serangkaian komponen yang saling berhubungan yang mengumpulkan (atau mendapatkan), memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan dan pengawasan di dalam sebuah organisasi. Di samping untuk mendukung pengambilan keputusan, koordinasi dan pengawasan, sistem informasi juga membantu para manajer dan karyawan dalam menganalisis masalah, menggambarkan hal-hal yang rumit, serta menciptakan produk baru. Sistem informasi berisi informasi-informasi penting mengenai orang, tempat/lokasi, dan hal-hal yang berkaitan dengan organisasi terkait atau lingkungan disekitarnya. Informasi dapat kita artikan sebagai data yang telah diolah menjadi bentuk yang memiliki arti dan fungsi bagi manusia. Sebaliknya, data dapat diartikan sebagai sekumpulan fakta mentah yang mewakili kejadian-kejadian yang terjadi dalam suatu organisasi

atau lingkungan fisiknya, sebelum diolah dan dibentuk ke dalam bentuk yang dapat dimengerti dan digunakan manusia.

Selain itu Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon (2015:18) menambahkan bahwa suatu sistem informasi berisi informasi mengenai suatu organisasi beserta lingkungan di sekelilingnya. Tiga kegiatan dasar: *input*, pemrosesan dan *output* menghasilkan informasi yang dibutuhkan perusahaan. Umpan balik adalah output yang berasal dari orang yang berkepentingan atau kegiatan dalam organisasi dengan tujuan mengevaluasi dan memperbaiki aktifitas input. Hal-hal yang ikut berperan dalam lingkungan organisasi seperti pelanggan, pemasok, pesaing, pemegang saham, dan badan pembuat peraturan, turut berinteraksi dengan organisasi dan sistem informasi yang diterapkan. Fungsi tersebut dapat digambarkan pada gambar 2.1:



Gambar 3.1 Fungsi Sistem Informasi (Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon, 2015:18)

Dari beberapa pendapat di atas, penulis menyimpulkan bahwa sistem informasi adalah suatu sistem yang terdiri dari beberapa komponen pembentuk yang saling berkaitan untuk mendukung seluruh kegiatan strategi dari suatu organisasi. Sistem informasi memberikan dukungan dan solusi bagi permasalahan penyebaran dan pemanfaatan informasi baik dalam sebuah perusahaan dan tata kelola manajemen informasinya.

C. PENGERTIAN STRATEGI SISTEM INFORMASI

Strategi sistem informasi merupakan sebuah sistem komputer pada setiap level yang ada pada organisasi yang dapat mengubah tujuan, operasi, produk, pelayanan atau hubungan antar lingkungan untuk membantu organisasi mengumpulkan keuntungan yang kompetitif. (Laudon, 2004:91)

Strategi sistem informasi juga merupakan sebuah sistem yang dapat membantu suatu organisasi untuk meraih keuntungan kompetitif melalui kontribusinya terhadap strategi tujuan dari organisasi dan atau kemampuan untuk meningkatkan *performance* dan produktifitas secara signifikan. (Tuban, 2005: 15)

Selain itu Perencanaan strategis SI/TI merupakan proses identifikasi portofolio aplikasi SI berbasis komputer yang akan mendukung organisasi dalam pelaksanaan rencana bisnis dan Merealisasikan tujuan bisnisnya. Perencanaan strategis SI/TI mempelajari pengaruh SI/TI terhadap kinerja bisnis dan kontribusi bagi organisasi dalam memilih langkah-langkah strategis. Selain itu, perencanaan strategis SI/TI juga menjelaskan berbagai *tools*, teknik, dan kerangka kerja bagi manajemen untuk menyelaraskan strategi SI/TI dengan strategi bisnis, bahkan mencari kesempatan baru melalui penerapan teknologi yang inovatif (Ward & Peppard, 2002).

Dari beberapa pendapat di atas bahwa dapat disimpulkan bahwa perencanaan strategis sistem informasi merupakan sebuah analisis yang digunakan untuk merumuskan dan mengukur sejauh mana tujuan dan sasaran suatu perusahaan serta menentukan strategi yang dapat meningkatkan keunggulan sistem informasi dengan dukungan teknologi informasi dalam penunjang strategi bisnis. Selain itu, sistem informasi tersebut dapat memberikan perusahaan suatu keunggulan jangka panjang dalam persaingan.

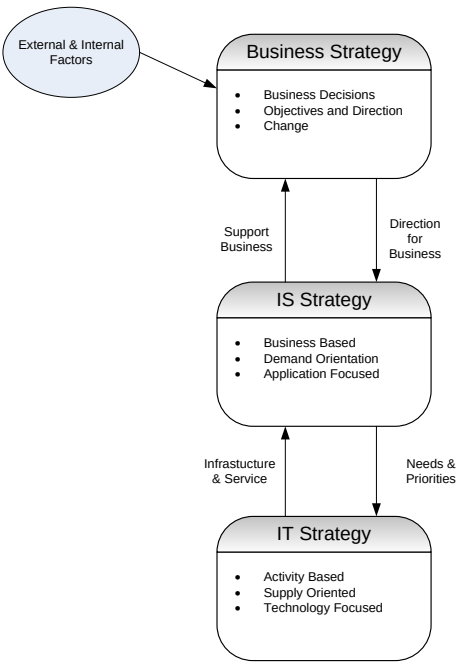
D. STRATEGI SI DAN STRATEGI TI

Setiap perusahaan yang ingin penerapan Teknologi Informasinya optimal membutuhkan suatu strategi sistem informasi dan teknologi informasi yang harus menyelaraskan dengan strategi bisnis organisasi. Hal tersebut diperlukan agar investasi yang dikeluarkan untuk TI sesuai dengan kebutuhan

dan memberikan manfaat yang diukur dari pencapaian tujuan dan sasaran organisasi.

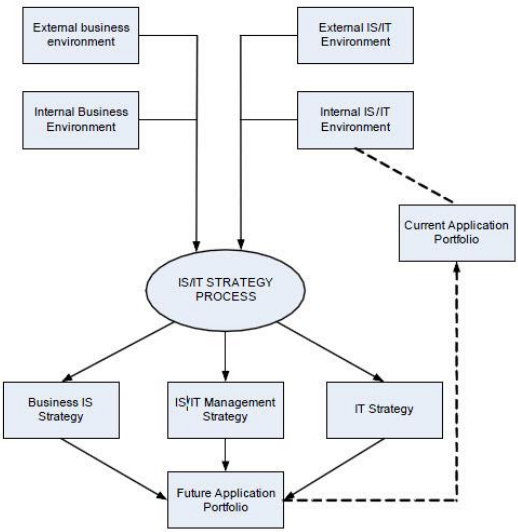
Earl membedakan antara strategi SI dan TI (Earl, 1996). Strategi SI menekankan pada penentuan aplikasi sistem informasi yang dibutuhkan organisasi. Esensi dari strategi SI adalah menjawab pertanyaan apa. Sedangkan strategi TI lebih menekankan pada pemilihan teknologi, infrastruktur, dan keahlian khusus yang terkait atau menjawab pertanyaan "bagaimana".

Penulis berpendapat bahwa Perencanaan strategi sistem dan teknologi informasi merupakan analisis yang digunakan untuk merumuskan tujuan dan sasaran perusahaan serta menentukan strategi yang memanfaatkan keunggulan sistem informasi dengan dukungan teknologi informasi dalam menunjang strategi bisnis dan memberikan perusahaan suatu keunggulan jangka panjang dalam bersaing dengan perusahaan lain. Hal tersebut menjadi salah satu faktor yang sangat penting bagi semua perusahaan dan dalam prosesnya perlu dirumuskan dengan cermat dan cepat.



Gambar 3.2 Hubungan antara Strategi Bisnis, Strategi SI, dan Strategi TI (Ward & Peppard, 2002)

Tujuan dari penggunaan metodologi dalam perencanaan strategis SI/TI adalah untuk menghindarkan resiko kegagalan, memastikan keterlibatan semua pihak yang berkepentingan serta meminimalkan ketergantungan individu, dan lebih menekankan kepada proses dan sasaran yang ditentukan. Pendekatan metodologi versi Ward and Peppard ini dimulai dari kondisi investasi SI/TI dimasa lalu yang kurang bermanfaat bagi tujuan bisnis organisasi dan menangkap peluang bisnis, serta fenomena meningkatkan keunggulan kompetitif suatu organisasi karena mampu memanfaatkan SI/TI dengan maksimal. Kurang bermanfaatnya investasi SI/TI bagi organisasi disebabkan karena perencanaan strategis SI/TI yang lebih fokus ke teknologi, bukan berdasarkan kebutuhan bisnis.



Gambar 3.3 Model Strategis SI/TI (Ward & Peppard 2002)

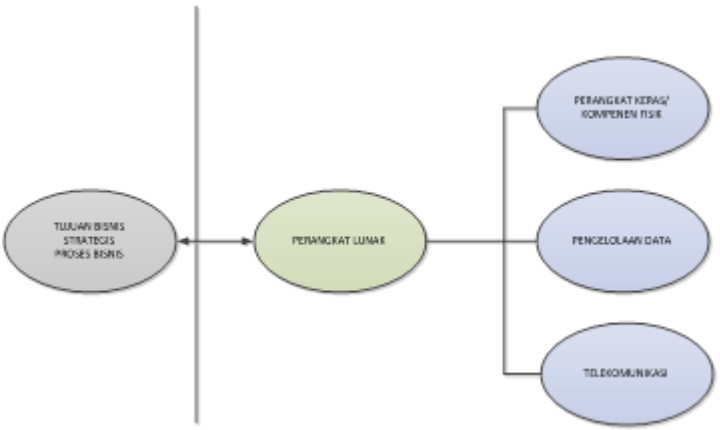
Tahapan masukan dan tahapan keluaran pada metodologi Ward & Peppard. Tahapan masukan terdiri dari: (Maryani, 2010: 79)

1. Analisis lingkungan bisnis internal, yang mencakup aspek-aspek strategi bisnis saat ini, sasaran, sumber daya, proses, serta budaya nilai-nilai bisnis organisasi;
2. Analisis lingkungan bisnis eksternal, yang mencakup aspek-aspek ekonomi, industri, dan iklim bersaing perusahaan;

3. Analisis lingkungan SI/TI internal, yang mencakup kondisi SI/TI organisasi dari perspektif bisnis saat ini, bagaimana kematangannya (*maturity*), bagaimana kontribusi terhadap bisnis, keterampilan sumber daya manusia, sumber daya dan infrastruktur teknologi, termasuk juga bagaimana portofolio dari SI/TI yang ada saat ini;
4. Analisis lingkungan SI/TI eksternal, yang mencakup tren teknologi dan peluang pemanfaatannya, serta penggunaan SI/TI oleh kompetitor, pelanggan dan pemasok. Sedangkan tahapan keluaran merupakan bagian yang dilakukan untuk menghasilkan suatu dokumen perencanaan strategis SI/TI yang isinya terdiri dari: strategi SI bisnis, yang mencakup bagaimana setiap unit/fungsi bisnis akan memanfaatkan SI/TI untuk mencapai sasaran bisnisnya, portofolio aplikasi dan gambaran arsitektur informasi, strategi TI, yang mencakup kebijakan dan strategi bagi pengelolaan teknologi dan sumber daya manusia SI/TI, dan strategi Manajemen SI/TI, yang mencakup elemen-elemen umum yang diterapkan melalui organisasi, untuk memastikan konsistensi penerapan kebijakan SI/TI yang dibutuhkan.

Menurut Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon (2015:12) secara spesifik, terdapat 6 tujuan bisnis strategis, yang mendorong perusahaan bisnis berinvestasi dalam jumlah besar di bidang sistem informasi, antara lain: kinerja operasional yang memuaskan; produk, layanan dan model bisnis baru; keakraban dengan pemasok dan pelanggan; peningkatan kualitas pengambilan keputusan; peningkatan daya saing; dan mempertahankan eksistensinya.

Dalam sistem kontemporer, terdapat saling ketergantungan yang berkembang antara sistem informasi perusahaan dan kemampuan bisnis atas sistem informasi tersebut. Perubahan strategi, peraturan dan proses bisnis membutuhkan perubahan yang meningkat dalam perangkat keras, perangkat lunak, database, dan telekomunikasi. Sering kali apa yang kita inginkan organisasi bergantung pada apa yang dapat dilakukan sistem informasinya.



Gambar 3.4 saling ketergantungan antara organisasi dengan sistem informasi (Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon, 2015:13)

BAB
4

KONSEP *BLUE OCEAN STRATEGY*

A. *BLUE OCEAN STRATEGY*

Blue Ocean Strategy (BOS) adalah suatu pendekatan strategi untuk menguasai ruang pasar yang tidak ramai diperebutkan sehingga persaingan menjadi tidak relevan. Konsep pemahaman BOS adalah menggeser dan memperluas pasar bagi pelanggan potensial, sehingga memenuhi nilai yang diharapkan oleh pelanggan pada pasar yang dituju. (Arief Rahman, Dkk. 2013)

Pada dasarnya, Pendekatan BOS menekankan pada kesetaraan antara nilai dan inovasi. Perpaduan antara inovasi dan nilai menghendaki adanya cara-cara yang dilakukan untuk memberikan manfaat kepada konsumen dan perusahaan. (Sunarto, Hasibuan. 2007)

B. *BLUE OCEAN* DAN *RED OCEAN*

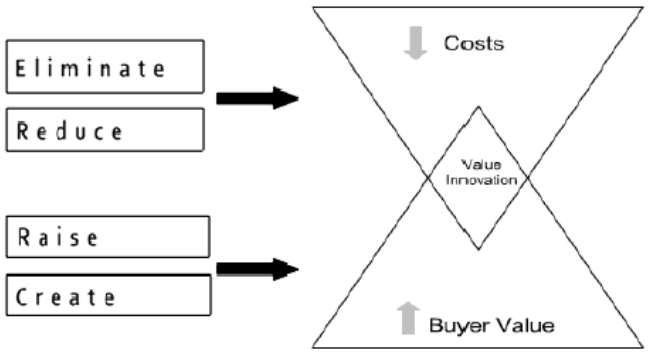
Menurut Kim dan Mauborgne (2005:40), strategi Samudera Biru atau *Blue Ocean Strategy* (BOS) adalah suatu terobosan untuk keluar dari kondisi samudera merah (*Red Ocean Strategy*, selanjutnya disebut ROS). ROS sendiri merupakan sebutan untuk "Strategi Konvensional" dimana sebagian besar perusahaan berkutat di daerah tersebut yang disebut kompetisi.

Dalam ROS, batasan-batasan bisnis jelas diidentifikasi, ruang bisnis padat, prospek keuntungan dan pertumbuhan terbatas. Sebaliknya, BOS didefinisikan sebagai ruang baru di mana batas pasar dan struktur industri tidak diberikan dan dapat direkonstruksi. Dalam BOS, kompetisi tidak relevan

karena aturan permainan belum ditetapkan. Ini adalah pandangan baru dari strategi sebelumnya dimana strategi sebelumnya termasuk dalam ROS. Dasar membuat BOS adalah adanya Inovasi Nilai. Inovasi Nilai terjadi jika perusahaan mampu memadukan inovasi dengan manfaat, harga dan biaya. Inovasi Nilai pada BOS adalah menciptakan tindakan organisasi yang secara positif mempengaruhi struktur biaya dan tawaran bagi pembeli. Penghematan biaya dilakukan dengan menghilangkan dan mengurangi faktor-faktor yang menjadi titik persaingan dalam industri.

Nilai pembeli atau pengguna ditingkatkan dengan menambahkan elemen-elemen yang belum ditawarkan industri. Dengan demikian, biaya berkurang jauh ketika skala ekonomis terjadi dengan volume produksi atau penjualan yang tinggi sebagai akibat keunggulan nilai-nilai yang diberikan. (Kim dan Mauborgne, 2005: 42)

Dalam bentuk skematik, model Inovasi Nilai atau *Value Innovation* digambarkan pada gambar 2.5.



Gambar 4.1. *Value Innovation* (Kim dan Mauborgne, 2005:41)

Inovasi Nilai dalam BOS tidak sama dengan inovasi teknologi. Inovasi nilai menolak dogma yang paling umum digunakan dalam strategi berbasiskan kompetisi yaitu: dilema atau pertukaran (*trade off*) nilai – biaya, sebagai bentuk konsekuensi suatu penerapan inovasi. Di situ, strategi dilihat sebagai pembuat pilihan antara diferensiasi dan biaya rendah. Sebaliknya, BOS menjadikan perusahaan mengejar diferensiasi dengan biaya rendah secara bersamaan atau simultan, atau dengan kata lain mendapatkan biaya rendah sekaligus memperoleh nilai. (Kim dan Mauborgne, 2005:41)

Tabel 2.1 adalah perbedaan antara strategi pada ROS dan BOS dalam bentuk tabel.

Tabel 4.1 Perbedaan ROS dan BOS

Strategi Samudra Merah	Strategi Samudera Biru
Bersaing dalam ruang pasar sudah ada	Menciptakan ruang pasar yang belum ada pesaingnya
Memenangi kompetisi	Menjadikan kompetisi tidak relevan
Mengeksploitasi permintaan yang ada	Menciptakan dan menangkap permintaan baru
Memilih antara nilai-biaya	Mendobrak pertukaran nilai biaya
Memadukan keseluruhan sistem kegiatan perusahaan dengan pilihan strategis antara diferensiasi atau biaya rendah	Memadukan keseluruhan sistem kegiatan perusahaan dalam mengejar diferensiasi dan biaya rendah

Sumber: (Kim dan Mauborgne, 2005: 42)

C. PRINSIP *BLUE OCEAN STRATEGY*

BOS memiliki enam prinsip yang mendorong kesuksesan penerapan dan pelaksanaannya. Setiap strategi pasti melibatkan peluang dan resiko di dalamnya, begitu juga dengan BOS. Pada keenam prinsip BOS tersebut juga terdapat resiko – resiko yang akan ditangani oleh setiap prinsipnya. Empat prinsip pertama merupakan pemandu keberhasilan dalam merumuskan BOS, sedangkan dua prinsip terakhir merupakan pemandu ketika BOS yang efektif dieksekusi. (Kim dan Mauborgne, 2005)

Gambar 4.2 Enam Prinsip Strategi Samudera Biru (Kim dan Mauborgne, 2005:48)

Berikut penjelasan dari masing – masing prinsip *Blue Ocean Strategy*: (Kim dan Mauborgne, 2005:48)

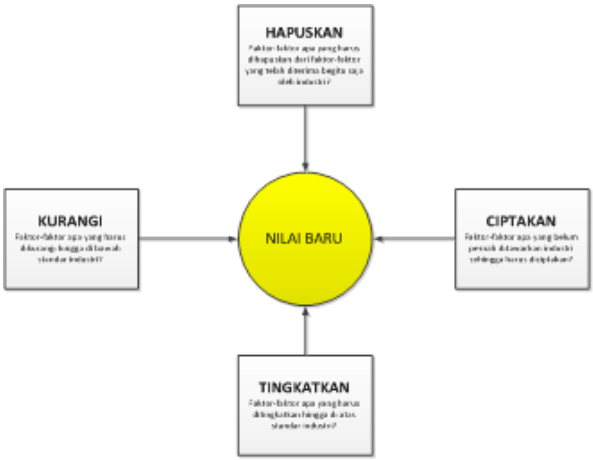
1. **Merekonstruksikan batasan – batasan pasar**
   Prinsip mengidentifikasi langkah yang ditempuh secara sistematis untuk menciptakan ruang pasar dimana belum ada pesaingnya dalam berbagai domain industri. Oleh karena itu prinsip ini dapat memperkecil risiko pencarian (*search risk*). Prinsip ini mencermati enam batasan konvensional tentang persaingan guna membuka samudera biru yang penting secara bisnis (industri alternatif, kelompok strategis, kelompok pembeli, tawaran produk dan jasa pelengkap, orientasi fungsional – emosional industri, dan waktu).
2. **Fokus pada gambaran besar, bukan pada angka**
   Yaitu merancang proses perencanaan strategi perusahaan untuk bergerak melampaui perbaikan statistik menuju inovasi nilai. Prinsip ini dapat memberikan alternatif (melalui empat tahap di dalamnya) bagi proses perencanaan strategi yang sudah ada, yang sering dikritik sebagai praktik pengolahan – angka dan menjadikan perusahaan pada upaya menghasilkan perubahan statistik. Oleh karena itu prinsip ini dapat memperkecil resiko perencanaan (*plan risk*).
3. **Menjangkau melampaui permintaan yang ada**
   Prinsip memaksimalkan ukuran Samudra Biru. Prinsip ini menentang praktik konvensional yang membidik segmentasi lebih tajam guna memenuhi preferensi pelanggan yang sudah ada. Sebaliknya, prinsip ini justru menunjukkan cara mengagregasikan (mengumpulkan) permintaan.
   Dengan fokus pada pemanfaatan kesamaan yang kuat diantara non pelanggan demi memaksimalkan ukuran dari samudra biru yang telah diciptakan serta jumlah permintaan yang tumbuh. Oleh karena itu prinsip ini dapat memperkecil resiko skala (*scale risk*).
4. **Melakukan rangkaian strategis dengan tepat**
   Prinsip strategi yang dibangun merupakan sebuah model bisnis lestari yang mampu meraih laba dari samudra biru yang sedang diciptakan perusahaan, bukan hanya memberikan lompatan nilai bagi khalayak pembeli. Strategi yang tepat mengikuti rangkaian utilitas, harga, biaya, dan pengadopsian yang benar (*4 hurdles to execution*). Oleh karena itu prinsip ini dapat memperkecil resiko model bisnis (*business model risk*).

5. **Mengatasi hambatan – hambatan utama dalam organisasi**
   Disini maksudnya adalah bagaimana kepemimpinan yang bersifat tipping point dapat memobilisasi organisasi untuk mengatasi hambatan – hambatan utamanya (*organization risk*) ketika eksekusi BOS. Empat hambatan yang akan diatasi itu antara lain: hambatan kognitif, hambatan sumber daya manusia, hambatan motivasi, dan hambatan politis.
6. **Mengintegrasikan eksekusi ke dalam strategi**
   Merupakan prinsip mengintegrasikan eksekusi ke dalam penyusunan strategi, sehingga dapat memotivasi orang untuk bertindak menurut dan melaksanakan BOS secara berkesinambungan dalam organisasi. Prinsip ini juga memperkenalkan proses yang adil (*fair process*) guna memfasilitasi eksekusi secara kerja sama sukarela. Oleh karena itu prinsip BOS dapat memperkecil resiko manajemen (*management risk*) yang lekat dengan sikap dan perilaku orang dan cocok digunakan pada situasi sekarang ini.

D. KERANGKA KERJA EMPAT LANGKAH (*FOUR ACTIONS FRAMEWORK*)

Berdasarkan Kim dan Mauborgne (2012:52) untuk merekonstruksi elemen-elemen nilai pembeli dalam membuat kurva nilai baru, Kim dan Mauborgne telah mengembangkan kerangka kerja empat langkah. Sebagaimana digambarkan pada gambar 2.5, supaya dapat mendobrak dilema/pertukaran antara diferensiasi dan biaya rendah serta agar bisa menciptakan kurva nilai baru, ada empat pertanyaan kunci untuk menantang logika strategi dan model bisnis sebuah industri:

1. Faktor apa saja yang harus dihapuskan dari faktor-faktor, yang telah diterima begitu saja oleh industri?
2. Faktor apa saja yang harus dikurangi hingga di bawah standar industri?
3. Faktor apa saja yang harus ditingkatkan hingga di atas standar industri?
4. Faktor apa saja yang belum pernah ditawarkan industri sehingga harus diciptakan?



Gambar 4.3 *Four Actions Framework* (Kim dan Mauborgne, 2012:53)

Pertanyaan pertama digunakan untuk mempertimbangkan penghilangan faktor-faktor yang sudah lama menjadi ajang persaingan bagi perusahaan-perusahaan dalam industri. Sering kali, faktor-faktor ini diterima begitu saja, meskipun faktor-faktor tersebut tidak lagi memiliki nilai atau bahkan mungkin mengurangi nilai. Terkadang terdapat perubahan fundamental dalam apa yang dihargai sebagai nilai oleh pembeli, tapi perusahaan yang berfokus pada pembandingan diri (*benchmark*) satu sama lain tidak menangani, atau bahkan tidak melihat perubahan tersebut.

Pertanyaan kedua digunakan untuk menentukan apakah produk atau jasa perusahaan selama ini dirancang terlalu berlebihan untuk mengikuti irama kompetisi dan mengalahkannya. Perusahaan terlalu berlebihan dalam melayani konsumen dan meningkatkan struktur biaya mereka tanpa menghasilkan apa-apa.

Pertanyaan ketiga mendorong untuk menguak dan menghilangkan kompromi-kompromi yang dipaksakan industri kepada konsumen. Pertanyaan keempat digunakan untuk membantu menemukan sumber-sumber nilai yang sepenuhnya baru bagi pembeli dan menciptakan permintaan baru serta mengubah pemberian harga strategis industri.

Selain menggunakan *four actions framework*, terdapat alat ketiga yang penting dalam menciptakan samudera biru. Alat ini adalah alat analisis pelengkap bagi kerangka kerja empat langkah. Alat ini disebut dengan Skema

Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan. Skema ini mendorong perusahaan untuk tidak hanya menanyakan empat pertanyaan dalam kerangka kerja langkah, tapi juga bertindak berdasarkan keempat pertanyaan itu untuk menciptakan suatu nilai baru.

Menghapuskan Mendorong perusahaan untuk mengejar diferensiasi dan biaya murah secara bersamaan untuk mendobrak pertukaran nilai dan biaya	**Meningkatkan** Menghantam perusahaan yang hanya berfokus pada upaya meningkatkan dan menciptakan, sehingga menaikkan struktur biaya mereka, serta menghantam perusahaan yang sering memodifikasi produk dan jasa secara berlebih-lebihan.
Mengurangi Skema ini dengan mudah dipahami oleh manajer di level apapun, sehingga menciptakan tingkat keterlibatan yang tinggi dalam penerapannya.	**Menciptakan** Skema ini mendorong perusahaan untuk bersemangat dalam menganalisis setiap faktor industri yang menjadi ajang kompetisi, sehingga perusahaan menemukan berbagai asumsi implisit yang mereka buat secara tak sadar dalam berkompetisi.

Gambar 4.4 Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan
(Kim dan Mauborgne, 2012:60)

BAB
5

KONSEP PERENCANAAN STRATEGI SISTEM INFORMASI PERUSAHAAN

A. SISTEM INFORMASI PERENCANAAN KEBUTUHAN BISNIS ORGANISASI

Dalam tahapan awal Analisis sistem secara sistematis dapat memberikan penilaian bagaimana fungsi bisnis dengan cara mengamati proses input dan pengolahan data serta proses output informasi untuk membantu peningkatan proses organisasional. Penentuan tujuan, sasaran dan ruang lingkup perencanaan strategi SI/TI dapat memetakan tahapan awal dari sebuah kerangka kerja perencanaan strategis SI/TI. Selain itu pemetaan ini membantu peneliti untuk melakukan identifikasi kondisi perusahaan saat ini dan di masa datang. Berikut ini adalah tujuan dari perencanaan strategis SI/TI perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama:

1. Mendapatkan keunggulan proses bisnis dan sistem informasi yang kompetitif bagi perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama dengan konsep menciptakan keunikan dari nilai inovasi baru tanpa pesaing.
2. Menjaga keunikan proses bisnis yang didukung oleh penggunaan sistem informasi secara berkelanjutan.

Penulis menentukan sasaran bagi perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama dalam mempersiapkan perencanaan strategis sistem informasi atau teknologi informasi, antara lain:

1. Menjaga konsistensi keunggulan proses bisnis menggunakan sistem informasi yang efektif dan efisien.
2. Meningkatkan produktifitas dan kinerja sumber daya yang ada di PT. Herlinah Cipta Pratama
3. Memanfaatkan lebih lagi keunggulan yang kompetitif guna meningkatkan pendapatan perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama.

Dalam cakupan tahapan persiapan dalam membuat perencanaan strategis sistem informasi dan teknologi informasi PT. Herlinah Cipta Pratama difokuskan kepada implementasi terhadap aktifitas utama yang menjadi inti dari proses bisnis bagi perusahaan. Oleh karena perencanaan ini merupakan kegiatan yang dilakukan peneliti dan perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama dalam suasana kerja sama yang saling menguntungkan.

Selain itu, pendekatan yang dilakukan oleh peneliti dalam membuat sebuah perencanaan strategis sistem informasi pada perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama menggunakan kerangka berfikir dari metode John Ward dan Joe Peppard dengan pendekatan strategi samudera biru (*Blue Ocean Strategy*) sebagai metode pendukung.

1. Analisis Bisnis dan Informasi Organisasi

Pada penjelasan BAB III dijelaskan mengenai visi, misi dan strategi perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama, penulis melakukan identifikasi yang mana perlu adanya perbaikan guna meningkatkan kualitas dan kuatitas perusahaan yang optimal dan selaras dengan tujuan serta sasaran dari perencanaan strategis SI/TI. Dibawah ini analisis dan usulan revisi atas visi, misi dan strategi perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama.

1) Analisis Terhadap Visi

"Mewujudkan perusahaan yang berkembang, *credible* dan *profitable* yang dikelola secara sehat dan *professional* melalui pengembangan sumber daya manusia yang tangguh dan mandiri."

PT. Herlinah Cipta Pratama saat ini memiliki visi yang menekankan kepada perkembangan yang *credibel*, *profitable*, sehat dan *professional*. Semua capaian itu dapat terwujud dengan mengembangkan SDM yang ada di PT. Herlina Cipta Pratama.

Melihat perkembangan serta data-data pendukung lainnya, penulis memberikan usulan visi bagi PT. Herlinah Cipta Pratama. Adapun visi yang diusulkan antara lain:

"Mewujudkan perusahaan yang inovatif, profesional serta menjadi pilihan utama pelanggan tanpa pesaing".

Dalam visi yang peneliti usulkan terdapat beberapa kata yang menjadi penekanan untuk dilakukan perubahan dan peningkatan. Kata inovatif digunakan untuk menunjukkan tujuan dan sasaran perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama dapat menciptakan nilai inovasi baru yang dapat menjadi aset unggul perusahaan. Selain itu penggunaan kata profesional memberikan penekanan terhadap peningkatan standar pelayanan dan sumber daya yang ada di PT. Herlinah Cipta Pratama. Inovatif dan profesional dibutuhkan dan dijadikan modal strategis untuk meningkatkan ketertarikan pelanggan menjadikan PT. Herlinah Ciipta Pratama sebagai *pioneer*.

2) Analisis Terhadap Misi

Berikut ini adalah misi yang diterapkan saat ini oleh PT. Herlinah Cipta Pratama:

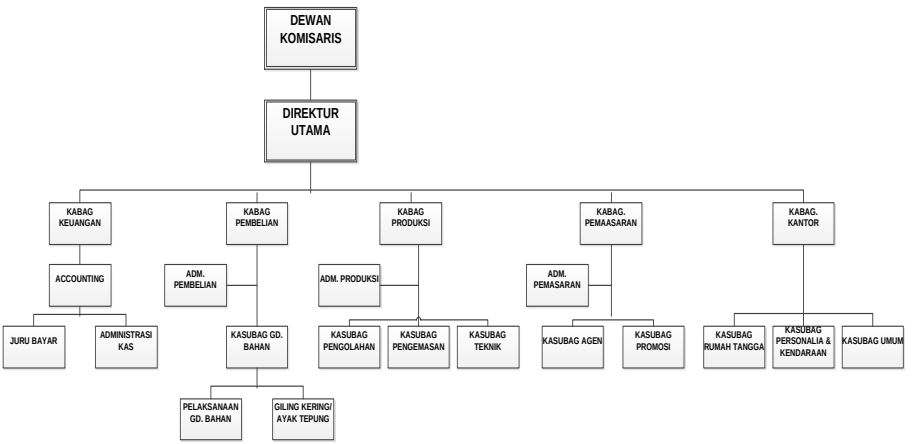
a. Memberikan pelayanan optimal kepada pelanggan
b. Memberikan keuntungan yang proporsional.
c. Menciptakan hubungan yang harmonis dengan seluruh pemegang saham perusahaan.
d. Menciptakan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan melalui pengembangan usaha, efisiensi dan produktifitas kerja.

Berdasarkan pada data penelitian yang diperoleh dari proses observasi bahwa PT. Herlinah Cipta Pratama belum memanfaatkan secara optimal penggunaan sistem informasi. Sehingga perlu adanya perubahan pada misi perusahaan dengan melibatkan beberapa instrumen sistem informasi. Oleh karena itu peneliti mengusulkan penambahan klausul misi yaitu "Melakukan proses manajemen secara sistematik dan evaluasi secara rutin berbasis sistem informasi untuk menjadikan perusahaan terkemuka di Indonesia".

Hal tersebut menjadikan gambaran tentang penggunaan sistem informasi dan teknologi informasi yang baik untuk mendukung kegiatan manajemen pada perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama. Selain itu dengan menerapkan sistem informasi yang baik maka perusahaan akan mengalami peningkatan efektifitas dan efisiensi sumber daya perusahaan terhadap kinerjanya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa usulan peneliti terhadap perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama adalah pemanfataan Sistem informasi dan teknologi informasi dalam meningkatkan bisnis perusahaan dengan menciptakan nilai inovasi yang unik.

3) Analisis Struktur Organisasi

Berdasarkan struktur organisasi yang ada pada PT. Herlinah Cipta Pratama, penulis menganalis dan menyimpulkan perlu adanya perbaikan secara prosedural serta perlu adanya penambahan divisi mengenai pengelolaan sistem informasi yang ada. Penambahan divisi pengelolaan sistem informasi pada perusahaan memberikan banyak manfaat dan sesuai dengan perencanaan yang disusun pada bahasan sebelumnya. Adapun struktur organisasi yang diusulkan terdapat pada gambar 4.1:



Gambar 5.1 Usulan Perubahan Struktur Organisasi PT. Herlinah Cipta Pratama

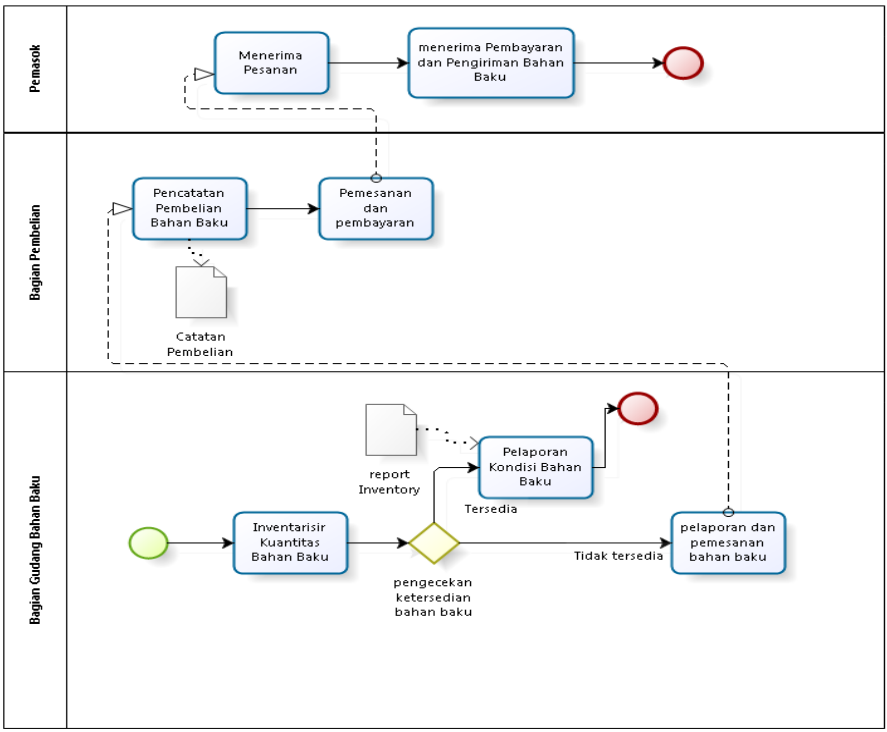
2. Proses Bisnis PT. Herlinah Cipta Pratama

Kinerja sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnisnya tergantung pada seberapa baik proses bisnis dirancangkan dan diimplementasikan. Proses bisnis juga dapat menggambarkan sebuah perusahaan tersebut memungkinkan untuk berinovasi atau beroperasi lebih baik dari pesaingnya. Tetapi proses bisnis juga dapat menjadi beban jika didasarkan pada cara kerja yang tidak sesuai dengan kebutuhan yang menghambat efisiensi dan efektiftas kinerja perusahaan.

PT. Herlinah Cipta Pratama memiliki proses bisnis yang telah ditetapkan dokumen perusahaan berupa standar operasional prosedur yang mengatur dan menjadi panduan dalam melakukan suatu kegiatan operasional perusahaan. Prosedur tersebut pertama diterbitkan pada tahun 1998 dan hanya dilakukan revisi pada bagian-bagian tertentu yang dianggap sudah tidak relevan dengan keadaan dan kondisi pasar atau perusahaan.

Berikut ini proses bisnis perusahaan mendapatkan bahan baku beras ketan atau kelapa dari pemasok.

a. Bagian gudang bahan baku melakukan pengecekan ketersediaan bahan baku secara berkala. Pada saat pengecekan berlangsung, jika bahan baku yang ada tidak tersedia sesuai dengan kebutuhan bagian produksi maka petugas gudang membuat laporan pemesanan bahan baku. Sedangkan jika tersedia maka petugas membuat laporan ketersediaan untuk didokumentasikan.
b. Bagian gudang mengirimkan *form* pemesanan dan pembelian bahan baku kepada bagian pembelian.
c. Bagian pembelian memeriksa dokumen dan melakukan pemesanan dan pembayaran kepada pemasok yaitu petani yang sudah bekerja sama menjadi mitra dengan perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama
d. Pemasok menerima pesanan dan memenuhi pemesanan dari perusahaan. Selanjutnya setelah menerima pembayaran dari perusahaan, pemasok melakukan pengiriman barang ke perusahaan.

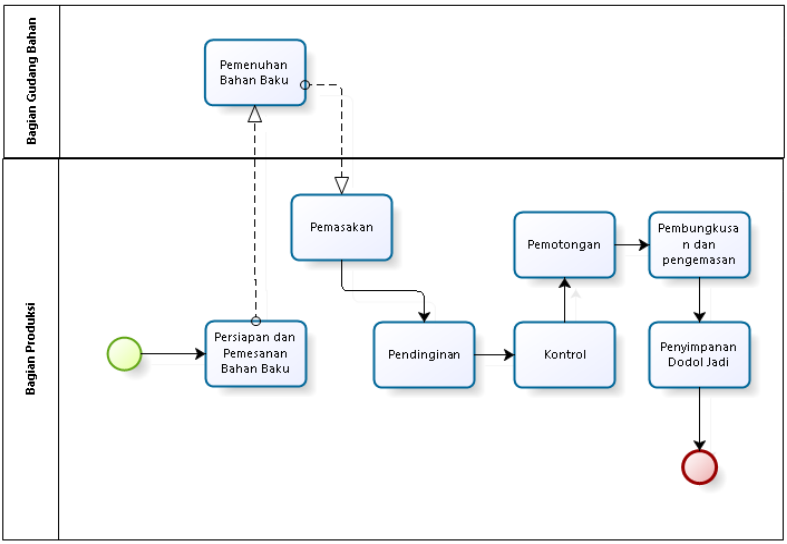


Gambar 5.2 Proses Bisnis Pemesanan Bahan Baku ke Pemasok

Berikut ini adalah proses bisnis produksi dalam membuat dodol di PT. Herlinah Cipta Pratama:

1) Bagian Produksi melakukan pemesanan bahan baku dari bagian gudang bahan baku. Bahan baku dapat berupa beras ketan yang melalui proses penggilingan kering dan penggilingan basah.
2) Bagian gudang bahan memberikan bahan baku sesuai dengan permintaan kepada bagian produksi.
3) Bagian produksi kemudian melakukan pemasakan dengan tahapan membuat adonan dengan mencampurkan semua bahan baku dan bumbu yang telah disiapkan sebelumnya.
4) Setelah melalui proses pemasakan, kemudian adonan dodol melalui proses pendinginan selama satu malam agar dodol mengeras disimpan di dalam ruangan produksi khusus pendinginan.
5) Bagian produksi melakukan pengecekan kualitas dodol layak atau tidak untuk dikemas.

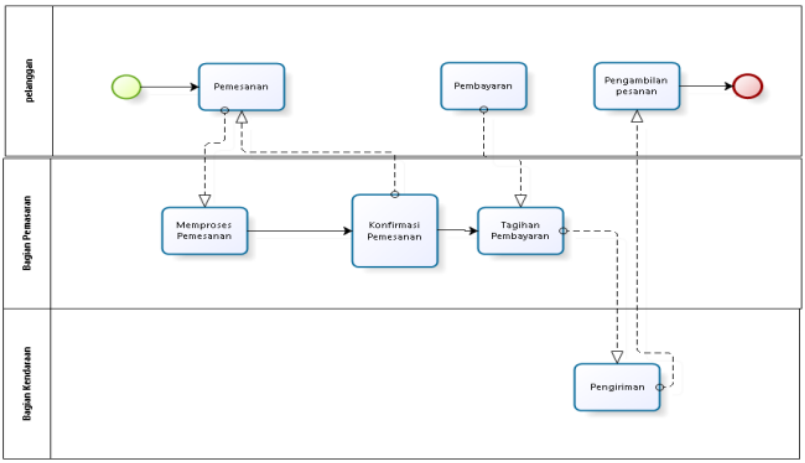
6) Bagian produksi melakukan pemotongan secara manual dan melakukan proses pembungkusan serta pengemasan.
7) Bagian menyimpan dodol yang sudah dalam kemasan ke dalam gudang untuk langsung dipasarkan.



Gambar 5.3 Proses Bisnis Pembuatan Dodol di PT. Herlinah Cipta Pratama

Berikut ini adalah proses bisnis pemesanan dodol di PT. Herlinah Cipta Pratama:

1) Pelanggan terlebih dahulu melakukan pemesanan
2) Bagian pemasaran melalukan pengecekan dan konfirmasi pemesanan
3) Bagian pemasaran membuatkan tagihan pesanan yang harus dibayar oleh pelanggan.
4) Pelanggan melakukan pembayaran. Dan dicatat oleh bagian administrasi.
5) Bagian pemasaran berkoordinasi dengan bagian kendaraan untuk pengiriman barang pesanan menggunakan kendaraan perusahaan.
6) Bagian kendaraan mengantarkan pesanan kepada pelanggan. Kemudian bagian kendaraan memberikan bukti tanda terima kemudian melaporkan kegiatannya ke bagian administrasi.



Gambar 5.4 Proses Bisnis Pemesanan Dodol di PT. Herlinah Cipta Pratama

3. Karakteristik Proses Bisnis

Untuk memberikan kemudahan dalam memahami karakteristik proses bisnis PT. Herlinah Cipta Pratama maka proses bisnis tersebut akan di jelaskan dalam beberapa istilah sebagai berikut:

1) Derajat Struktur

Proses bisnis pada perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama telah didokumentasikan pada buku yang berisi tentang SOP (Standar Operasional Prosedur) yang telah dibuat sejak tahun 1998. SOP tersebut memiliki tujuan menjadi pedoman dalam melakukan kegiatan proses bisnis dalam perusahaan. Tetapi terdapat beberapa kekurangan dalam penyajian SOP, SOP disajikan dalam bentuk bagan alir proses sehingga tidak memuat aktor-aktor atau entitas yang saling berinteraksi. Hal tersebut perlu adanya perubahan yang menyesuaikan kondisi perusahaan saat ini. Informasi dan prosedur yang dibutuhkan sebagian besar dapat diketahui, namun beberapa aspek dari pekerjaan dalam proses, membutuhkan *judgement* dari orang yang melakukan pekerjaan. Dari hasil analisa di atas maka proses bisnis PT. Herlinah Cipta Pratama termasuk ke dalam karakteristik proses semi struktur.

2) Rentang Keterlibatan

Jangkauan tanggung jawab/ tugas dari tenaga kerja atau SDM pada PT. Herlinah Cipta Pratama memiliki keterlibatan antara pihak-pihak di setiap

bagian. Keterlibatan dalam menjalani proses bisnis melakukan produksi dirasakan sudah cukup baik. Tetapi pada proses bisnis dalam membuat kebijakan pada *top management* dilakukan menggunakan pertimbangan pemikiran yang terlalu sempit atau pertimbangan personal, sehingga menghasilkan keputusan yang mungkin tidak sesuai dengan organisasi keseluruhan.

3) Integrasi

Integration adalah respon dan kolaborasi yang saling berhubungan antara aktifitas atau proses yang berbeda. Berhubungan dengan kecepatan dalam kinerja. Pada penggunaan sistem saat ini dalam bagian produksi bahwa tingkat integrasi adalah negosiasi dan pertukaran pesan memungkinkan proses terpisah tetapi saling tergantung untuk merespon kebutuhan dan keterbatasan masing-masing. Proses bisnis yang berbeda mempertahankan fungsi unik mereka sendiri dan identitas tetapi menyampaikan informasi bolak-balik untuk mengkoordinasikan upaya mereka menuju tujuan yang sama. Tetapi terdapat di beberapa bagian bahwasanya tingkat integrasi masih belum maksimal karena belum menggunakan penggunaan teknologi informasi. Maka dapat dikatakan bahwa tingkatan integrasi pada PT. Herlinah Cipta Pratama dalam tingkatan *coordination.*

4) *Planning and Controlling*

PT. Herlinah Cipta Pratama melakukan perencanaan dan pengendalian bersumber pada dokumen laporan yang diperoleh dari pihak managemen yang sifatnya periodik. Laporan tersebut dianalisis dibahas untuk menciptakan strategi-strategi pengembangan perusahaan yang dapat dilakukan dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Pimpinan perusahaan Menggunakan informasi mengenai performansi kerja masa lalu untuk memastikan target-target tercapai dan rencana dijalankan. Sehingga dapat dikatakan bahwa perencanaan dan pengendalian pada perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama memiliki perencanaan yang terdokumentasi dengan baik yang bersifat dinamis.

5) Kompleksitas

PT. Herlinah Cipta Pratama memiliki bagian-bagian yang peran penting dalam menjalankan proses bisnisnya. Hal tersebut tergambar pada struktur organisasi yang disusun sesuai kebutuhan fungsional. Spesialisasi

fungsional adalah salah satu metode dalam mengatasi permasalahan proses bisnis yang sangat kompleks. Dengan memberikan tugas dan kewenangan kepada setiap departemen dalam hal ini bagian—bagian maka pelaksanaan proses bisnis pada PT. Herlinah Cipta Pratama dapat berjalan dengan baik.

B. ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS EKSTERNAL

Untuk mengetahui mengenai strategi apa saja yang dibutuhkan pada lingkungan bisnis eksternal, maka penulis melakukan analisis menggunakan metode analisis PEST. Analisis lingkungan eksternal dilakukan untuk dapat mengidentifikasikan faktor-faktor di luar lingkungan perusahaan yang mempengaruhi kelangsungan bisnis perusahaan tersebut.

1. Politik

Ada beberapa kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah pusat atau daerah mengenai industri makanan seperti dodol picnic, antara lain:

a. Surat Keputusan Gubernur Jawa Barat No. 561/Kep.1636-Bangses/2013 tentang Upah Minimum Kabupaten/Kota di Jawa Barat Tahun 2014, pada surat keputusan tersebut bahwa untuk UMK kabupaten garut pada angka Rp. 1.085.000,-
b. Adanya Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia No. 13/M-IND/PER/2/2013 tentang program restrukturisasi mesin dan/atau peralatan industri kecil dan menengah (IKM).
c. Adanya keleluasaan promosi bagi perusahaan pada saat acara-acara yang dilaksanakan oleh pemerintah daerah. Hal tersebut dapat berwujud promosi gratis pada acara-acara tertentu.
d. Program Bupati Garut yang menekankan kepada penggunaan, pembelian lebih optimal terhadap hasil produksi asli Garut kepada masyarakat kabupaten Garut.

Hubungan sektor bisnis dengan politik lebih mengacu pada konteks ekonomi yang dipengaruhi oleh kebijakan politik, apabila kondisi politik tidak menentu atau mengalami kekacauan (*chaos*) akan berdampak kepada perekonomian terutama menyangkut sektor industri; permintaan dan

penawaran tidak seimbang dan distribusi barang akan terganggu. Apabila ini berlanjut maka akan terjadi inflasi tinggi yang ditandai dengan kenaikan harga akibat permintaan yang menurun drastis atau bahkan tidak adanya permintaan. Di sisi lain, pengaruh gejolak politik pada kegiatan ekonomi, tidak dapat diukur dengan eksak dan laporan angka-angka. Para pengamat hanya dapat menganalisa kualitas dampaknya.

Terdapat beberapa peraturan pemerintah yang memberikan peluang dan kesempatan bagi industri untuk berkembang. Bantuan dan kemudahan pelayanan administrasi menjadi salah satu faktor tumbuhnya perkembangan industri makanan dodol di kabupaten Garut.

Pada akhirnya kondisi sektor bisnis industri makanan akan bisa tumbuh apabila pemerintah daerah Kabupaten Garut tetap berperan sebagai partner yang menguntungkan bagi berkembangnya perilaku bisnis yang dipengaruhi oleh kondisi politik dalam negeri. Instrumen-instrumen investasi perlu diinovasi, birokrasi perizinan dan sektor perbankan diharapkan mampu mendukung sektor bisnis dalam menghadapi pengaruh situasi dan kondisi politik.

2. Ekonomi

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi daya pembelian dari pelanggan dan mempengaruhi iklim dari bisnis suatu perusahaan. antara lain:

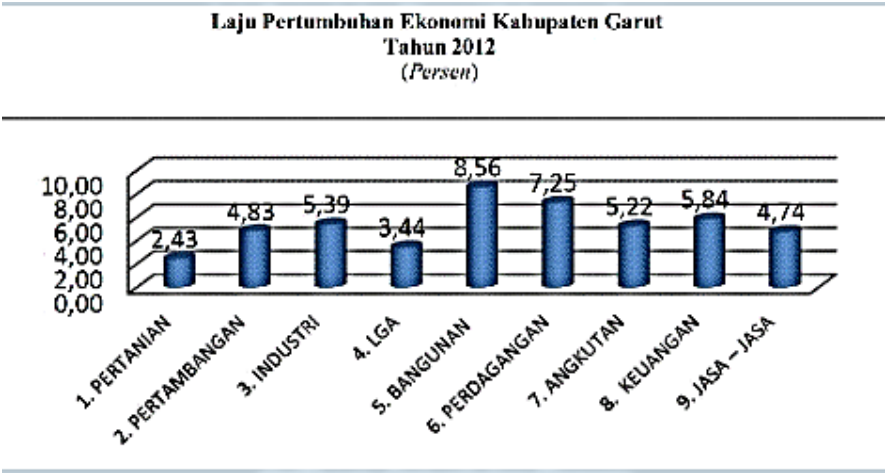
Menurut data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Garut bahwa Laju pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator ekonomi makro yang menggambarkan tingkat pertumbuhan ekonomi. Indikator ini di gunakan untuk menilai sampai seberapa jauh keberhasilan pembangunan suatu daerah dalam periode tertentu, maka indikator ini digunakan untuk menentukan arah kebijakan pembangunan Kabupaten Garut.

Potensi Industri kecil yang menjadi komoditas andalan Kabupaten Garut terdiri dari industri penyamakan kulit, jaket kulit, industri batik, sutera alam, dodol, minyak akar wangi dan industri kerajinan anyaman bambu. Dari berbagai komoditi yang ada, tercatat beberapa diantaranya telah menembus pasar ekspor seperti: teh hitam, teh hijau, karet, bulu mata palsu, minyak akar wangi, jaket kulit, kulit tersamak dan kain sutera. Namun demikian, peran sektor ini belum menjadi sektor andalan dalam kontribusi sektor industri terhadap PDRB. Hal ini memberi indikasi bahwa sektor ini masih perlu

dikembangkan dan dioptimalkan, sehingga dapat menopang aktivitas perekonomian dan pembangunan.

Kabupaten Garut bukan merupakan kawasan industri, tetapi merupakan kawasan pertanian. Oleh karena itu, sebagaimana visi Kabupaten Garut dalam mewujudkan daerah argo industri maka jenis industri terbesar yang ada di Kabupaten Garut adalah industri Argo dan Hasil Hutan. Jumlah unit usaha jenis industri ini mencapai 82% dari jenis industri lainnya dengan jumlah tenaga kerja mencapai 73% dari tenaga kerja pada industri lainnya. Adapun jumlah sentra, unit usaha, tenaga kerja, investasi, dan nilai produksi dari empat jenis industri di Kabupaten Garut dipaparkan dalam tabel berikut ini.

Jika diperhatikan berdasarkan skenario target yang telah ditetapkan dalam RPJM Tahun 2006-2009, menunjukkan bahwa realisasi belum mencapai target. LPE Kabupaten Garut pada tahun 2006 mencapai sebesar 4,11% atau mengalami penurunan sebesar 0,05% dibandingkan pada tahun 2005 sebesar 4,16% Pencapaian ini belum memenuhi sasaran untuk LPE pada tahun 2006 sebesar 4,21%. Meskipun angka penurunan relatif kecil, namun hal ini telah menunjukkan adanya penurunan kinerja pada beberapa sektor, meskipun di sektor perekonomian yang sangat dominan yaitu sektor pertanian dan perdagangan mampu tumbuh masing-masing sebesar 2,91% dan 5,73%.



Gambar 5.5 Grafik Laju Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Garut Tahun 2012
(Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Garut)

Selain itu, dalam penentuan harga produk pada Dodol Picnic ini disesuaikan dengan kondisi keuangan pelanggan dan pangsa pasar. Sehingga produk dodol ini dapat dinikmati oleh seluruh kalangan baik itu masyarakat garut dan pencinta kuliner lainnya.

Berdasarkan analisis dan data yang bersumber pada Dinas Perindagkop UKM Kabupaten Garut 2014 terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku industri di Kabupaten Garut, antara lain:

a. Terbatasnya kemampuan SDM pelaku industri, khususnya dalam hal:
    1) Penguasaan Manajemen Produksi
    2) Penguasaan Pengembangan dan Pemanfaatan Teknologi
    3) Penguasaan IPTEK untuk melakukan Inovasi dalam memanfaatkan SDA yang tersedia
    4) Penguasaan Akses Pasar
b. Belum Optimalnya Kapasitas Produksi Industri yang disebabkan oleh kurang lancarnya pasokan bahan baku impor dan lokal antar daerah
c. Belum siapnya sektor industri kecil dan menengah dalam mengantisipasi kebijakan penghapusan subsidi BBM atau kenaikan harga BBM yang menyebabkan naiknya biaya produksi
d. Adanya ketergantungan yang tinggi terhadap ketersediaan (Kontinuitas, Kuantitas dan Kualitas) bahan baku khususnya yang berbasis Pertanian dalam arti luas
e. Tingginya biaya produksi

    Terkait dengan hal tersebut, pemerintah Kabupaten Garut terus melakukan upaya perbaikan dalam rangka mengatasi permasalahan yang ada.

3. Sosial

Berikut ini merupakan beberapa faktor sosial yang dapat mempengaruhi kebutuhan dari pelanggan dan mempengaruhi ukuran dari besarnya pangsa pasar yang ada:

a. Tingkat Kesejahteraan Masyarakat

Menurut catatan Badan KB dan Pemberdayaan Perempuan Kabupaten Garut pada Tahun 2012 rekapitulasi jumlah KK berdasarkan strata kesejahteraan keluarga terdapat pada gambar 4.6:

Tingkat Kesejahteraan	Jumlah
Pra Sejahtera	183.375
KS I	181.925
KS II	165.625
KS III	84.423
KS III Plus	6.012
Total	651.676

Gambar 5.6. Rekapitulasi Jumlah KK Berdasarkan Tingkat Kesejahteraan di Kabupaten Garut Tahun 2012 (Sumber: Badan Keluarga Berencana, Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Garut)

Berdasarkan data di atas hal tersebut dapat mempengaruhi kebutuhan akan pelanggan serta mempengaruhi berapa besar pangsa pasar di daerah dan dapat menjadi ukuran dalam daya beli dan jual masyarakat di Kabupaten Garut.

b. Kondisi Lingkungan Sosial Objek Wisata

Salah satu faktor keunggulan Dodol Picnic tersebut dikenal oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Menurut data Badan Pusat Statistik Kabupaten Garut bahwa pada setiap tahunnya terjadi peningkatan yang signifikan kunjungan wisatawan ke objek wisata Garut

Uraian	2008	2009	2012
Pengunjung Obyek Wisata			
- Mancanegara (Orang)	4 729	4 955	6 020
- Nusantara (Ribu Orang)	1 574,80	1 617,30	2 008,75
Wisatawan Menginap			
- Mancanegara (Orang)	7 832	7 951	2 008,75
- Nusantara (Ribu Orang)	337,52	360,10	322,34

Gambar 5.7 Statistik Pariwisata Kabupaten Garut (Sumber: BPS Kabupaten Garut)

Dengan adanya lingkungan objek wisata yang beragam menjadikan Kabupaten Garut salah satu destinasi para wisatawan. Hal tersebut dapat mendorong beberapa hal salah satunya adalah peningkatan lapangan pekerjaan masyarakat yang memiliki dampak terhadap kesejahteraan masyarakat setempat.

4. Teknologi

Terdapat beberapa Faktor teknologi meliputi semua hal yang dapat membantu dalam menghadapi tantangan bisnis dan mendukung efisiensi proses bisnis antara lain:

Berdasarkan Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia No. 13/M-IND/PER/2/2013 tentang program restrukturisasi mesin dan/atau peralatan industri kecil dan menengah (IKM), PT. Herlinah Cipta Pratama dibantu dengan adanya subsidi dalam pembelian mesin alat untuk mendukung proses bisnis yang ada. Selain itu, Sistem informasi yang ada pada saat ini membantu proses bisnis yang ada. Adapun sistem informasi yang digunakan oleh PT. Herlinah Cipta Pratama meliputi Sistem *Inventory Controll*. Selain itu penggunaan marketing melalui media website adalah salah satu alternatif yang efektif yang dilakukan perusahaan guna meningkatkan keuntungan.

Selain itu beberapa wilayah Kabupaten Garut, kini sudah terjangkau layanan telepon selular sampai ke wilayah-wilayah kecamatan. Berdasarkan data dari Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu (PPTSP) Kabupaten Garut 2011 Infrastruktur tower komunikasi selular yang dibangun operator telekomunikasi di seluruh wilayah Kabupaten Garut pada tahun 2012 sebanyak 291 Tower.

Selain itu layanan internet provider Telkom Speedy telah memiliki cakupan wilayah yang cukup merata di kabupaten Garut. Selain pengembangan jalur telekomunikasi menggunakan fiber optic terus dilakukan perluasan. Hal tersebut mendorong perkembangan jaringan telekomunikasi yang memberikan dampak baik terhadap perkembangan penggunaan sistem informasi perusahaan di kabupaten Garut.

Gambar 5.8 Ilustrasi Peta Cakupan layanan *Internet Speedy*

C. ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS INTERNAL

Analisis lingkungan bisnis internal lingkungan digunakan untuk mengidentifikasi faktor kelemahan dan keunggulan lingkungan bisnis yang dimiliki oleh PT. Herlinah Cipta Pratama. Analisis lingkungan internal ini dilakukan dengan mengacu pada proses bisnis yang terjadi dan sumber daya yang tersedia. Oleh karena itu, dalam melakukan analisis tersebut penulis menggunakan metode analisis *value chain*.

Model rantai nilai (*Value Chain Model*) menekankan pada aktifitas spesifik pada organisasi bisnis di mana strategi kompetitif diaplikasikan dan sistem informasi sebaiknya ditempatkan untuk menimbulkan dampak strategis. Model ini mengidentifikasikan secara spesifik, poin-poin yang memiliki pengaruh penting di mana perusahaan dapat menggunakan teknologi informasi untuk memperbaiki posisinya di kancah persaingan. Model rantai nilai memandang perusahaan sebagai serangkaian aktifitas dasar yang memberikan nilai terhadap barang atau jasa perusahaan. Aktifitas-aktifitas tersebut dapat dikategorikan sebagai aktifitas dasar atau aktifitas pendukung. Hasil dari analisis ini adalah mendapatkan rumusan mengenai kelemahan dan kekuatan dari pola bisnis yang dimiliki oleh PT. Herlinah Cipta Pratama.

Dalam melakukan analisis *value chain* ini semua aktifitas digolongkan ke dalam aktifitas yaitu: aktifitas utama dan aktifitas pendukung.

1. Aktifitas Utama terdiri dari:

a. *Inbound Logistics*: aktifitas utama dalam inbound logistics pada PT. Herlinah Cipta Pratama adalah pada aktifitas pemesanan bahan baku ke pemasok dan menjamin ketersediaan bahan baku di gudang. Pihak perusahaan akan memesan bahan baku sesuai dengan kebutuhan. Pemesanan bahan baku ini akan menjadi awal dari munculnya operasi lain.

b. *Operations:* aktifitas utama dalam *operation* pada PT. Herlinah Cipta Pratama adalah pada aktifitas pengolahan bahan baku dodol menjadi dodol jadi. Pada proses bisnis pembuatan dodol PT. Herlinah Cipta Pratama tetap menjaga kualitas cita rasa dodol yang khas dan sudah banyak oleh para pelanggannya. Penggunaan mesin pengaduk dodol adalah salah satu inovasi yang dilakukan perusahan dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Pada aktifitas ini terdapat beberapa tahapan pembuatan dodol tergambar pada gambar proses bisnis 4.3. hasil dari tahapan pembuatan dodol ini akan menimbulkan *outbound logistics*.

c. *Sales and Marketing*: Penjualan dan Pemasaran adalah aktifitas utama yang menjadi salah satu prioritas perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama. Berdasarkan analisis lingkungan eksternal bahwa pesaing perusahaan dodol kini semakin ketat. Oleh karena perusahaan menerapkan strategi *marketing* 5P yaitu P-1, Pemetaan semua kegiatan usaha; P-2, Penataan dalam menjalankan program di semua bagian; P-3, Pelayanan terhadap konsumen internal dan eksternal; P-4, Pengembangan/Diversifikasi produk; P-5, Promosi secara efektif dan efisien.

d. *Services*: PT. Herlinah Cipta Pratama memiliki keunggulan unik dan hanya dimiliki oleh perusahaan dodol di Garut. Keunggulan itu adalah layanan kunjungan industri yang dibuka untuk umum. Diuntungkan secara histori bahwa PT. Herlinah Cipta Pratama memiliki kompleks perusahaan yang luas dan representatif untuk dilakukannya kunjungan dan dapat dijadikan wisata kuliner khas dodol. Selain itu PT. Herlinah Cipta Pratama perusahaan dodol pertama dan tertua di

Garut yang didirikan dan terus berkembang dan sangat dikenal di Kabupaten Garut bahkan Nasional. Hal tersebut mendorong wisatawan domestik maupun nasional tertarik untuk melihat langsung pembuatan dodol dan sejarahnya.

e. *Outbound Logistics*: *Outbound Logistics* merupakan output dari aktifitas operasi yang diberikan oleh PT. Herlinah Cipta Pratama. Aktifitas pendistribusian dan pengiriman dodol yang sudah jadi kepada pelanggan. Sehingga kepuasan pelanggan adalah aktifitas yang utama pada tahapan *outbound logistics*.

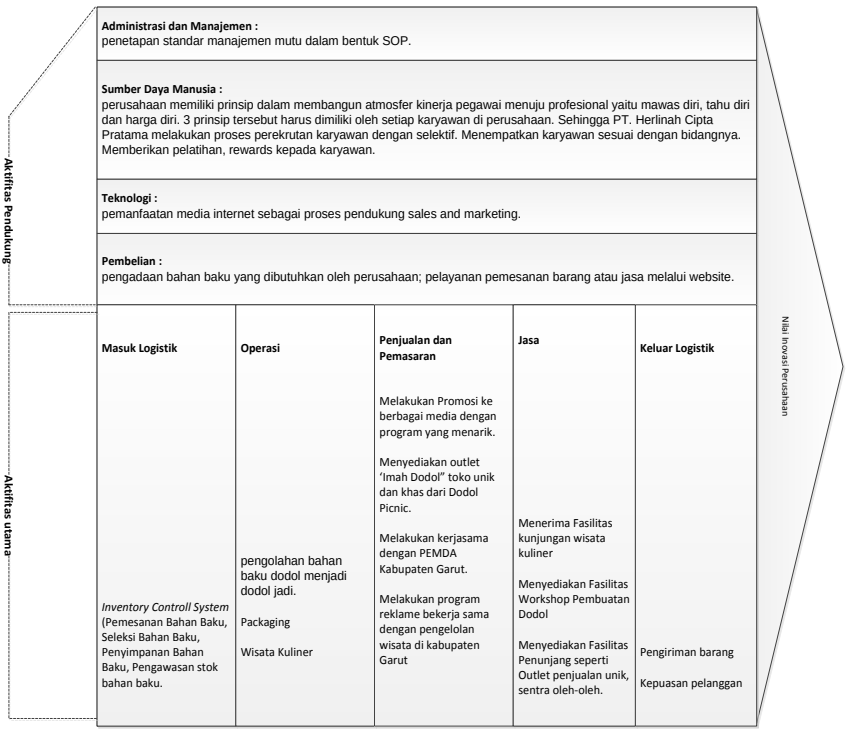
2. Aktifitas pendukung terdiri dari:

a. Administrasi dan Manajemen: aktifitas berikut ini merupakan keunggulan pada PT. Herlinah Cipta Pratama adalah penetapan standar manajemen mutu yang sudah disepakati oleh seluruh pemangku kepentingan di perusahaan. Seluruh standar tersebut didokumentasikan, diterapkan, dievaluasi dan dikembangkan dalam bentuk standar operasional prosedur. Seluruh kegiatan di PT. Herlinah Cipta Pratama harus mengikuti prosedur yang sudah ditetapkan perusahaan sejak tahun 1998. Hal tersebut memberikan gambaran bahwa sistem manajemen mutu dan administrasi di PT. Herlinah Cipta Pratama memiliki keteraturan dan profesional. Sehingga pola komunikasi pada perusahaan ini sangat baik dan memberikan dampak positif terhadap kinerja perusahaan.

b. Sumber Daya Manusia: Perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama adalah perusahaan dodol yang bukannya saja memberikan produk kepada pelanggan tetapi juga memberikan layanan/jasa yang prima. Hal tersebut mendorong perusahaan agar selektif dalam menerima karyawan tetap maupun kontrak. Selain itu perusahaan memiliki prinsip dalam membangun atmosfer kinerja pegawai menuju profesional yaitu mawas diri, tahu diri dan harga diri. 3 prinsip tersebut harus dimiliki oleh setiap karyawan di perusahaan. Sehingga PT. Herlinah Cipta Pratama melakukan proses perekrutan karyawan dengan selektif. Calon karyawan selama 3 bulan dalam status percobaan, kemudian setelah manajemen menilai dan layak maka calon karyawan tersebut akan menjadi karyawan tetap. Penempatan

karyawan juga menjadi prioritas utama manajemen karena posisi jabatan yang tepat atau sesuai dengan bidangnya akan memberikan kinerja maksimal bagi perusahaan. Manajemen juga selalu memperhatikan kesejahteraan dan keterampilan pada pegawainya. Perusahaan memberikan pelatihan tentang pelayanan administrasi perkantoran dan bahasa Inggris. Hal tersebut menambahkan nilai tambah bagi seluruh karyawan dalam melayani pelanggan.

c. Teknologi: penggunaan teknologi dalam aktifitas proses bisnis di PT. Herlinah Cipta Pratama belum optimal. Berdasarkan analisis lingkungan bisnis eksternal faktor teknologi yang tersedia di Kabupaten Garut harusnya dapat dimanfaatkan dengan baik dan cermat oleh perusahaan. Saat ini teknologi yang terdapat dan digunakan hanya pada proses bisnis di perusahaan adalah *inventory control* di bagian gudang. Selain itu pemanfaatan media internet sebagai proses pendukung sales and marketing belum optimal karena menggunakan halaman website dari pihak ketiga. Sehingga perusahaan belum memiliki kemandirian dalam memanfaatkan media internet. Tetapi sebagai upaya peningkatan kualitas dan pelayanan perusahaan telah menyiapkan infrastruktur teknologi informasi untuk menunjang proses bisnis.
d. Pembelian: PT. Herlinah Cipta Pratama melayani beberapa jenis pemesanan dari pelanggan. Pemesanan tersebut dapat dilakukan dalam cakupan wilayah daerah, nasional bahkan internasional. Untuk menjangkau dan mengakomodir pembelian dodol, pelanggan dapat melakukan pemesanan melalui laman website dodol picnic. Walaupun laman website ini dikelola oleh pihak ketiga, tetapi pesanan terus ada. Selain itu aktifitas pembelian ini juga meliputi pengadaan bahan baku yang dibutuhkan oleh perusahaan. Seperti pengadaan barang atau alat kantor sesuai dengan kebutuhan operasional perusahaan.



Gambar 5.9. *Value Chain* PT. Herlinah Cipta Pratama

D. ANALISIS MCFARLAN *STRATEGIC GRID*

Analisis Aplikasi Portofolio adalah digunakan untuk memetakan aplikasi yang ada saat ini dan juga kebutuhan aplikasi di masa akan datang dalam mendukung bisnis organisasi/perusahaan. Pemetaan aplikasi ini dengan empat kuadran (*strategic, high potential, key operation, and support*) sesuai kategori penilaian suatu aplikasi terhadap dampaknya terhadap bisnis. Dari hasil pemetaan tersebut didapatkan gambaran kontribusi SI terhadap bisnis. Hasil tersebut dapat menjadi masukan bagi kegiatan pembuatan strategi SI dan kemungkinan pengembangannya ke depan. Analisis ini penulis gunakan untuk menganalisis lingkungan SI/TI internal yang merupakan analisis lingkungan yang menyoroti sisi penggunaan sistem informasi atau teknologi informasi yang dimiliki PT. Herlinah Cipta Pratama. Secara umum PT. Herlinah Cipta Pratama memiliki sistem, namun masih yang bersifat konvensional dan belum berupa sistem yang saling terintegrasi satu sama lainnya. Dalam analisis *McFarlan Strategic Grid* ini kontribusi SI/TI yang ada akan dinilai

dengan empat kuadran, yaitu *Strategic*, *High Potensial*, *Key Operational* dan *Support*.

1. *Support*

   Aplikasi yang berguna tetapi tidak menentukan kesuksesan yang digunakan oleh PT. Herlinah Cipta Pratama adalah aplikasi informasi pergantian shift karyawan. Namun aplikasi yang menjadi unggulannya belum ada di PT. Herlinah Cipta Pratama. PT. Herlinah Cipta Pratama perlu memiliki aplikasi informasi berbasis *mobile*.

2. *High Potential*

   Aplikasi yang mungkin akan menentukan keberhasilan di masa datang pada PT. Herlinah Cipta Pratama adalah aplikasi informasi profil perusahaan dan pemesanan berbasis web. Namun aplikasi ini masih dikelola oleh pihak ketiga sebagai agen penjualan saja. Hal ini mengakibatkan perusahaan tidak memiliki akses secara penuh terhadap informasi yang ada di website.

3. *Key Operational*

   Aplikasi yang saat ini sangat diperlukan dalam mencapai keberhasilan pada PT. Herlinah Cipta Pratama adalah sistem pengendalian inventori gudang bahan baku. Penggunaan sistem tersebut membantu untuk mengatur supply bahan baku dari pemasok ke perusahaan.

4. *Strategic*

   aplikasi penting untuk mendukung strategi di masa datang pada PT. Herlinah Cipta Pratama belum ada.

Dari hasil analisis internal SI/TI, dapat dipetakan aplikasi yang ada saat ini di PT. Herlinah Cipta Pratam menggunakan *McFarlan Strategic Grid* pada tabel 4.1:

Tabel 5.10 *Current Application Portofolio* PT. Herlinah Cipta Pratama

Strategic	***High Potential***
-	-
Sistem Pengendalian Inventori Gudang Bahan Baku	aplikasi informasi pergantian shift karyawan
Key Operational	***Support***

E. ANALISIS HUBUNGAN BISNIS DAN PERKEMBANGAN

Dalam melakukan analisis hubungan antara bisnis dan perkembangan SI/TI saat ini di PT. Herlinah Cipta Pratama akan menggunakan alat bantu dengan menggunakan metode analisa SWOT. Berikut ini akan dijelaskan melalui beberapa analisa:

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk menilai faktor strategis internal dan faktor strategis eksternal dilihat dari sisi peluang, ancaman, kelemahan dan kekuatan PT. Herlinah Cipta Pratama. Dari hasil penelitian manajemen terhadap analisis SWOT yang dimiliki selanjutnya dihitung bobot nilai masing-masing variabel yang kemudian hasilnya akan dibuat dalam suatu matriks SWOT dan matriks ini akan dijadikan bahan analisis.

a. Kondisi Internal Perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama

Pada analisis SWOT untuk mengetahui kondisi internal perusahaan, SWOT memetakan kondisi tersebut pada kategori kekuatan dan kelemahan.

1) Kekuatan
   a) Memiliki dokumentasi tentang standar operasional prosedur yang baik.
   b) Memiliki infrastruktur produksi yang menunjang
   c) Memiliki tim kerja yang solid dan inovatif
   d) Produk dodol yang berkualitas dan memiliki rasa yang khas
   e) Sudah menjadi produsen dodol yang dipercaya oleh masyarakat

2) Kelemahan
   a) Penggunaan Teknologi Informasi yang masih belum optimal dan tidak merata.
   b) Sumber daya manusia yang tidak relevan dengan keahlian
   c) Belum optimal dalam menganalisis kondisi dan persaingan pasar pesaing.

b. Kondisi Eksternal Perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama

Pada analisis SWOT untuk mengetahui kondisi eksternal perusahaan, SWOT memetakan kondisi tersebut pada kategori peluang dan ancaman.

1) Peluang
   a) Selalu mendapatkan kesempatan menjadi mitra kegiatan di Pariwisata Pemerintah Kabupaten Garut.
   b) Menjadi salah satu destinasi kunjungan wisata industri makanan khas di Kabupaten Garut.
   c) Mulai berdatangannya pesanan produk dodol dari mancanegara
   d) Komitmen manajemen terhadap pengembangan perusahaan menggunakan teknologi informasi
   e) Memiliki lokasi pabrik yang aman dan nyaman untuk dilakukan kunjungan industri dalam skala besar.

2) Ancaman
   a) Munculnya pesaing atau kompetitor yang menghasilkan produk dodol yang inovatif
   b) Kompetitor memiliki sistem informasi pemasaran yang baik.
   c) Kecenderungan pelanggan untuk memilih produk yang inovatif.

c. Matriks SWOT

Setelah analisis SWOT dilakukan dan didapatkan hasil tentang kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, kemudian peluang dan ancaman yang dihadapi oleh PT. Herlinah Cipta Pratama. Maka perlu dilakukan perumusan strategi untuk melihat bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh PT. Herlinah Cipta Pratama dapat disesuaikan dengan kelemahan yang dimiliki oleh PT. Herlinah Cipta Pratama.

Tabel 5.1 Matriks SWOT PT. Herlinah Cipta Pratama

IFAS / **EFAS**	**Kelebihan (S):**	**Kelemahan (W):**
	a. Memiliki dokumentasi tentang standar operasional prosedur yang baik. b. Memiliki infrastruktur produksi yang menunjang c. Memiliki tim kerja yang solid dan inovatif d. Produk dodol yang berkualitas dan memiliki rasa yang khas	a. Penggunaan Teknologi Informasi yang masih belum optimal dan tidak merata. b. Sumber daya manusia yang tidak relevan dengan keahlian c. Belum optimal dalam menganalisis kondisi dan persaingan pasar pesaing.

	e. Sudah menjadi produsen dodol yang dipercaya oleh masyarakat	
Peluang (O): a. Selalu mendapatkan kesempatan menjadi mitra kegiatan di Pariwisata Pemerintah Kabupaten Garut. b. Menjadi salah satu destinasi kunjungan wisata industri makanan khas di Kabupaten Garut. c. Mulai berdatangannya pesanan produk dodol dari mancanegara d. Komitmen manajemen terhadap pengembangan perusahaan menggunakan teknologi informasi e. Memiliki lokasi pabrik yang aman dan nyaman untuk dilakukan kunjungan industri dalam skala besar.	**Strategi S-O:** a. Mendirikan fasilitas atau layanan lokasi museum pembuatan dodol. b. Menerapkan sistem informasi manajemen pada perusahaan c. membuat program yang lebih inovatif	**Strategi W-O:** a. membangun sistem informasi manajemen b. melakukan pelatihan untuk pegawai
Ancaman (T): a. Munculnya pesaing atau kompetitor yang menghasilkan produk dodol yang inovatif b. Kompetitor memiliki sistem informasi pemasaran yang baik. c. Kecenderungan pelanggan untuk memilih produk yang inovatif.	**Strategi T-S:** a. Mempertahankan kualitas produk dodol. b. Selalu memperbaharui SOP perusahaan c. Selalu meningkatkan mutu layanan dan keamanan	**Strategi W-T:** a. Konsisten dalam menggunakan aplikasi teknologi informasi yang ada b. Selalu melakukan evaluasi

d. Matriks Faktor Strategi Internal

Hasil perhitungan *IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary*) setelah dilakukan pembobotan dan rating diperoleh nilai sebagai berikut:

Tabel 5.2 Matriks *IFAS* PT. Herlinah Cipta Pratama

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL	BOBOT	RATING	NILAI	KOMENTAR
KEKUATAN (S):				
Pendokumentasian Prosedur yang baik	0.15	4	0.6	Kunci Manajemen Mutu Perusahaan
Infrastruktur produksi yang menunjang	0.15	3	0.45	Penunjang perusahaan yang baik
Tim kerja yang solid dan inovatif	0.10	3	0.3	Kolaboratif
Produk dodol yang berkualitas dan memiliki rasa yang khas	0.20	3	0.6	Memiliki citra yang unggul
Produsen dodol yang dipercaya oleh masyarakat	0.15	3	0.45	Memiliki reputasi baik
Sub Total	0.75		2.4	
KELEMAHAN (W):				
Penggunaan Teknologi Informasi yang masih belum optimal	0.15	1	0.15	Perlu Optimalisasi TI
Sumber daya manusia yang tidak relevan dengan keahlian	0.05	1	0.05	Pelatihan Rutin
Belum optimal dalam menganalisis kondisi dan persaingan pasar pesaing.	0.05	1	0.05	Perlu Peningkatan Riset
Sub Total	0.25		0.25	
TOTAL	**1.00**		**2.65**	

Dalam menilai tingkat pengaruh terhadap faktor strategis internal, maka masing-masing faktor yang ada pada kolom kekuatan (S) di tingkat rating akan diberikan nilai 1 sampai dengan 4. Nilai 1 mewakili sangat buruk dimana nilai ini diberikan berdasarkan respon dari PT. Herlinah Cipta Pratama. Nilai 2 mewakili biasa saja dimana nilai ini diberikan berdasarkan respon dari pihak PT. Herlinah Cipta Pratama jika dibandingkan dengan pesaing. Nilai 3 mewakili lebih baik dimana nilai ini diberikan berdasarkan respon dari PT.

Herlinah Cipta Pratama dibandingkan dengan pesaing. Sedangkan nilai 4 adalah nilai respon sangat baik dari pesaing.

Dalam menilai tingkat pengaruh terhadap faktor strategis internal, maka masing-masing faktor yang ada pada kolom kelemahan (W) di tingkat rating akan diberikan nilai 1 sampai dengan 4. Nilai 1 mewakili sangat baik dimana nilai ini diberikan berdasarkan respon dari PT. Herlinah Cipta Pratama. Nilai 2 mewakili lebih baik dimana nilai ini diberikan berdasarkan respon dari pihak PT. Herlinah Cipta Pratama jika dibandingkan dengan pesaing. Nilai 3 mewakili biasa saja dimana nilai ini diberikan berdasarkan respon dari PT. Herlinah Cipta Pratama dibandingkan dengan pesaing. Sedangkan nilai 4 adalah nilai respon sangat buruk dari para pesaing.

Dari hasil perhitungan IFAS tersebut, variabel kekuatan memperoleh nilai 2.4 dan kelemahan memperoleh nilai 0.25. sehingga nilai akhir untuk IFAS PT. Herlinah Cipta Pratama adalah sebesar 2,4 – 0,25 = 2.15. nilai tersebut dalam matriks SWOT terletak pada sumbu horizontal.

e. Matriks Faktor Strategi Eksternal

Hasil perhitungan *EFAS (External Strategic Factors Analysis Summary)* setelah dilakukan pembobotan dan rating diperoleh skor sebagai berikut:

Tabel 5.3 Matriks *EFAS* PT. Herlinah Cipta Pratama

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL	BOBOT	RATING	NILAI	KOMENTAR
PELUANG (O)				
Mitra kegiatan di Parawisata Pemerintah Kabupaten Garut.	0.20	3	0.60	
Destinasi kunjungan wisata industri makanan khas di Kabupaten Garut.	0.15	4	0.60	
Pesanan produk dodol dari mancanegara	0.15	3	0.45	
Komitmen managemen terhadap pengembangan perusahaan menggunakan teknologi informasi	0.20	4	0.80	
Lokasi pabrik yang aman dan nyaman	0.15	4	0.30	
Sub Total	0.85		2.75	

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL	BOBOT	RATING	NILAI	KOMENTAR
ANCAMAN (T)				
Munculnya pesaing atau kompetitor yang inovatif	0.05	2	0.1	Perlu hati-hati
Kompetitor memiliki sistem informasi pemasaran yang baik.	0.05	1	0.05	Diperhatikan
Belum optimal dalam menganalisis kondisi dan persaingan pasar pesaing.	0.05	1	0.05	tantangan
Sub Total	0.15		0.20	
TOTAL	**1.00**		**2.95**	

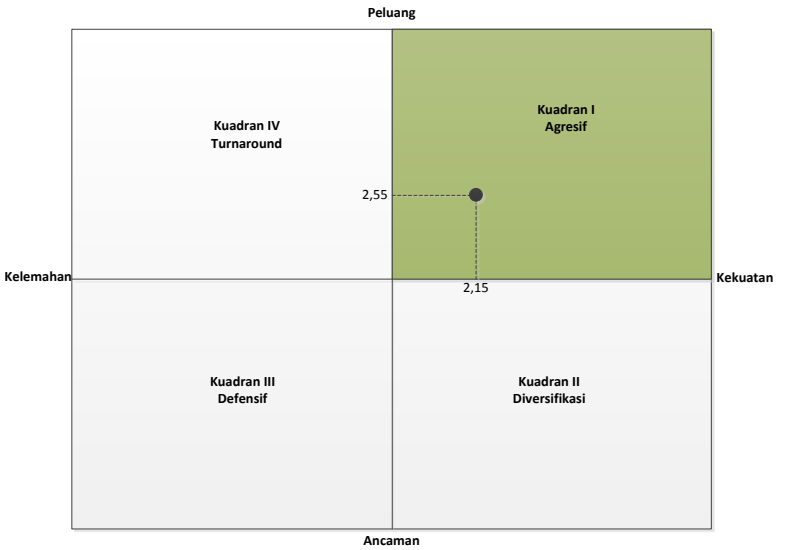
Dalam menilai tingkat pengaruh terhadap faktor strategis internal, maka masing-masing faktor yang ada pada kolom peluang (O) di tingkat rating akan diberikan nilai 1 sampai dengan 4. Nilai 1 mewakili sangat buruk dimana nilai ini diberikan berdasarkan respon dari PT. Herlinah Cipta Pratama. Nilai 2 mewakili biasa saja dimana nilai ini diberikan berdasarkan respon dari pihak PT. Herlinah Cipta Pratama jika dibandingkan dengan pesaing. Nilai 3 mewakili lebih baik dimana nilai ini diberikan berdasarkan respon dari PT. Herlinah Cipta Pratama dibandingkan dengan pesaing. Sedangkan nilai 4 adalah nilai respon sangat baik dari pesaing.

Dalam menilai tingkat pengaruh terhadap faktor strategis internal, maka masing-masing faktor yang ada pada kolom ancaman (T) di tingkat rating akan diberikan nilai 1 sampai dengan 4. Nilai 1 mewakili sangat baik dimana nilai ini diberikan berdasarkan respon dari PT. Herlinah Cipta Pratama. Nilai 2 mewakili lebih baik dimana nilai ini diberikan berdasarkan respon dari pihak PT. Herlinah Cipta Pratama jika dibandingkan dengan pesaing. Nilai 3 mewakili biasa saja dimana nilai ini diberikan berdasarkan respon dari PT. Herlinah Cipta Pratama dibandingkan dengan pesaing. Sedangkan nilai 4 adalah nilai respon sangat buruk dari para pesaing.

Dari hasil perhitungan *EFAS* tersebut, variabel peluang memperoleh nilai 2.75 dan ancaman memperoleh nilai 0.20. sehingga nilai akhir untuk *IFAS* PT. Herlinah Cipta Pratama adalah sebesar 2,75 – 0,20 = 2.55. nilai tersebut dalam matriks *SWOT* terletak pada sumbu vertikal.

f. *Matriks Grand Strategy* Hasil Analisis *SWOT*

Berdasarkan hasil analisi *SWOT* dengan memetakan faktor-faktor melalui pendekatan *IFAS* dan *EFAS*, berikut ini merupakan gambar *Matriks Grand Strategy*:



Gambar 5.11 *Matriks Grand Strategy*

Hasil dari analisis *SWOT* dengan pendekatan *IFAS* dan *EFAS* kemudian digambarkan pada matriks grand strategy sehingga menghasilkan bahwa PT. Herlina Cipta Pratama berada pada Kuadra I dan masuk ke dalam kategori agresif. Hal tersebut menggambarkan bahwa pengembangan usaha dodol PT. Herlinah Cipta Pratama di Kabupaten Garut berada pada posisi kuadran I, yang merupakan posisi yang sangat menguntungkan bagi perusahaan karena pada saat ini industri perusahaan dodol memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat dimanfaatkan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

kebijakan pertumbuhan yang agresif ini didesain untuk mencapai pertumbuhan, baik dalam penjualan, asset, profit atau kombinasi dari ketiganya. Hal ini dapat dicapai dengan cara menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk dan meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas.

2. *Critical Success Factor (CSF)*

Analisa CSF merupakan suatu ketentuan dari organisasi dan lingkungannya yang berpengaruh pada keberhasilan atau kegagalan. *CSF* dapat ditentukan jika objektif organisasi telah diidentifikasi. Tujuan dari CSF adalah menginterpretasikan objektif secara lebih jelas untuk menentukan aktivitas yang harus dilakukan dan informasi apa yang dibutuhkan. Peranan CSF dalam perencanaan strategis adalah sebagai penghubung antara strategi bisnis organisasi dengan strategi SI-nya, memfokuskan proses perencanaan strategis SI pada area yang strategis, memprioritaskan usulan aplikasi SI dan mengevaluasi strategi SI. Penulis menentukan objektif atau tujuan perusahaan dari analisis *SWOT* yang menjadi target perusahaan di masa depan.

Tabel 5.4 *Critical Success Factor* PT. Herlinah Cipta Pratama

No	Objektif/Goal	Kandidat *Critical Success Factor*	Kebutuhan SI/TI
1	Menjalankan setiap prosedur proses bisnis dan administrasi yang baik dan teratur	Standarisasi dan pengendalian dokumen	Diperlukan SI yang mampu membantu manajemen untuk mengendalikan dokumen
2	Memiliki Infrastruktur produksi yang menunjang	Pengadaan infrastruktur yang menyesuaikan dengan kebutuhan dan spesifikasi perusahaan	Diperlukan SI yang mampu membantu sistem manajemen asset perusahaan
3	Mendapatkan karyawan yang memiliki kompetensi yang sesuai dengan bidangnya	SDM yang berkualitas	Diperlukan SI/TI yang mampu membantu manajemen untuk perekrut karyawan yang berkualitas
4	Menjadi perusahaan yang edukatif	Fasilitas Kunjungan Wisata yang representatif	Diperlukan SI/TI Pariwisata Sejarah Industri Dodol bagi berupa aplikasi desktop, website ataupun mobile.
5	Menjadikan komunikasi antar bagian di perusahaan semakin kolaboratif dan efektif	Integrasi data yang baik	Diperlukan SI/TI dan insfrastruktur jaringan yang terhubung pada semua bagian

No	Objektif/Goal	Kandidat *Critical Success Factor*	Kebutuhan SI/TI
6	Menjadikan Citra Perusahaan dodol yang terbaik dan dipercaya oleh masyarakat	Citra Perusahaan yang baik	Diperlukan Sistem informasi berbasis website atau mobil yang memuat profil, kegiatan dan testimoni dari pelanggan
7	Memberikan pelayanan yang cepat tanggap kepada pelanggan	Kecepatan layanan	Diperlukan Sistem informasi yang mendukung kegiatan operasional di perusahaan
8	Menciptakan lingkungan kerja yang aman dan nyaman	Lingkungan kerja yang aman dan nyaman	Diperlukan SI/TI yang membantu atau mendukung kegiatan keamanan, pemantauan, respon kecelakaan dan penyelamatan di perusahaan
9	Menjadikan perusahaan yang handal dalam menganalisis kondisi pasar regional maupun global	Analisis kondisi Pasar	Diperlukan SI/TI yang membantu manajemen dalam pengambilan keputusan dan kebijakan
10	Menjadi perusahaan yang aktif dalam berkomunikasi dengan pelangggan	Komunikasi dengan pelanggan	Diperlukan SI/TI yang mendukung pendekatan Customer Relationship Management (CRM)
11	Meningkatkan kompetensi pegawai dalam menunjang kinerja perusahaan	Pelatihan untuk pegawai	Diperlukan pelatihan menjalankan SI/TI
12	Memperluas cakupan pasar hinggan interrnasional	Promosi	Diperlukan SI/TI E-Bussiness, E-Commerce yang mendukung kegiatan promosi
13	Menerapkan Sistem Infromasi dan Teknologi Informasi yang komprehensif	Penerapan SI/TI	Diperlukan pengadaan infrastruktur penerapan SI/TI untuk perkembangan.

F. PENENTUAN NILAI BARU MENGGUNAKAN *FOUR ACTIONS FRAMEWORK*

Berdasarkan Kim dan Mauborgne (2012:52) untuk merekonstruksi elemen-elemen nilai pembeli dalam membuat kurva nilai baru, Kim dan Mauborgne telah mengembangkan kerangka kerja empat langkah. Supaya dapat mendobrak dilema/pertukaran antara diferensiasi dan biaya rendah serta agar bisa menciptakan kurva nilai baru, ada empat pertanyaan kunci untuk menantang logika strategi dan model bisnis sebuah industri:

1. Faktor apa saja yang harus dihapuskan dari faktor-faktor, yang telah diterima begitu saja oleh perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama?
2. Faktor apa saja yang harus dikurangi hingga di bawah standar perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama?
3. Faktor apa saja yang harus ditingkatkan hingga di atas standar perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama?
4. Faktor apa saja yang belum pernah ditawarkan perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama sehingga harus diciptakan?

Pada tahapan analisis ini, penulis mencoba untuk memetakan kembali faktor-faktor apa saja yang harus di tingkat, dihapuskan, ciptakan, dan dikurangi dalam menghasilkan nilai inovasi baru bagi perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama. Dalam mendukung tahapan ini oleh karena penulis menggunakan alat bantu yaitu skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan. Berikut ini adalah skemanya:

Tabel 5.5 Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan PT. Herlinah Cipta Pratama

Menghapuskan	**Meningkatkan**
1. Membuka cabang toko/outlet penjualan dodol 2. Riset produk yang berlebihan	1. Sistem Dokumen *Control* 2. Infrastruktur perusahaan 3. Jaringan luar negeri
Mengurangi	**Ciptakan**
1. Pesanan Individu dalam Negeri	1. Sistem Informasi Manajemen dan promosi yang edukatif 2. Kualitas layanan dan Produk 3. Tema

Adapun penjelasan berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhinya antara lain; PT. Herlinah Cipta Pratama tidak melakukan perubahan pada harga karena untuk industri makanan tradisional merupakan faktor pemilah segmen pasar. Oleh karena PT. Herlinah Cipta Pratama tetap berada di segmen pasar yang sama, maka tidak perlu untuk merubah harga; Dengan kualitas yang lebih maka PT. Herlinah Cipta Pratama diharapkan akan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan atas jasanya atau bahkan melebihi ekspektasi tersebut.

PT. Herlinah Cipta Pratama perlu mengurangi kegiatan riset produk yang berlebihan. Dalam rangka bersaing terhadap inovasi produk pesaing PT. Herlinah perlu mengurangi riset karena hal tersebut memiliki resiko kegagalan yang tinggi. Oleh karena PT. Herlinah Cipta Pratama perlu menciptakan faktor kualitas produk dodol yang baik dan berkelas. Selain itu layanan terhadap pelanggan perlu ditingkatkan dikarenakan PT. Herlinah Cipta Pratama tidak hanya menjual produk tetapi menyediakan layanan jasa kunjungan industri.

Dalam meningkatkan pelayanan dan ketertarikan wisatawan, perusahaan perlu menciptakan konsep tema terhadap kunjungan industri. Hal tersebut terkait desain dan tata letak arsitektur pabrik yang unik dan menarik. Hal tersebut dapat menjadikan PT. Herlinah Cipta Pratama adalah satu-satunya perusahaan yang memiliki wisata sejarah dodol pertama di Kabupaten Garut bahkan di Indonesia. Penerapan sistem informasi adalah metode yang harus diciptakan oleh perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama. Integrasi perusahaan dengan sistem informasi dapat menciptakan teknologi informasi yang mendukung peningkatan kinerja perusahaan.

Untuk menciptakan nilai strategi yang baik, terdapat tiga kualitas yang harus dimiliki oleh strategi tersebut. Ketiga kualitas yang harus dimiliki tersebut adalah fokus, divergensi (gerak menjauh), dan moto yang memikat. Hal tersebut harus dilakukan oleh perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama untuk memenangkan pasar tanpa harus bersaing dengan kompetitor.

G. KEBUTUHAN APLIKASI SISTEM INFORMASI PERUSAHAAN

Setelah melakukan analisis *SWOT* dan *Four Actions Framework*, selanjutnya peneliti mengidentifikasi kebutuhan aplikasi pada tiap-tiap bagian di PT. Herlinah Cipta Pratama. Adapun aplikasi yang diusulkan adalah sebagai berikut:

Tabel 5.6 Aplikasi yang diusulkan bagi PT. Herlinah Cipta Pratama

No	Pengguna	No	Kebutuhan Bisnis
1	Manajer	1.1	Aplikasi Pendukung Keputusan
		1.2	Aplikasi Penjaminan Mutu
2	Bagian Keuangan	2.1	Aplikasi *Asset Manager*
		2.2	Aplikasi *Accounting*
		2.3	Aplikasi Penggajian
3	Bagian Pembelian Bahan Baku	3.1	Aplikasi *Inventory Controll*
		3.2	Aplikasi *Supplier Assessment*
4	Bagian Produksi	4.1	Aplikasi Penjadwalan Produksi
		4.2	Aplikasi Pembuatan Label/kemasan
		4.3	Aplikasi Pendataan dan Penyimpanan Dodol
5	Bagian Pemasaran	5.1	Website Perusahaan
		5.2	Aplikasi *Social Media* berbasis *Mobile*
		5.3	Aplikasi promosi edukatif berbasis *mobile*
		5.4	*E-Commerce*
		5.5	*E-Catalog*
6	Bagian Perkantoran	6.1	Aplikasi Perkantoran dan Manajemen Arsip
		6.2	Aplikasi Kepegawaian
		6.3	Aplikasi Informasi Kunjungan
		6.4	Aplikasi Informasi Buku Tamu berbasis *mobile*
7	Bagian Keamanan	7.1	Aplikasi *CCTV*
		7.2	Aplikasi *Sign System digital*
		7.3	Aplikasi Panduan Evakuasi Bencana

H. ANALISIS KESENJANGAN (*GAP ANALYSIS*)

Dari hasil analisis terhadap kebutuhan akan SI/TI dan SI/TI yang tersedia maka didapat point pengembangan SI/TI yang belum ada dan perbaikan terhadap SI/TI saat ini yang sudah ada tetapi belum dapat dimanfaatkan secara optimal pada perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama. Analisis ini bertujuan untuk menyelaraskan antara SI/TI yang sudah ada dan SI/TI yang akan dikembangkan sehingga apa yang harus dilakukan oleh pengembang dapat dilakukan dengan baik tanpa harus mengulang dari awal.

Tabel 5.7 Kesenjangan Antara Aplikasi yang Diajukan Dengan Aplikasi yang Digunakan Saat ini

No	Kebutuhan Bisnis	Status	Keputusan Perencanaan Strategis
1	Aplikasi Pendukung Keputusan	Belum	*New System*.
2	Aplikasi Penjaminan Mutu	Belum	*New System*
3	Aplikasi *Asset Manager*	Ada	Perlu *Upgrade*. Aplikasi yg ada saat ini hanya mendata asset perusahaan saja.
4	Aplikasi *Accounting*	Ada	Perlu *Upgrade*. Akan dikembangkan data terintegrasi dengan sistem lain.
5	Aplikasi Keuangan dan Penggajian	Ada	*Upgrade* fitur aplikasi.
6	Aplikasi *Inventory Control*	Ada	*Upgrade* tampilan aplikasi agar lebih *user friendly*.
7	Aplikasi *Supplier Assessment*	Ada	Upgrade tampilan aplikasi agar lebih *user friendly*.
8	Aplikasi Penjadwalan Produksi	Ada	Perlu penambahan fitur aplikasi karena aplikasi saat ini masih sederhana
9	Aplikasi Pembuatan Label	Belum	*New System*
10	Aplikasi Pendataan dan Penyimpanan Dodol	Belum	*New System*
11	*Website* Perusahaan	Belum	*New System* karena *website* saat ini masih dikelola pihak ke 3
12	Aplikasi s*ocial media*	Belum	*New System*. Aplikasi berbasis *mobile* sehingga dapat diakses mudah oleh masyarakat
13	Aplikasi promosi edukatif	Belum	*New System*. Aplikasi dibuat berbasis *mobile* dan *desktop*. Aplikasi dibuat dengan tujuan untuk memuat informasi-informasi sejarah pembuatan

No	Kebutuhan Bisnis	Status	Keputusan Perencanaan Strategis
			dodol Garut kemudian terdapat pula fitur simulasi mengenai pembuatan dodol di PT. Herlinah Cipta Pratama. Aplikasi dirancang agar pelanggan merasa nyaman dan tertarik menggunakan. Selain itu aplikasi ini juga memunculkan program *gift* atau diskon bagi mereka selalu mengakses aplikasi ini.
14	*e-Commerce*	Belum	*New System*
15	*E-Catalog*	Belum	*New System*
16	Aplikasi Manajemen Arsip	Belum	*New System*. Pada aplikasi ini PT. Herlinah Cipta Pratama dapat menggunakannya untuk memanajemen arsip dokumen atau surat masuk dan keluar. Selain itu aplikasi ini terintegrasi antara satu bagian dengan lainnya. Aplikasi ini bertujuan untuk membantu manajemen arsip teratur dan meminimalisir penggunaan kertas yang berlebihan (*paperless*)
17	Aplikasi Kepegawaian	Belum	*New System*. Aplikasi ini berkaitan dengan data kegiatan kepegawaian mulai dari kinerja pegawai, pelatihan pegawai, jenjang karir karyawan dan lainnya.
18	Aplikasi Informasi Kunjungan	Belum	*New System*. Dalam membantu kelancaran kegiatan kunjungan industri maka PT. Herlinah Cipta Pratama perlu menggunakan aplikasi yang memudahkan dalam pengelolaan data pengunjung. Sehingga pegawai akan lebih mudah membuat laporan yang dapat dijadikan data untuk di analisis oleh manajemen.

No	Kebutuhan Bisnis	Status	Keputusan Perencanaan Strategis
19	Aplikasi Informasi Buku Tamu Berbasis *Mobile*	Belum	*New System*. Dalam meningkatkan citra perusahaan yang unggul. Perusahaan membuat aplikasi yang berisi tentang testimoni pada pengunjung agar dapat dilihat dan diakses oleh banyak orang sehingga menimbulkan ketertarikan pada masyarakat
20	Aplikasi *CCTV*	Ada	*Upgrade*. Aplikasi perlu di-*upgrade* dan diintegrasikan dengan sistem pelaporan ke manajemen lainnya.
21	Aplikasi *Sign System Digital*	Belum	*New System*. Dalam mendukung terciptanya lingkungan pabrik yang edukatif, aman dan nyaman. Perusahaan membuat aplikasi untuk memandu para pengunjung agar lebih mengenal profil perusahaan dan proses pembuatan dodol. Media output dari aplikasi ini dapat berupa layar *LED* yang dipasang di tempat-tempat tertentu di pabrik agar pengunjung dapat terbantu dalam pencarian informasi. Kemudian aplikasi dapat berinteraksi langsung dengan pengunjung karena disediakan dalam bentuk sepertia anjungan terminal informasi dan lainnya.
22	Aplikasi Panduan Evakuasi Bencana	Belum	*New System*. Aplikasi berguna untuk seluruh orang yang ada di dalam lingkungan pabrik guna memandu dalam evakuasi ketika terjadi bencana. Aplikasi ini terintegrasi dengan alarm dan panduan suara otomatis agar dapat didengar oleh semua orang.

I. MEMBUAT DASAR KEBIJAKAN SI/TI

Dengan adanya perubahan model dan metode kerja seperti penggunaan sistem informasi atau teknologi informasi yang baru diusulkan, manajemen perlu membuat aturan atau kebijakan-kebijakan guna mendukung keberhasilan dan keberlanjutan implementasi sistem tersebut. Kebijakan tersebut perlu dibahas dan dirumuskan oleh semua bagian yang mewakili bagiannya masing-masing. Pembahasan tersebut juga membahas standar operasional prosedur (SOP) yang baru. Selain itu, manajemen juga harus merevisi SOP yang lama agar disesuaikan dengan kondisi perusahaan yang baru.

Kebijakan ini dibuat agar memudahkan proses implementasi sistem di PT. Herlinah Cipta Pratama selain itu, meminimalisir ketergantungan terhadap personal yang dapat mengganggu proses bisnis perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama. Setelah manajemen membuat kebijakan, manajemen perlu sosialisasi ke semua pegawai agar dapat dipahami dan dilaksanakan.

RANCANGAN PORTOFOLIO SISTEM INFORMASI/APLIKASI DI MASA MENDATANG

Dari hasil analisis terhadap kondisi lingkungan internal, eksternal dan aplikasi portofolio yang dilakukan pada bab sebelumnya yang menggambarkan aplikasi SI PT. Herlinah Cipta Pratama yang ada saat ini. Untuk mendapatkan portofolio aplikasi SI mendatang penulis perlu memetakan kembali tahapan-tahapan analisis sehingga memunculkan aplikasi yang dibutuhkan oleh perusahaan di masa yang akan datang. Berikut ini adalah tabel 4.9 keterhubungan tahapan-tahapan analisis:

Tabel 6.1 Relasi Tahapan-Tahapan Analisis dan Usulan SI/TI Bagian Pertama

No	Sistem Informasi / Teknologi Informasi yang diusulkan	*CSF*	Analisis *SWOT*	Analisis *Value Chain*	Analisis *PEST*	Analisis Visi, Misi dan Struktur Organisasi, Proses Bisnis
		5	4	3	2	1
1	Aplikasi Pendukung Keputusan	Diperlukan SI/TI yang membantu manajemen dalam pengambilan keputusan dan kebijakan	**Kelemahan:** Belum optimal dalam menganalisis kondisi dan persaingan pasar pesaing. **Ancaman:** Kompetitor	**Aktifitas Pendukung: Faktor Teknologi.** penggunaan teknologi dalam aktifitas proses bisnis di PT. Herlinah	**Faktor Ekonomi:** faktor yang mempengaruhi daya pembelian dari pelanggan dan mempengaruhi iklim dari bisnis suatu perusahaan. Terbatasnya	- **Visi Perusahaan** yaitu Pengelolaan secara sehat dan professional. - **Misi perusahaan** yaitu menciptakan pertumbuhan perusahaan

No	Sistem Informasi / Teknologi Informasi yang diusulkan	*CSF*	Analisis *SWOT*	Analisis *Value Chain*	Analisis *PEST*	Analisis Visi, Misi dan Struktur Organisasi, Proses Bisnis
		5	4	3	2	1
			memiliki sistem informasi pemasaran yang baik.	Cipta Pratama belum optimal. Berdasarkan analisis lingkungan bisnis eksternal faktor teknologi yang tersedia di Kabupaten Garut harusnya dapat dimanfaatkan dengan baik dan cermat oleh perusahaan	kemampuan SDM pelaku industri, khususnya dalam hal terutama penguasaan akses pasar, Penguasaan Pengembangan dan Pemanfaatan Teknologi, Penguasaan Manajemen Produksi, dan Penguasaan IPTEK untuk melakukan Inovasi dalam memanfaatkan SDA yang Tersedia.	yang berkelanjutan melalui pengembangan usaha dan lainnya.
2	Aplikasi Penjaminan Mutu	Diperlukan SI yang mampu membantu manajemen untuk mengendali-kan dokumen	**Kekuatan:** Memiliki dokumentasi tentang standar operasional prosedur yang baik. **Kelemahan:** Penggunaan Teknologi Informasi yang masih belum optimal dan tidak merata. **Peluang:** Komitmen manajemen terhadap pengembangan perusahaan menggunakan teknologi informasi	***Outbound Logistics*:** *Outbound Logistics* merupakan output dari aktifitas operasi yang diberikan oleh PT. Herlinah Cipta Pratama. kepuasan pelanggan adalah aktifitas yang utama pada tahapan outbound logistics. **Administrasi dan Manajemen**: aktifitas berikut ini merupakan	**Faktor Ekonomi:** faktor yang mempengaruhi daya pembelian dari pelanggan dan mempengaruhi iklim dari bisnis suatu perusahaan. Terbatasnya kemampuan SDM pelaku industri, khususnya dalam hal terutama Penguasaan Manajemen Produksi, dan Penguasaan IPTEK untuk melakukan Inovasi dalam memanfaatkan SDA yang Tersedia.	- **Visi Perusahaan** yaitu Pengelolaan secara sehat dan professional. - **Strategi Pemasaran:** Penataan dalam menjalankan program di semua bagian - **Misi perusahaan** yaitu menciptakan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan melalui pengembangan usaha dan lainnya.

No	Sistem Informasi / Teknologi Informasi yang diusulkan	*CSF*	Analisis *SWOT*	Analisis *Value Chain*	Analisis *PEST*	Analisis Visi, Misi dan Struktur Organisasi, Proses Bisnis
		5	4	3	2	1
				keunggulan pada PT. Herlinah Cipta Pratama adalah penetapan standar manajemen mutu yang sudah disepakati oleh seluruh pemangku kepentingan di perusahaan.		
3	Aplikasi *Asset Manager*	Diperlukan SI yang mampu membantu sistem manajemen asset perusahaan	**Peluang:** Memiliki lokasi pabrik yang aman dan nyaman untuk dilakukan kunjungan industri dalam skala besar. **Kekuatan:** Memiliki infrastruktur produksi yang menunjang **Kelemahan:** Penggunaan Teknologi Informasi yang masih belum optimal dan tidak merata.	**Administrasi dan Manajemen:** Seluruh kegiatan di PT. Herlinah Cipta Pratama harus mengikuti prosedur yang sudah ditetapkan perusahaan sejak tahun 1998. Hal tersebut memberikan gambaran bahwa sistem manajemen mutu dan administrasi di PT. Herlinah Cipta Pratama memiliki keteraturan dan profesional.	**Politik:** Adanya Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia No. 13/M IND/PER/2/2013 tentang program restrukturisasi mesin dan/atau peralatan industri kecil dan menengah (IKM).	**Misi:** Melakukan proses manajemen secara sistematik dan evaluasi secara rutin berbasis sistem informasi

No	Sistem Informasi / Teknologi Informasi yang diusulkan	*CSF*	Analisis *SWOT*	Analisis *Value Chain*	Analisis *PEST*	Analisis Visi, Misi dan Struktur Organisasi, Proses Bisnis
		5	4	3	2	1
4	Aplikasi *Accounting*	Diperlukan SI/TI yang mendukung kegiatan operasional di perusahaan.	Kelemahan: Penggunaan Teknologi Informasi yang masih belum optimal dan tidak merata.	**Administrasi dan Manajemen:** Seluruh kegiatan tersebut didokumentasikan, diterapkan, dievaluasi untuk penentuan kebijakan manajerial.	**Faktor Ekonomi:** faktor yang mempengaruhi daya pembelian dari pelanggan dan mempengaruhi iklim dari bisnis suatu perusahaan. Terbatasnya kemampuan SDM pelaku industri, khususnya dalam hal terutama Penguasaan Manajemen Produksi, dan Penguasaan IPTEK untuk melakukan Inovasi dalam memanfaatkan SDA yang tersedia.	**Visi:** Mewujudkan perusahaan yang berkembang, *credible* dan *profitable* yang dikelola secara sehat dan professional
5	Aplikasi Keuangan dan Penggajian	Diperlukan SI/TI yang mendukung kegiatan operasional di perusahaan.	**Kelemahan:** Penggunaan Teknologi Informasi yang masih belum optimal dan tidak merata.	**Administrasi dan Manajemen:** Seluruh kegiatan tersebut didokumentasikan, diterapkan, dievaluasi untuk penentuan kebijakan manajerial.	**Faktor Keuangan:** Surat Keputusan Gubernur Jawa Barat No. 561/Kep.1636-Bangses/2013 tentang Upah Minimum Kabupaten/Kota di Jawa Barat Tahun 2014, pada surat keputusan tersebut bahwa untuk UMK kabupaten garut pada angka Rp. 1.085.000,- **Faktor Ekonomi:** faktor yang mempengaruhi daya pembelian dari pelanggan	**Visi:** Mewujudkan perusahaan yang berkembang, *credible* dan *profitable* yang dikelola secara sehat dan professional

No	Sistem Informasi / Teknologi Informasi yang diusulkan	*CSF*	Analisis *SWOT*	Analisis *Value Chain*	Analisis *PEST*	Analisis Visi, Misi dan Struktur Organisasi, Proses Bisnis
		5	4	3	2	1
					dan mempengaruhi iklim dari bisnis suatu perusahaan. Terbatasnya kemampuan SDM pelaku industri, khususnya dalam hal terutama Penguasaan Manajemen Produksi, dan Penguasaan IPTEK untuk melakukan Inovasi dalam memanfaatkan SDA yang tersedia.	
6	Aplikasi *Inventory Control*	Diperlukan SI/TI yang mendukung kegiatan operasional di perusahaan.	**Peluang:** Mulai berdatangan-nya pesanan produk dodol dari mancanegara. Komitmen manajemen terhadap pengembang-an perusahaan menggunakan teknologi informasi	***Inbound Logistics*:** aktifitas utama dalam inbound logistics pada PT. Herlinah Cipta Pratama adalah pada aktifitas pemesanan bahan baku ke pemasok dan menjamin ketersediaan bahan baku di gudang.	**Faktor Ekonomi:** Belum Optimalnya Kapasitas Produksi Industri yang disebabkan oleh kurang lancarnya pasokan bahan baku impor dan lokal antar daerah. Adanya ketergantungan yang tinggi terhadap ketersediaan (Kontinuitas, Kuantitas dan Kualitas) bahan baku khususnya yang berbasis Pertanian dalam arti luas	**Visi:** Mewujudkan perusahaan yang berkembang, *credible* dan *profitable* yang dikelola secara sehat dan professional
7	Aplikasi *Supplier Assessment*	Diperlukan SI/TI yang mendukung kegiatan operasional di	**Peluang:** Mulai berdatangan-nya pesanan produk dodol	***Inbound Logistics*:** aktifitas utama dalam	**Faktor Ekonomi:** Belum Optimalnya Kapasitas Produksi Industri	**Visi:** Mewujudkan perusahaan yang berkembang, *credible* dan

No	Sistem Informasi / Teknologi Informasi yang diusulkan	*CSF*	Analisis *SWOT*	Analisis *Value Chain*	Analisis *PEST*	Analisis Visi, Misi dan Struktur Organisasi, Proses Bisnis
		5	4	3	2	1
		perusahaan.	dari mancanegara, Komitmen manajemen terhadap pengembangan perusahaan menggunakan teknologi informasi	inbound logistics pada PT. Herlinah Cipta Pratama adalah pada aktifitas pemesanan bahan baku ke pemasok dan menjamin ketersediaan bahan baku di gudang.	yang disebabkan oleh kurang lancarnya pasokan bahan baku impor dan lokal antar daerah. Adanya ketergantungan yang tinggi terhadap ketersediaan (Kontinuitas, Kuantitas dan Kualitas) bahan baku khususnya yang berbasis Pertanian dalam arti luas	*profitable* yang dikelola secara sehat dan professional
8	Aplikasi Penjadwalan Produksi	Diperlukan sistem informasi yang mendukung kegiatan operasional di perusahaan	Kekuatan: Memiliki tim kerja yang solid dan inovatif Memiliki lokasi pabrik yang aman dan nyaman untuk dilakukan kunjungan industri dalam skala besar.	*Operations:* aktiftitas utama dalam *operation* pada PT. Herlinah Cipta Pratama adalah pada aktifitas pengolahan bahan baku dodol menjadi dodol jadi. Pada proses bisnis pembuatan dodol PT. Herlinah Cipta Pratama tetap menjaga kualitas cita rasa dodol yang khas dan sudah banyak oleh para pelangganya	Terbatasnya kemampuan SDM pelaku industri, antara lain: Penguasaan Manajemen Produksi Penguasaan Pengembangan dan Pemanfaatan Teknologi	Misi: Menciptakan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan melalui pengembangan usaha, efisiensi dan produktifitas kerja.

No	Sistem Informasi / Teknologi Informasi yang diusulkan	*CSF*	Analisis *SWOT*	Analisis *Value Chain*	Analisis *PEST*	Analisis Visi, Misi dan Struktur Organisasi, Proses Bisnis
		5	4	3	2	1
9	Aplikasi Pembuatan Label	Diperlukan sistem informasi yang mendukung kegiatan operasional di perusahaan	Kekuatan: Memiliki tim kerja yang solid dan inovatif Memiliki lokasi pabrik yang aman dan nyaman untuk dilakukan kunjungan industri dalam skala besar.	*Operations:* aktiftitas utama dalam operastions pada PT. Herlinah Cipta Pratama adalah pada aktifitas pengolahan bahan baku dodol menjadi dodol jadi. Pada proses bisnis pembuatan dodol PT. Herlinah Cipta Pratama tetap menjaga kualitas cita rasa dodol yang khas dan sudah banyak oleh para pelangganny a	Terbatasnya kemampuan SDM pelaku industri, antara lain: Penguasaan Manajemen Produksi Penguasaan Pengembangan dan Pemanfaatan Teknologi	Misi: Menciptakan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan melalui pengembangan usaha, efisiensi dan produktifitas kerja.
10	Aplikasi Pendataan dan Penyimpan -an Dodol	Diperlukan sistem informasi yang mendukung kegiatan operasional di perusahaan	Kekuatan: Memiliki infrastruktur produksi yang menunjang Memiliki dokumentasi tentang standar operasional prosedur yang baik.	Teknologi: penggunaan teknologi dalam aktifitas proses bisnis di PT. Herlinah Cipta Pratama belum optimal. Berdasarkan analisis lingkungan bisnis eksternal	Terbatasnya kemampuan SDM pelaku industri, antara lain: Penguasaan Manajemen Produksi Penguasaan Pengembangan dan Pemanfaatan Teknologi	Misi: Menciptakan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan melalui pengembangan usaha, efisiensi dan produktifitas kerja.

No	Sistem Informasi / Teknologi Informasi yang diusulkan	*CSF*	Analisis *SWOT*	Analisis *Value Chain*	Analisis *PEST*	Analisis Visi, Misi dan Struktur Organisasi, Proses Bisnis
		5	4	3	2	1
			Kelemahan: Penggunaan Teknologi Informasi yang masih belum optimal dan tidak merata.	faktor teknologi yang tersedia di Kabupaten Garut harusnya dapat dimanfaatkan dengan baik dan cermat oleh perusahaan. Saat ini teknologi yang terdapat dan digunakan hanya pada proses bisnis diperusaha-an adalah *inventory control* di bagian gudang		
11	Website Perusahaan	Diperlukan Sistem informasi berbasis website atau mobil yang memuat profil, kegiatan dan testimoni dari pelanggan	Kekuatan: Sudah menjadi produsen dodol yang dipercaya oleh masyarakat Kelemahan: Belum optimal dalam menganalisis kondisi dan persaingan pasar pesaing. Peluang: Menjadi salah satu destinasi kunjungan wisata industri makanan khas di Kabupaten Garut.	*Sales and Marketing*: Penjualan dan Pemasaran adalah aktifitas utama yang menjadi salah satu prioritas perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama	Politik: Adanya keleluasaan promosi bagi perusahaan Program Bupati Garut yang menekankan kepada penggunaan, pembelian lebih optimal terhadap hasil produksi asli Garut kepada masyarakat kabupaten Garut Teknologi: Layanan internet provider Telkom Speedy telah memiliki	Visi: Mewujudkan perusahaan yang berkembang, *credible* dan *profitable* yang dikelola secara sehat dan *professional* Misi: Memberikan pelayanan optimal kepada pelanggan Menciptakan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan melalui pengembangan usaha, efisiensi dan produktifitas kerja.

No	Sistem Informasi / Teknologi Informasi yang diusulkan	*CSF*	Analisis *SWOT*	Analisis *Value Chain*	Analisis *PEST*	Analisis Visi, Misi dan Struktur Organisasi, Proses Bisnis
		5	4	3	2	1
			Mulai berdatangan-nya pesanan produk dodol dari mancanegara Kompetitor memiliki sistem informasi pemasaran yang baik.		cakupan wilayah yang cukup merata di kabupaten Garut. Selain pengembangan jalur telekomunikasi menggunakan fiber optic terus dilakukan perluasan. Hal tersebut mendorong perkembangan jaringan telekomunikasi yang memberikan dampak baik terhadap perkembangan penggunaan sistem informasi perusahaan di kabupaten Garut.	
12	Aplikasi *Social Media*	Diperlukan Sistem informasi berbasis website atau mobil yang memuat profil, kegiatan dan testimoni dari pelanggan	Kekuatan: Sudah menjadi produsen dodol yang dipercaya oleh masyarakat Kelemahan: Belum optimal dalam menganalisis kondisi dan persaingan pasar pesaing. Peluang: Menjadi salah satu destinasi kunjungan wisata industri makanan khas di Kabupaten Garut.	*Sales and Marketing*: Penjualan dan Pemasaran adalah aktifitas utama yang menjadi salah satu prioritas perusahaan PT. Herlinah Cipta Pratama	Politik: Adanya keleluasaan promosi bagi perusahaan Program Bupati Garut yang menekankan kepada penggunaan, pembelian lebih optimal terhadap hasil produksi asli Garut kepada masyarakat kabupaten Garut Teknologi: Layanan internet provider Telkom	Visi: Mewujudkan perusahaan yang berkembang, *credible* dan *profitable* yang dikelola secara sehat dan *professional* Misi: Memberikan pelayanan optimal kepada pelanggan Menciptakan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan melalui pengembangan usaha, efisiensi dan produktifitas kerja.

No	Sistem Informasi / Teknologi Informasi yang diusulkan	*CSF*	Analisis *SWOT*	Analisis *Value Chain*	Analisis *PEST*	Analisis Visi, Misi dan Struktur Organisasi, Proses Bisnis
		5	4	3	2	1
			Mulai berdatangan-nya pesanan produk dodol dari mancanegara Kompetitor memiliki sistem informasi pemasaran yang baik.		Speedy telah memiliki cakupan wilayah yang cukup merata di kabupaten Garut. Selain pengembangan jalur telekomunikasi menggunakan fiber optic terus dilakukan perluasan. Hal tersebut mendorong perkembangan jaringan telekomunikasi yang memberikan dampak baik terhadap perkembangan penggunaan sistem informasi perusahaan di kabupaten Garut.	

Tabel 4.9 Relasi Tahapan-Tahapan Analisis dan Usulan SI/TI Ban Lanjutan

Maka perencanaan strategis bisnis dan sistem informasi PT. Herlinah Cipta Pratama untuk beberapa tahun yang akan datang dalam mempertahankan keunggulan dapat dilihat pada gambar 4.11 berikut ini:

Strategic	***High Potential***
1. Aplikasi s*ocial media* 2. Aplikasi Promosi Edukatif 3. *E-Commerce* 4. *E-Catalogue* 5. *website* profil perusahaan 6. Aplikasi informasi buku tamu berbasis *mobile*	1. Aplikasi *Supplier Assessment* 2. Aplikasi kepegawaian 3. Aplikasi *Sign System Digital*

1. Aplikasi *Inventory Contol* 2. Aplikasi *Accounting* 3. Aplikasi keuangan dan Penggajian 4. Aplikasi Pendataan dan penyimpanan 5. Aplikasi Pendataan dan Penyimpanan Dodol	1. Aplikasi Pendukung Keputusan 2. Aplikasi Penjaminan Mutu 3. Aplikasi *Asset Manager* 4. Aplikasi Penjadwalan Produksi 5. Aplikasi Pembuatan Label 6. Aplikasi Manajemen Arsip 7. Aplikasi Informasi Kunjungan 8. Aplikasi *CCTV* 9. Aplikasi Panduan Evakuasi Bencana
Key Operational	***Support***

Gambar 6.1. Portofolio Aplikasi Masa yang akan datang

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh (**Galih Abdul Fatah Maulani**, 2015) pada tesisnya menjelaskan bahwa terdapat beberapa poin penting yang menjadi inti dari buku ini diantaranya sebagai berikut:

1. Dalam membuat kebutuhan perencanaan strategis sistem informasi pada PT. Herlinah Cipta Pratama melakukan beberapa analisis antara lain: analisis *SWOT, PEST*, *Value Chain*, *CSF*, *Four Action Framework* yang dianalisis kembali terhadap strategi dan model bisnis PT. Herlinah Cipta Pratama.
2. Kegiatan analisis dalam merencanakan penerapan sistem informasi menghasilkan beberapa sistem informasi atau teknologi informasi pada PT. Herlinah Cipta Pratama yang perlu ada dan diimplementasikan. Sistem informasi tersebut terdiri dari 22 aplikasi yang seharusnya berjalan di PT. Herlinah Cipta Pratama. Portfofolio SI/TI terdiri dari 4 kategori antara lain 7 aplikasi dalam kuadran strategic, 3 aplikasi dalam kuadran high potential, 5 aplikasi dalam kuadran *key operational*, 9 aplikasi dalam kuadran *support*.

B. SARAN PANDANG

Dalam rangka pencapaian efektifitas dan efisiensi proses bisnis pada PT. Herlinah Cipta Pratama, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. PT. Herlinah Cipta Pratama perlu memaksimalkan potensi dari semua bidang dan bagian sepertinya halnya pelatihan terhadap pegawai. Hal tersebut akan membantu kinerja dan keberlangsungan lingkungan kerja yang baik di masa yang akan datang.
2. PT. Herlinah Cipta Pratama perlu memfokuskan terhadap sistem yang menjadi keunggulan strategis dalam menghadapi persaingan. Selain perlu mengurangi proses inovasi produk yang bertujuan untuk menyamakan atau bersaing dengan kompetitor yang sudah memiliki produk dan jasa yang unik.
3. Manajemen PT. Herlinah Cipta Pratama senantiasa melakukan analisis kondisi pasar untuk menentukan kebijakan perusahaan ke depan.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Bahra Bin Ladjamudin. 2010. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu

Agus Sunarto, Zainal A Hasibuan. 2007. *Model Perencanaan Strategis Sistem Informasi Pada Industri Penyiaran Televisi Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy dan Balanced Scoredcard.* Jurnal Sistem Informasi MTI UI Vol 3 No 2.

Arief, Dkk. 2013. *Pendekatan Blue Ocean Strategy Terhadap Strategi Pelayanan Rumah Sakit***.** E-Jurnal Teknik Industri FT USU Vol 1 No.2 pp. 40-46

Awan Setiawan & Benie Ilman. 2012. *Perencanaan Strategik Sistem Informasi pada Perusahaan Penerbitan dengan Metode Ward and Preppard: Studi Kasus pada Penerbit Rekayasa Sains Bandung*. Jurnal Managemen Teknologi Volume 11 Number 3 2012

A. Wijaya Tunggal .2001. *Analisis SWOT*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.

Basri, dkk. 2011. *Blue Ocean Strategy: Application Universiti Sains Malaysia Library*. Jurnal PPM Vol. 5

Cepi Slamet. 2012. *The Implementation of Strategic Planning for Information System in Educational Foundation*. INTERNATIONAL JOURNAL OF BASIC AND APPLIED SCIENCE: Vol. 01, No. 01 July 2012 P-ISSN: 2301-4458 E-ISSN: 2301-8038

Dana Indra Sensuse dan Hendri Sopryadi. 2008. *Perencanaan Strategis Sistem Dan Teknologi Informasi Pada St. Ignatius Education Center Palembang*. Jurnal Ilmiah STMIK GI MDP, Volume 4 Nomor 3

Earl, M. J. 1996. *Management Strategies for Information Technology (1st ed.).* Prentice Hall.

Jogiyanto. 2005. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Kahate, A. 2004. *Object Oriented Analysis & Design. New Delhi*: Tata Mcgraw-Hill *Publishing Company Limited*.

Kim, W. Chan & Mauborgne, Renee. 2005. *Blue Ocean Strategy (Strategi Samudera Biru)*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.

Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurmawan. Jakarta: Penerbit Salemba Empat

Kwan, Stephen K. and West, Joel. 2004. *Heterogenityof IT Importance: Implications for Enterprise IT Portfolio Management*. San Jose: San Jose State University,

Jogiyanto, 2005, *Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.

John Ward and Joe Peppard. 2002. *Strategic Planning for Information Systems Third Edition.* Cranfield School of Management, Cranfield, Bedfordshire, UK

Laudon, Kenneth C, Jane P. Laudon. 2004. *Management Information Systems: Managing the Digital Firm. (8thed).* Pearson Prentice Hall, New Jersey

Laudon, Kenneth C, Jane P. Laudon. 2015. *Management Information Systems: Managing the Digital Firm. (13thed)*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Marrus. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksa.

Maryani, Suparto Darudiato. 2010. *Perancangan rencana strategis Sistem informasi dan teknologi informasi (si/ti): Studi kasus stmik xyz*. CommIT, Vol. 4 No. 2 Oktober 2010, hlm. 77 – 85

McLeod, R. & Schell, G. P. 2008. *Sistem Informasi Manajemen.* Jakarta: Salemba Empat.

Rafael, L & Carlos Devece. 2012. *Introduction to Management Information Systems*. Col·lecció Sapientia : Publicacions de la Universitat Jaume I.

Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Robbins, Stephen P. 1994. *Teori Organisasi, Struktur, Desain dan Aplikasi edisi 3*. Arcan: Donaldson.

Siagian, 2004. *Metodologi Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-17. Bandung: Alfabeta.

Turban, E., J. R. Kelly Rainer, and R. E. Potter. 2005. *Pengantar Teknologi Informasi. Translated by D. A. Kwary and D. F. Sari. edited by N. Setyaningsih. 3 ed*: John Wiley & Sons, Inc.

Pearce, J. A., & Robinson Jr, R. B. 2008. *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Salemba Empat.

Porter, Michael E. 1985. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York*.: Simon and Schuster.

- . Profil Dodol Picnic. Garut.

www.dodolpicnic.com, diakses 19 September 2014

PROFIL PENULIS