

PENERAPAN METODOLOGI TOZER PADA PENYUSUNAN RENCANA STRATEGIS SISTEM INFORMASI DAN TEKNOLOGI INFORMASI PERUSAHAAN DAGANG STUDI KASUS :PD. STB MOTOR PANDEGLANG

Entin Sutinah

Abstract— A trading company, STB motor, is a company that is engaged in the trade sector of motorcycle sparepart for all types and motor brands. In conducting the business STB Motor has made progress and the developments that was very fast, however in processing the data was still using manual way that is is microsoft excel. Therefore this study aimed at making the preparation proposal and the form of the strategic plans of the IS or IT which is able to order to support their services to the customers and management and the business strategies of PD.STB motor. Research methodology used is by implementing a method of tozer steps. To facilitate the analysis in this research is required a device analysis of engineering analysis of training SWOT, Value Chain , CSF (critical success factor) , Application Portfolio McFarlan Grids and Kompetitive Porter (Porters Five Forces Competitive Model). This research poduces several proposals of IS or IT of information systems to in every part of IS sales, the purchase, the logistics , the employment , the payroll , the management control , and the financial. To facilitate the promotion of goods will be proposed making a web company. Public not only can easily see the data goods but also know the promotions held by the company, While for IT strategy need to formation of a computer network to connect computers that is in one part to anyone else so that information systems that made can both integrated in data processing company. For management strategies of IS that is the formation of the new division. The functions of the division is to regulate everything relating to the IS or IT. By the proper planning startegi of IS or IS we are able to solve all problems that arise in PD.STB motor.

Intisari—Perusahaan dagang STB Motor merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan sparepart motor untuk semua jenis dan merk motor. Dalam melakukan bisnis tersebut PD. STB Motor mengalami kemajuan dan perkembangan yang begitu pesat, akan tetapi dalam pengolahan datanya masih menggunakan cara manual yaitu masih menggunakan microsoft excel. Maka dari itu penelitian ini bertujuan membuat usulan penyusunan dan bentuk rencana strategis SI/TI yang mampu menunjang kegiatan pelayanan kepada konsumen dan manajemen serta strategi bisnis pada PD.STB Motor. Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan menerapkan langkah-langkah metode Tozer. Untuk memudahkan analisis dalam penelitian ini dibutuhkan suatu perangkat analisis berupa teknik analisis SWOT, Value Chain, CSF (Critical Success Factor), Application Portofolio McFarlan Grid's dan Kompetitif Porter (Porter's Five Forces Competitive Model).

Program Studi Manajemen Informatika, AMIK BSI Jakarta, Jl RS.Fatmawati No 24, Pondok Labu Jakarta Selatan 12450, Prov. DKI Jakarta – Indonesia (Tlp: 021-7500282; Fax: 021-7513790; e-mail : entin.esh@bsi.ac.id;

Penelitian ini menghasilkan beberapa usulan SI/TI yang berupa Sistem informasi untuk di setiap bagian yaitu SI Penjualan, SI Pembelian, SI Logistik, SI Kepegawaian, SI Penggajian, SI Manajemen kontrol, dan SI Keuangan. Untuk memudahkan promosi barang akan diusulkan pembuatan web perusahaan, sehingga masyarakat dapat dengan mudah melihat data barang yang ada serta masyarakat dapat mengetahui promosi-promosi yang diadakan perusahaan, sedangkan untuk strategi TI perlu dibentuknya jaringan komputer untuk menghubungkan komputer yang ada di satu bagian ke bagian yang lainnya, sehingga sistem informasi yang dibuat dapat saling terintegrasi dalam pengolahan data perusahaan. Untuk strategi manajemen SI yaitu dibentuknya divisi baru yaitu divisi IT yang berfungsi mengatur segala sesuatu yang berkaitan dengan SI/TI. Dengan adanya perencanaan startegi SI/TI yang tepat dapat menyelesaikan semua masalah yang terjadi pada PD. STB Motor.

Kata kunci: Penyusunan rencana SI/TI, Metode Tozer

I. PENDAHULUAN

Saat ini perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan semakin berkembang pesat, disertai dengan kemajuan teknologi yang juga berkembang pesat, canggih dan modern, dengan perkembangan dan kemajuan teknologi tersebut akan memberikan dampak positif bagi perusahaan. Dengan keadaan saat ini, tentu saja tidak menutup kemungkinan perusahaan-perusahaan dagang yang ada akan bersaing ketat dengan perusahaan dagang lain yang mengeluarkan produk yang sejenis, serta ditunjang dengan menggunakan teknologi informasi dalam melakukan proses bisnisnya. Agar perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain yang mengeluarkan produk sejenis dan produk subsitusi, maka manajemen perusahaan harus mampu mengolah perusahaannya dengan baik, supaya konsumen atau pelanggan yang ada tidak beralih kepada perusahaan lain.

Perusahaan dituntut untuk lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen atau perusahaan harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu juga diperlukan pemasaran yang baik [9]. Dengan pemasaran produk yang baik maka akan dapat meningkatkan penjualan dan merebut pangsa pasar. Jika itu sudah terjadi maka dapat dipastikan perusahaan akan mendapatkan laba yang maksimal. Jika pemasaran produk

yang dilakukan tidak atau kurang tepat maka akan terjadi penurunan penjualan yang akan memberi dampak penurunan pendapatan yang diterima oleh perusahaan tersebut.

PD.STB Motor adalah sebuah perusahaan dibidang perdagangan dimana kegiatannya yaitu menjual Spare Part Motor untuk semua jenis dan merk motor semakin hari perusahaan ini semakin maju dan perdagangan yang dilakukan semakin meningkat, akan tetapi dalam melakukan proses bisnisnya belum menggunakan sistem informasi dan teknologi informasi. penelitian ini akan membahas mengenai perencanaan strategi SI/TI serta strategi bisnis yang tepat untuk menyelesaikan masalah-masalah yang ada pada PD. STB Motor serta untuk meningkatkan performa perusahaan.

Membuat perencanaan Strategi SI/TI dan strategi bisnis harus memperhatikan semua lingkungan internal dan eksternal perusahaan agar perencanaan SI/TI yang dihasilkan tepat. Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis kondisi sistem informasi/teknologi informasi (SI/TI) yang ada pada PD.STB Motor serta membuat usulan penyusunan dan bentuk rencana strategis SI/TI yang mampu menunjang kegiatan pelayanan kepada konsumen dan manajemen serta strategi bisnis pada PD.STB Motor, baik sekarang maupun di masa yang akan datang.

II. KAJIAN LITERATUR

a. Perencanaan Strategis

“Perencanaan Strategis adalah proses memutuskan program-program yang akan diambil organisasi dan perkiraan jumlah sumber daya yang dialokasikan untuk masing-masing program selama beberapa tahun ke depan” [1].

b. Sistem Informasi

[5] sistem informasi dapat didefinisikan sebagai kumpulan beberapa komponen yang saling terintegrasi untuk mengambil, menyimpan, memproses dan mendistribusikan suatu informasi dalam mengambil suatu keputusan, mengkoordinasikan pengendalian analisis serta menampilkannya dalam suatu organisasi.

c. Strategis Sistem Informasi

[11] “strategi sistem informasi adalah sistem yang membantu sebuah organisasi untuk mendapatkan keuntungan kompetitif melalui kontribusinya terhadap strategi tujuan dari organisasi dan atau kemampuan untuk meningkatkan performance dan produktifitas secara signifikan”.

d. Teknologi Informasi

[6] teknologi informasi meliputi konsep-konsep utama, pengembangan dan berbagai isu manajemen teknologi informasi yaitu *hardware*, *software*, jaringan, manajemen data dan banyak teknologi berbasis internet.

e. Strategis Teknologi Informasi

[12] strategi teknologi informasi adalah strategi yang berfokus pada penguraian visi tentang bagaimana memenuhi permintaan dari organisasi akan informasi dan sistem dengan dukungan teknologi.

f. Perangkat analisa yang digunakan yaitu:

1) Analisis SWOT (*strengths, weakness, opportunities, threats*)

a) “SWOT adalah akronim untuk kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari lingkungan eksternal perusahaan. 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” [4].

b) Fungsi SWOT

[3] “fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman)”.

c) Matrix SWOT

Matrik SWOT merupakan Alat yang digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, Berikut merupakan tabel dari matrik analisa SWOT.

Tabel 1. Matrix swot

SW	Strengths	Weaks
OT	Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
Opportunities	Strategi SO	Strategi WO
Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats	Strategi ST	Strategi WT
Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti (2006)

2) Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Porter*)

Porter mendefinisikan *Value Chain Analysis*, merupakan sebuah teknik yang digunakan secara luas pada bidang manajemen untuk memahami rantai nilai yang membentuk suatu produk. Rantai nilai ini berasal dari aktifitas-aktifitas yang dilakukan manajemen, mulai dari penyediaan bahan baku sampai ketangan konsumen, termasuk juga pelayanan.

Keseluruhan kegiatan ini dapat direperentasikan dengan menggunakan *value chain*. Porter juga menjelaskan bahwa teknologi informasi adalah salah satu pendukung utama dari *value chain*. Pendekatan *value chain* yang pertama membedakan dua tipe aktivitas bisnis yaitu:

a) *Primary activities*

Yaitu aktifitas yang memungkinkan untuk memenuhi perannya dalam rantai sehingga dapat memuaskan pelanggan, yang melihat efek langsung dari seberapa baik kegiatan tersebut dilakukan. Kegiatan ini meliputi: *Operation* (Operasi), *Outbound Logistic* (Logistik keluar), *Marketing and Sale* (pemasaran dan penjualan), *Service* (pelayanan).

b) *Supported activities*

Aktivitas yang diperlukan untuk mengontrol dan mengembangkan bisnis dan waktu ke waktu dengan demikian secara tidak langsung menamabah nilai-nilai yang diwujudkan melalui keberhasilan *primary activities*. Kegiatan ini meliputi : Infrastruktur, Manajemen sumber daya manusia, Pengembangan teknologi, *Procurement*.

3) Analisis CSF (*Critical Success Factor*)

CSF merupakan sebuah metode analisis dengan mempertimbangkan beberapa hal yang kritis di dalam lingkungan perusahaan untuk mendefinisikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan dan kesuksesan perusahaan atau organisasi dan dapat ditentukan jika objektif organisasi telah diidentifikasi.

4) Analisis *Application Portofolio McFarlan Grid's*

Analisis Aplikasi Portofolio adalah digunakan untuk memetakan aplikasi yang ada saat ini dan juga kebutuhan aplikasi dimasa 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.

Tabel 2. *Application Portofolio McFarlan Grid's*

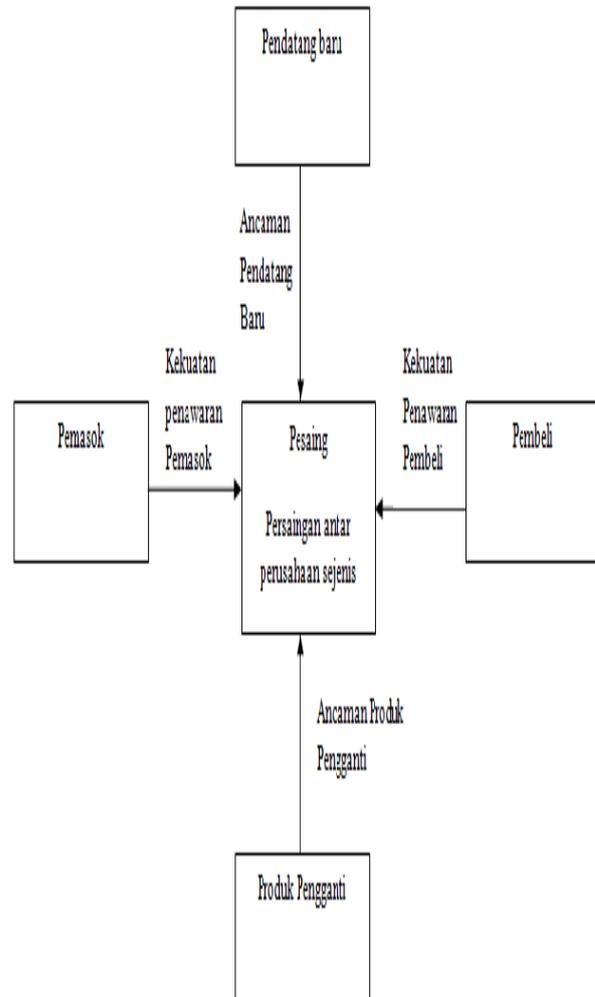
Strategis	Berpotensi Tinggi
Aplikasi yang kritikal untuk kelanjutan strategi bisnis yang akan datang	Aplikasi yang mungkin penting dalam meraih kesuksesan dimasa yang akan datang
Aplikasi dalam sebuah organisasi yang mengatur untuk kesuksesan	Aplikasi yang sangat penting tetapi tidak begitu kritikal untuk sebuah kesuksesan
Kunci Operasional	Pendukung

Sumber : Ward and Pepard (2002)

5) Analisis Lima Kompetitif Porter (*Porter's Five Forces Competitive Model*)

Analisis kompetitif digunakan untuk mengevaluasi struktur lingkungan bisnis suatu industri dan tantangan dari pesaing dalam suatu industri. Hasil diagram *Competitive Model* suatu organisasi

digunakan sebagai dasar untuk mengidentifikasi peluang dari eksternal organisasi guna pemanfaatan SI dan TI yang dapat meningkatkan keunggulan kompetitif bisnisnya. Porter membagi kekuatan industri menjadi 5 bagian seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini



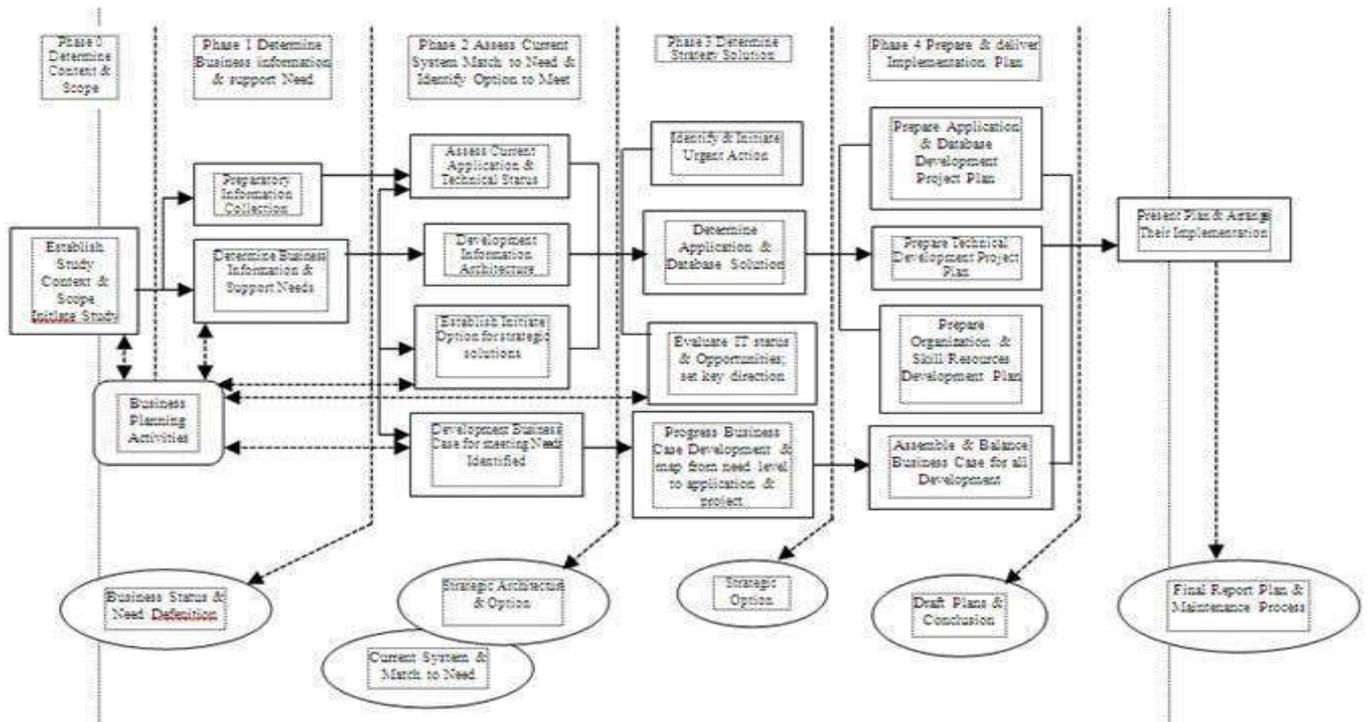
Sumber : Porter (1985)

Gambar 1. *Porter's Five Forces Competitive Model*

III. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan TOZER, adapun Tahapan perencanaan strategis SI/TI versi tozer terdapat beberapa fase berikut penjelasan mengenai fase-fase tersebut:

- Fase 0 menentukan konteks dan ruang lingkup.
- Fase 1 menentukan informasi mengenai bisnis dan kebutuhan yang mendukungnya.
- Fase 2 mengevaluasi kesesuaian sistem dengan kebutuhan saat ini dan mengidentifikasi pilihan solusi.
- Fase 3 menentukan solusi strategi.
- Fase 4 menyiapkan dan melakukan rencana implementasi.



Sumber: Tozer (1996)

Gambar 2. Framework Perencanaan Strategis SI/TI versi Tozer

Perangkat analisis yang digunakan: Analisis SWOT (*strengths, weakness, opportunities, threats*), Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Porter*), Analisis CSF (*Critical Success Factor*), Analisis *Application Portfolio* McFarlan Grid's, Analisis Kompetitif Porter (*Porter's Five Forces Competitive Model*). Selain itu juga penelitian ini menggunakan metodologi studi pustaka, dimana metodologi ini melakukan pengkajian beberapa literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

IV. hasil dan pembahasan

a. Fase 0 - menentukan konteks dan ruang lingkup.

1) Ruang lingkup dan latar belakang proyek renstra SI
Adapun ruang lingkup proyek renstra SI adalah:

- a) Menentukan aplikasi-aplikasi yang belum terbentuk pada sistem informasi Perusahaan yang sesuai dengan perencanaan strategis sistem informasi Perusahaan dengan didukung oleh teknologi informasi yang sesuai.
- b) Menghasilkan prioritas strategis SI/TI Yang melatar belakangi adanya proyek renstra SI adalah:
 - a) Perusahaan dapat meraih persaingan yang unggul dari para pesaing.
 - b) Mempermudah penyelesaian pekerjaan dan pelayanan kepada konsumen sehingga tujuan Perusahaan untuk meningkatkan daya saing akan terlaksana dan kepuasan para konsumen dapat terpenuhi.

- 2) Rencana jangka waktu pelaksanaan proyek renstra SI
Rencana jangka waktu pelaksanaan proyek rencana strategi Sistem Informasi yaitu enam bulan (secara intensif) untuk setiap proyek yang ada.
- 3) Kontrol dan pengawasan renstra SI
Kontrol dan pengawasan renstra SI dilakukan oleh Direktur Perusahaan, Manajer umum dan keuangan serta bagian IT yang berada dibawah tanggung jawab Direktur .
- 4) Harapan proyek renstra SI
Dengan perencanaan strategi SI/TI diharapkan semua proyek yang dibuat dapat dijalankan dengan baik, sehingga meningkatkan kualitas dan daya saing Perusahaan terhadap para pesaing, serta semua perencanaan terprogram sehingga hasilnya maksimal
- 5) Komitmen Direktur
 - a) Mengkomunikasikan kepada seluruh karyawan tentang pentingnya arti melaksanakan pelayanan dengan baik sehingga kepuasan para konsumen dapat terpenuhi
 - b) Menyediakan sumber daya baik sumber daya manusia, sarana dan prasarana yang memadai untuk menjamin proses kegiatan di Perusahaan.
 - c) Menyediakan biaya untuk peningkatan SI/TI yang dapat memeberikan keunggulan persaingan bagi Perusahaan.

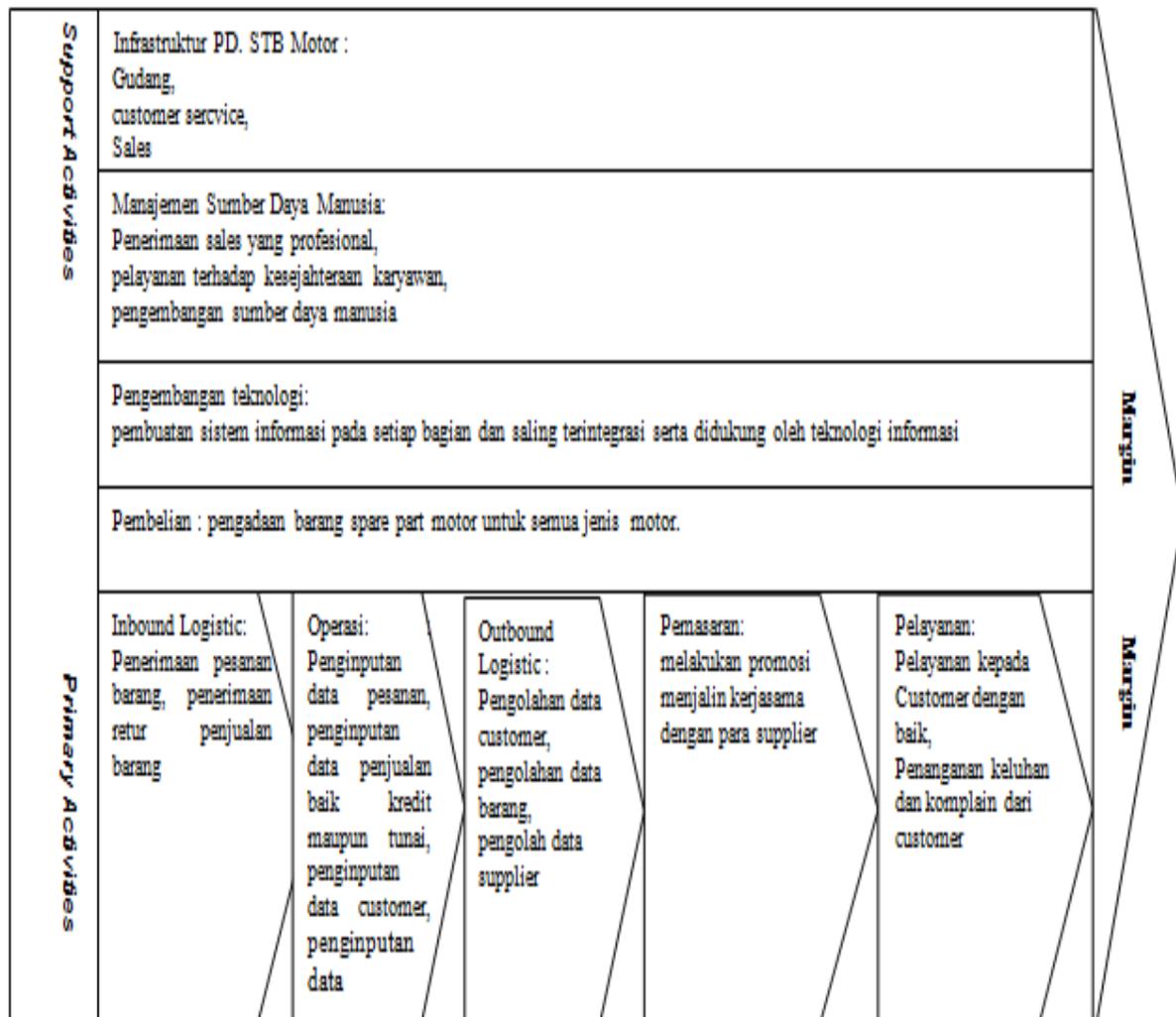
b. Fase 1 menentukan informasi mengenai bisnis dan kebutuhan yang mendukungnya

- 1) Visi :
Menjadi perusahaan dagang terkemuka di masyarakat luas khususnya masyarakat Banten, berorientasi kepada pemberdayaan toko-toko sparepart motor kecil, memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, serta dapat bersaing secara global.
- 2) Misi :
 - a) Menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan bisnis yang tertinggi.
 - b) Membangun negara dan ikut berpartisipasi dalam menumbuh-kembangkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha.
 - c) Memberikan kepuasan kepada konsumen dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas unggul.

- d) Membangun organisasi global yang terpercaya, tersehat dan terus tumbuh serta bermanfaat bagi pelanggan, pemasok, karyawan, dan masyarakat pada umumnya.

c. Fase 2 mengevaluasi kesesuaian sistem dengan kebutuhan saat ini dan mengidentifikasi pilihan solusi.

- 1) Analisa *value chain* PD. STB MOTOR, analisa *value chain* ini terbagi menjadi dua kegiatan yaitu: *Primary Activity* kegiatan ini merupakan kegiatan utama yang dilakukan oleh PD. STB Motor sedangkan *support activity*, kegiatan ini untuk mendukung seluruh kegiatan pada *primary activity*. Untuk *value chain* PD.STB Motor dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

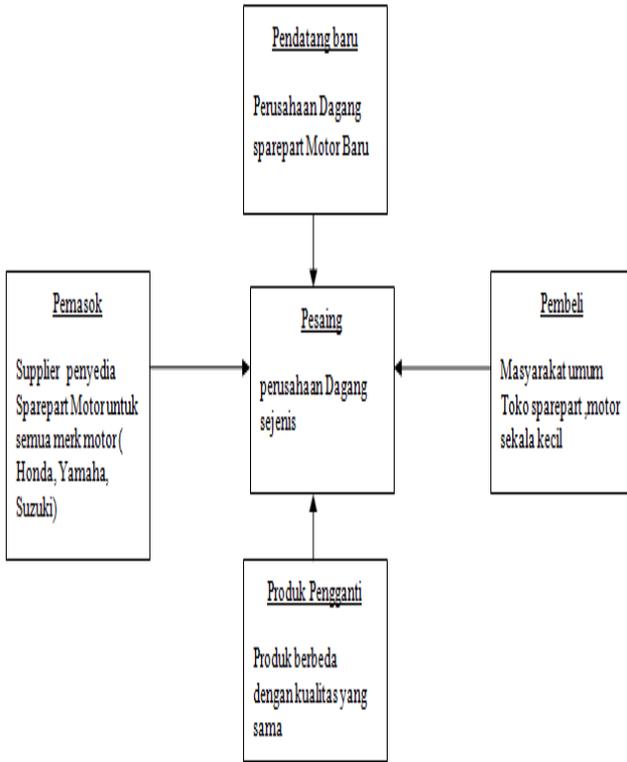


Sumber: Hasil Penelitian (2014)

Gambar 3. Value Chain PD.STB Motor

2) Analisa Five Forces Model

Keadaan persaingan Perusahaan dapat dianalisa dengan membuat diagram Porter's five forces model, seperti pada gambar dibawah ini.



Sumber : Hasil Penelitian (2014)

Gambar 4. Five Forces Model PD. STB Motor

3) Portofolio aplikasi PD.STB Motor saat ini
Dalam menganalisa sistem informasi yang sudah berjalan pada PD STB Motor dapat diklasifikasikan melalui *composite matrix grid*, matrix tersebut mengkategorikan portofolio aplikasi dari suatu organisasi kedalam 4kuadran yaitu *strategic, high potential, key operational, dan support strategic, high potential, key operational*, berikut gambar Portofolio aplikasi PD.STB Motor saat ini.

<i>Strategic</i>	<i>High Potensial</i>
-	-
<i>Ms.Office</i>	<i>E-Mail</i> <i>Web browser</i>
<i>Key Operational</i>	<i>Support</i>

Sumber: Hasil Penelitian (2014)

Gambar 5. Portofolio aplikasi PD.STB Motor

4) Matrix SWOT PD.STB MOTOR

Matrix SWOT ini dibuat untuk menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada perusahaan, sehingga dapat menghasilkan strategi-strategi yang dibutuhkan perusahaan.

Tabel 3. Matrix SWOT PD.STB Motor

Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	
a. Merupakan perusahaan yang berlokasi sangat strategis, sehingga mudah dijangkau b. Memiliki karyawan yang cukup, terutama salesman sehingga target penjualan dapat tercapai c. Tersedianya barang yang banyak dan sesuai dengan kebutuhan konsumen d. Tempat usaha meliki gudang yang besar sehingga dapat menampung banyak barang e. Banyak menjalin dengan mitra usaha, sehingga mudah untuk mendapatkan barang untuk persediaan. f. Harga produk yang bersaing g. Memiliki 5 mobil untuk pengiriman barang ke tempat yang lokasinya cukup jauh dari PD.STB Motor, selebihnya dalam distribusi barang menggunakan motor h. Kualitas produk terjamin i. PD.STB Motor memiliki bengkel j. Nama perusahaan cukup terkenal di wilayah Banten khususnya pandeglang,lebak,serang dan sekitarnya	a. Belum adanya sistem informasi penjualan, sehingga proses penjualan masih dilakukan secara manual b. Barang yang tersimpan di gudang tidak tersusun dengan rapi, sehingga sering terjadi kesulitan dalam mencari barang yang dibutuhkan customer c. Ada beberapa sales yang kurang jujur, sehingga sering terjadi pencurian barang d. Manajer kurang begitu mengerti tentang teknologi informasi	
Peluang (O)	Strategi SO	Strategi WO
a. Pasar penjualan motor di Indonesia semakin meningkat b. Banyak toko-toko kecil dipedesaan, sehingga STB motor dapat menyuplai barang ke toko tersebut c. Banyak kemudahan untuk mendapatkan modal usaha melalui bank d. Pertumbuhan pasar yang terus meningkat e. Ditemukannya produk baru f. Setiap customer yang membeli barang spare part dapat langsung dipasang dengan biaya tambahan tentunya, karena disamping toko terdapat bengkel g. Perbaikan-perbaikan sepeda motor dapat di lakukan dibengkel milik PD.STB Motor	a. Meningkatkan kerja sama dengan para supplier dalam pengadaan barang b. Memberikan layanan yang baik kepada konsumen c. Lebih mempromosikan perusahaan melalui iklan dan salesmen d. Memberikan diskon untuk para pelanggan tetap dan membeli barang dalam jumlah yang banyak	a. Membuat sistem informasi yang dibutuhkan perusahaan b. Merekrut karyawan terutama salesman yang berkulitas dan jujur c. Menambah ruangan baru yang digunakan sebagai ruang IT
Ancamana (T)	ST	WT
a. Banyak muncul usaha yang sejenis dengan lokasi yang berdekatan b. Tidak stabilnya ekonomi Indonesia c. Perusahaan pesaing mengadopsi strategi baru	a. Melakukan promosi dan penyebaran informasi kepada masyarakat tentang kualitas dan keunggulan perusahaan b. Meningkatkan manajemen kerterersediaan barang dagangan c. Meningkatkan keahlian para SDM dibidang masing-masing	a. Menyempurnakan Sistem Informasi yang dibutuhkan perusahaan b. Meningkatkan pembinaan terhadap karyawan(pelatihan, dan seminar-seminar motivasi c. Meningkatkan fasilitas sarana dan prasarana serta pelayanan

Sumber: Hasil penelitian (2014)

5) CSF

Berikut ini tabel faktor-faktor kritis yang dapat menunjang kesuksesan perusahaan.

Tabel 4. CSF PD. STB Motor

Peluang	Faktor Kesuksesan
Daya beli kendaraan masyarakat banten yang meningkat	Semakin meningkatnya penjualan sparepart motor
Dukungan supplier yang baik	Meningkatnya jumlah barang yang tersedia, karena kepercayaan terjalin dengan baik
Dukungan keuangan yang baik	Meningkatnya keuangan perusahaan
Pertumbuhan ekonomi masyarakat banten yang semkin meningkat	Meningkatnya jumlah pembelian kendaraan
Bisnis bengkel yang semakin pesat di wilayah banten	Semakin meningkatnya penjualan sparepart motor, karena bengkel-bengkel banyak memerlukan spare part motor

Sumber: Hasil Penelitian (2014)

a. Fase 3 - menentukan solusi strategi.

1) Strategi manajemen SI/TI

Agar perencanaan strategis SI/TI pada PD.STB motor dapat berjalan dengan lancar dan dapat meraih keunggulan kompetitif maka perlu ditambahkannya sumber daya manusia yang ahli dibidang IT dengan didukung oleh penambahan teknologi komputer yang sesuai, sehingga divisi IT akan terbentuk dan dapat berjalan dengan baik dan pembuatan sistem informasi pada PD.STB motor dibuat secara mandiri, Untuk mendukung strategi SI/TI maka perlu ditambahkan lagi staff pada divisi IT, serta perlu pembagian didalam divisi IT yaitu bagian yang mengelola jaringan dan bagian yang mengelola aplikasi. Supaya setiap bagian bekerja dengan fokus sesuai dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian.

2) Strategi bisnis SI

Strategi bisnis SI yang dibutuhkan oleh PD.STB Motor dalam mengembangkn bisnisnya di masa yang akan datang yaitu:

- a) Membuat CRM (*Customer Relationship Management*) tujuannya untuk meningkatkan hubungan antara pelanggan dengan perusahaan, sehingga pendapat perusahaan akan semakin meningkat.
- b) Web Perusahaan, dengan adanya web perusahaan pelanggan dapat dengan mudah melihat barang-barang yang tersedia di gudang, mengetahui promosi yang diberikan serta pelanggan dapat dengan mudah memesan barang secara *online*
- c) Membuat sistem informasi logistik
- d) Membuat sistem informasi keuangan, sehingga proses kegiatan yang berkaitan dengan keuangan dapat diolah dengan maksimal
- e) Membuat Sistem informasi penjualan
- f) Membuat sistem informasi pembelian
- g) Membuat sistem informasi kepegawaian
- h) Membuat sistem informasi penggajian
- i) Membuat sistem informasi manajemen kontrol

3) Strategi SI/TI

- 6) Menentukan kebijakan SI/TI yang mendukung area dan strategi bisnis organisasi, Penentuan kebijakan SI/TI yang dapat mendukung area dan strategis bisnis organisasi, dalam rangka pencapaian tujuan utamanya, yaitu strategis SI/TI yang dapat pendukung bisnis Perusahaan dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a) Pencapaian aspek operasional melalui:
 - 1) Peningkatan kepuasan konsumen yang berkunjung dengan pelayanan yang baik dan berkualitas
 - 2) Peningkatan jumlah konsumen setiap harinya
- b) Pencapaian aspek keuangan melalui:
 - 1) Peningkatan sumber dana yang diperoleh dari kegiatan operasional perusahaan
 - 2) Penyetabilan keuangan perusahaan

- c) Pencapaian aspek komersil melalui:
 - 1) Penciptaan pelayanan sesuai dengan permintaan konsumen
 - 2) Peningkatan strategi pemasaran (promosi) perusahaan, dan meperluas peluang pemasaran.
- d) Pencapaian SDM dan manajemen yang profesional melalui:
 - 1) Peningkatan kualitas SDM dengan mengadakan pelatihan-pelatihan dan seminar.
- e) Aplikasi SI Usulan

Tabel 5. Aplikasi SI Usulan PD. STB Motor

Divisi	Aplikasi	Keterangan
Penjualan	SI Penjualan	SI ini digunakan untuk mengolah data transaksi yang berkaitan dengan penjualan barang
Pembelian	SI Pembelian	SI Ini bertujuan untuk mengolah data pembelian barang dari supplier
Logistik	SI Logistik	SI ini digunakan untuk mengolah data persediaan barang digudang, baik barang masuk ke gudang maupun barang keluar dari gudang
SDM	Si Kepegaiawan	SI ini digunakan untuk mengolah data data pegawai
	SI Penggajian	
	SI Manajemen kontrol	SI Ini digunakan untuk menholah data gaji pegawai SI ini berfungsi untuk memudahkan pihak manajemen dalam mengambil suatu keputusan.
Keuangan	SI Keuangan	SI ini bertujuan untuk mengolah data keuangan perusahaan

Sumber: Hasil Penelitian (2014)

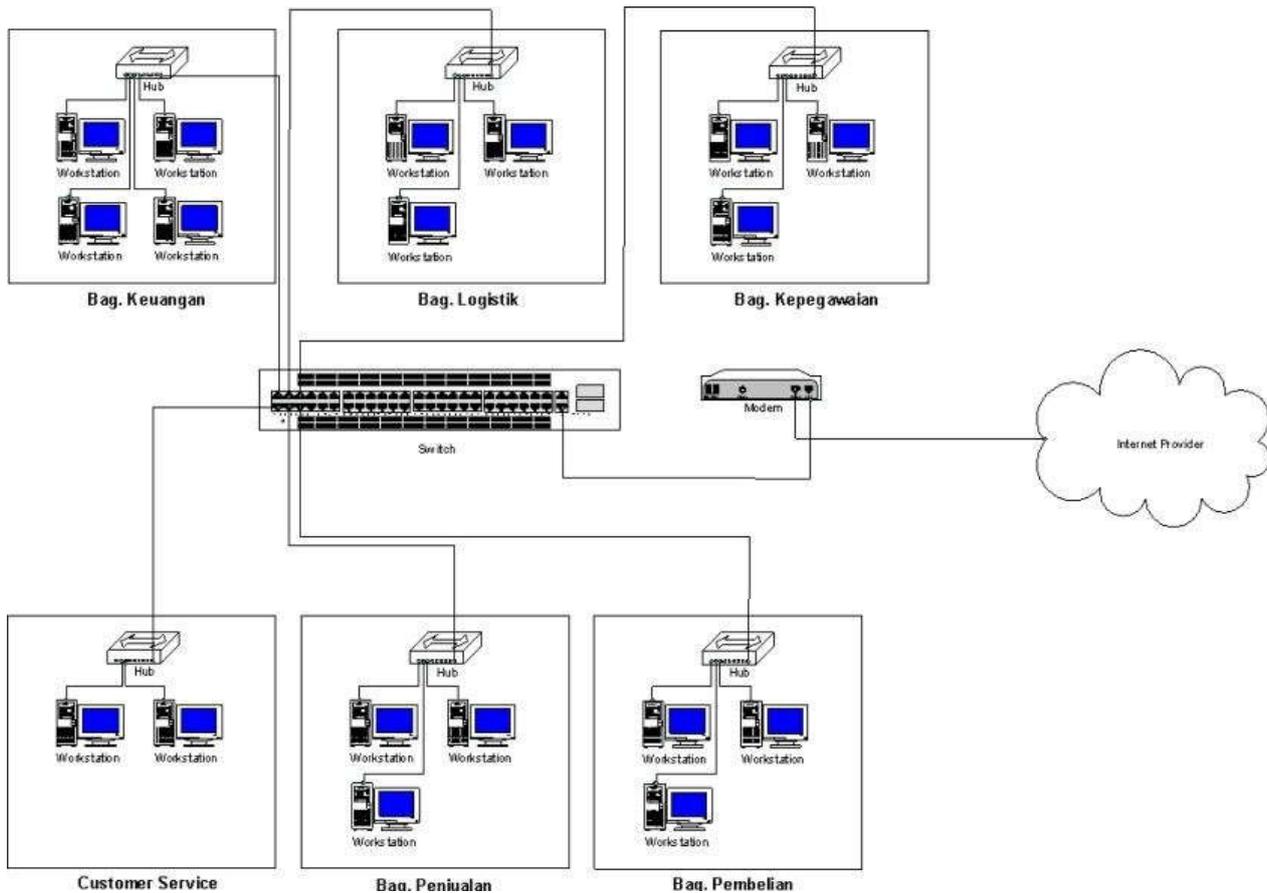
- f) Portofolio Aplikasi sistem informasi PD. STB Motor Mendatang

Tabel 6. Aplikasi SI usulan

<i>Strategic</i>		<i>High Potential</i>	
CRM	Belum ada	<i>Knowledge Management System</i>	Belum ada
Kasir Central	Belum ada	Web perusahaan	Belum ada
SI Penjualan	Belum ada	E mail	Sudah ada
SI Pembelian	Belum ada	Mc. Office	Sudah ada
SI Logistik	Belum ada	Portal Internet	Sudah ada
Si Kepegaiawan	Belum ada		
SI Penggajian	Belum ada		
SI Keuangan	Belum ada		
	Belum ada		
<i>Key Operational</i>		<i>Support</i>	

Sumber: Hasil Penelitian (2014)

- g) Usulan konfigurasi Jaringan komputer
Berikut usulan jaringan komputer untuk di terapkan pada PD. STB motor, pada sekema jaringan ini digambarkan enam bagian, dimana masing-masing bagian sudah ditentukan beberapa komputer yang dibutuhkan, dan masing-masing komputer sudah terhubung dengan jaringan. Jaringan yang digunakan yaitu LAN (*Local Area Network*).



Sumber: Hasil Penelitian (2014)

Gambar 5. Skema Jaringan Komputer PD. STB Motor usulan

e. Fase 4 - menyiapkan dan melakukan rencana implementasi.

- 1) Rencana pendukung strategi SI/TI
 - a) Rencana pelatihan SI/TI
Pelatihan penggunaan sistem informasi akan dilakukan pada saat sistem informasi yang diusulkan telah diterapkan, pelatihan ini bertujuan untuk menambah keahlian pada sumber daya manusia yang bersangkutan sehingga dapat mengoperasikan sistem informasi dengan mudah tanpa adanya hambatan.
 - b) Rencana alokasi Sumber Daya Manusia (SDM)
Rencana alokasi SDM ini sangat diperlukan yaitu dengan merekrut beberapa orang yang ahli dibidang IT untuk menjadi staff ahli dibidang IT, yaitu untuk mengisi bagian yang menangani jaringan dan bagian yang menangani pembangunan aplikasi, sehingga divisi TI dapat berjalan dengan baik dan masing-masing bagian dapat bekerja dengan fokus dan hasilnya maksimal.
 - c) Dukungan manajemen dalam pelaksanaan solusi strategi SI/TI
 - (1) Menyediakan sumber daya baik sumber daya manusia maupun sarana dan prasarana untuk mendukung proses renstra SI/TI

(2) Menyediakan biaya untuk peningkatan SI/TI yang dapat memberikan keunggulan persaingan bagi perusahaan

(3) Mendukung untuk pelatihan SDM dalam membangun dan penggunaan sistem informasi
(4) Mendukung pengadaan *hardware* dan *software*
(5) Mendukung Penambahan staff IT.

- d) Perawatan aplikasi dan infrastruktur
Perawatan aplikasi dan infrastruktur dilakukan oleh semua bagian yang terkait dengan penggunaan SI/TI, supaya aplikasi yang telah dibuat dan infrastruktur yang telah dibangun dapat terjaga kualitas dan pemanfaatannya.

V. KESIMPULAN

1. Aspek Sistem

Pengembangan dari sistem informasi pada PD.STB Motor yang belum terbentuk dapat dilakukan, sehingga dengan membangun sistem informasi yang terintegrasi dengan sistem informasi divisi yang satu dengan Divisi sehingga dapat membantu dalam kegiatan pelayanan pada customer yang dilakukan oleh PD.STB motor, serta mempercepat proses pekerjaan dan pembuatan laporan, dan

- memudahkan pihak manajemen dalam pengambilan keputusan. Beberapa aspek yang harus ada yaitu:
- a. Aspek Privasi atau kerahasiaan
Aspek ini dibutuhkan agar kerahasiaan data-data yang terdapat dalam sistem informasi terjaga dari pihak yang tidak berkepentingan.
 - b. Aspek Identifikasi
Aspek ini berguna untuk mengetahui siapa saja yang mengakses sistem informasi yang bersangkutan.
 - c. Aspek Integritas
Aspek ini untuk memastikan bahwa sistem informasi yang dibuat harus terintegrasi antar sistem informasi yang satu dengan sistem informasi yang lainnya.
2. Aspek Manajerial
- a. Manajemen Sumber Daya Manusia
Pembanguna divisi IT yaitu dengan membuat bagian aplikasi dan bagian jaringan supaya pada masing-masing bagian dapat bekerja dengan fokus dan maksimal, dengan ditambahkan beberapa staff yang dibutuhkan untuk menunjang segala kegiatan yang ada di Divisi IT.
 - b. Manajemen Keuangan
Manajemen Keuangan perlu dilakukan dengan baik, karena pada bagian keuangan ini merupakan tolak ukur suatu organisasi dapat beroperasi dengan lancar atau tidak, perencanaan-perencanaan perolehan dana yang didapat serta pengalokasian dana yang diperoleh secara tepat dalam menjalankan kegiatan bisnis PD.STB motor.
 - c. Manajemen Informasi
Manajemen Informasi perlu dijalankan dengan baik karena dengan adanya manajemen informasi penyediaan seluruh informasi yang dibutuhkan serta seluruh informasi yang berkaitan dengan kegiatan bisnis baik internal maupun eksternal yang dijalankan dapat diperoleh dengan cepat dan tepat.
3. Aspek Penelitian Lanjutan
Hasil penelitian yang penulis lakukan dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menggunakan metode yang berbeda pada studi kasus yang sama, atau bisa juga menggunakan metode yang sama tapi dengan menambahkan beberapa analisis yang belum terdapat pada metodologi yang penulis gunakan dalam penelitian ini.

REFERENSI

- [1] Anthony, Robert N. and Vijay Govindarajan. Sistem Pengendalian Manajemen. Jakarta: Salemba Empat. 2005.
- [2] David, Fred R. Manajemen Strategis. Edisi Sepuluh. Jakarta: Penerbit Salemba Empat. 2006.
- [3] Ferrel, O.C and D, Harline. Marketing Strategy. South Western. Thomson Corporation. 2005.
- [4] Jogiyanto. Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset. 2005.
- [5] Laudon, Kenneth C, and Laudon, Jane P. Management Information Systems Managing the Digital Firm. 8th Edition. Prentice Hall. New Jersey. USA. 2004.
- [6] O' Brien, James A. Introduction to Information System, Pengantar Sistem Informasi: Perspektif Bisnis dan Manajerial Edisi 12. Jakarta. Penerbit Salemba Empat. 2006
- [7] Porter, Michael E. Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance, New York .The Free Press. 1985.
- [8] Rangkuti, Freddy. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama. 2006.
- [9] Supariyani, Emmy. Pengaruh Biaya Pelaksanaan Promosi Melalui Pameran terhadap Tingkat Volume Penjualan pada PT Astra Internasional Tbk Isuzu Cabang Bogor, Jurnal Ilmiah Ranggagading Vol. 4, No. 1, April 2004: 69-74. 2004.
- [10] Tozer, E.E. Strategic IS/IT Planning, Professional Edition, Butterworth Heinemann. 1996.
- [11] Turban, Efraim et al. Introduction to Information Technology, 3 rd Edition. John Wiley & Sons, Inc., USA. 2005.
- [12] Ward, James, Pepard, James. Strategic Planning for Information System, 3rd Ed, John Wiley & Sons. 2002.



Entin Sutinah, M.Kom. Tahun 2009 lulus dari Program Strata Satu (S1) Program Studi Sistem Informasi Manajemen STMIK Swadharma Jakarta, Tahun 2014 lulus dari Program Strata Dua (S2) Program Studi Magister Ilmu Komputer STMIK Nusa Mandiri Jakarta. Saat ini bekerja sebagai tenaga pengajar di AMIK BSI Jakarta.