

PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI DAN TEKNOLOGI INFORMASI PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF DENGAN MENGGUNAKAN METODOLOGI TOZER

Andri Wijaya¹, Dana Indra Sensuse²

¹Jurusan Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Teknik Musi
Jl. Bangau No.60, Palembang 30113
Telp/Fax. (0711) 366326

²Jurusan Magister Teknologi Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Indonesia
Jl. Salemba Raya 4 Jakarta Pusat 10430, Indonesia, PO Box 3442 / Jkt 10002
E-mail: andri.wijaya92@ui.ac.id, dana@ui.ac.id

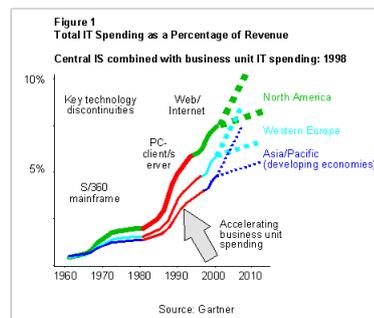
ABSTRAK

Pada saat ini tidak dapat dipungkiri lagi semakin banyaknya perusahaan otomotif yang bermunculan khususnya dealer - dealer yang membuat persaingan di dunia otomotif bertambah ketat. Maka untuk bertahan dalam arena persaingan tersebut, perusahaan – perusahaan harus memiliki strategi bisnis yang dijadikan sebagai suatu keunggulan untuk dapat bertahan. Penerapan sistem informasi dan teknologi informasi dapat dijadikan strategi bisnis untuk dapat bersaing dengan pesaing yang berada dibidang yang sama yakni otomotif. Banyak perusahaan-perusahaan otomotif yang tidak memiliki perencanaan strategis dalam menggunakan SI/TI nya. Pada penelitian ini membahas mengenai bagaimana bentuk rumusan perencanaan strategis SI/TI untuk perusahaan otomotif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metodologi perencanaan strategis SI/TI versi Tozer sebagai dasar konsep model perencanaan strategis menggunakan aplikasi metode Tozer dilakukan berdasarkan strategis bisnis. Analisis dan interpretasi data peneliti menggunakan beberapa metode diantaranya adalah *critical success factor*, *value chain analysis*, *SWOT*, dan *mc farlan's grid*. Dimana metode ini akan memperkuat penyusunan perencanaan strategis tersebut. Hasil akhir dari penelitian ini berupa perencanaan strategis SI/TI yang meliputi identifikasi rincian langkah-langkah penanganan permasalahan dan identifikasi pengembangan SI/TI ke depan yang digambarkan dalam bentuk portofolio SI/TI yang selaras dengan strategi bisnis PT.Berlian Maju Motor guna untuk dapat menciptakan keunggulan kompetitif agar dapat bersaing.

Kata Kunci: Perencanaan strategis, sistem informasi dan teknologi, perusahaan otomotif

1. PENDAHULUAN

Saat ini kita telah merasakan begitu pesatnya perkembangan dunia usaha termasuk bisnis otomotif. Perkembangan bisnis ini sejalan dengan perkembangan pemukiman baru perubahan pola hidup dari masyarakat. Maka setiap perusahaan dituntut untuk memiliki diferensiasi dan inovasi guna untuk meningkatkan daya saing terhadap pesaingnya. Untuk memenangkan persaingan, peran strategi adalah mutlak, karena strategi dapat menciptakan berbagai alternatif yang dapat ditempuh agar perusahaan tersebut dapat tetap hidup, meningkatkan profit perusahaan dan terus berkompetisi. Pemanfaatan SI/TI di perusahaan terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun yang ditandai dengan pada tahun 2005 investasi dalam belanja SI/TI rata – rata akan meningkat lebih dari 10 persen dari pendapatan perusahaan, menurut Gartner. Sebagaimana yang ditunjukkan pada hasil penelitian Gartner tahun 1998, seperti ditunjukkan pada gambar 1.1 :



Gambar 1.1 Tren Belanja IT Perusahaan
(Gartner, 1998)

Maka dari itu pemanfaatan SI/TI yang tepat dapat dijadikan sebagai salah satu senjata strategik (*strategic weapon*) atau senjata kompetitif, dalam memberikan nilai tambah yaitu berupa *competitive advantage* dalam persaingan bisnis terutama otomotif. Pada perusahaan otomotif peran teknologi informasi tidak hanya sebagai pendukung atau *support*, melainkan juga berperan sebagai *key operational*, *high potential* dan *strategic* seperti yang dituliskan Ward & Peppard (2002). Semakin banyaknya bermunculan bisnis otomotif dengan berbagai bentuknya (Distributor resmi dan

showroom), memerlukan *resources* baik yang sifatnya *tangible* maupun *intangible* yang juga diperlukan oleh perusahaan otomotif lainnya. Demikian juga halnya dalam memasarkan produknya kepada konsumen, para perusahaan otomotif berlomba untuk menawarkan yang terbaik dengan berbagai macam cara dan media yang digunakan serta mengetahui produk yang diperlukan konsumen. Untuk menarik perhatian konsumen, perusahaan otomotif harus berkompetisi dengan rekan perusahaan otomotif lainnya.

Keselarasannya teknologi informasi dan bisnis (teknologi informasi – *business alignment*) tersebut saat ini merupakan suatu keharusan. Maka diperlukan sebuah perancangan strategis teknologi informasi (TI) atau sistem informasi (SI) dalam sebuah perusahaan otomotif untuk berkompetisi dalam bisnis otomotif. Sampai saat ini bagi perusahaan yang belum memiliki perencanaan strategis untuk sistem informasi / teknologi informasinya akan menimbulkan arahan yang tidak jelas pada SI/TI nya dalam jangka panjang. Akibat lain yang akan ditimbulkan adalah ketidakselarasan antara SI/TI yang digunakan dengan bisnis dan visi misi dari perusahaan.

1.1 Rumusan Permasalahan

Pada dasarnya beberapa perusahaan otomotif yang berskala besar sudah ada yang memiliki perencanaan strategis SI/TI, tetapi ada juga masih banyak yang belum memiliki perencanaan SI/TI, sehingga peneliti perlu merumuskan sebuah perencanaan strategis SI/TI yang mudah digunakan oleh seluruh perusahaan otomotif. Rumusan masalah yang dirumuskan oleh peneliti adalah “ **Bagaimana bentuk rumusan perencanaan strategis SI/TI untuk perusahaan otomotif ?** “

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat suatu perencanaan strategis Sistem Informasi / Teknologi Informasi yang tepat untuk perusahaan otomotif, sehingga dapat mendukung kegiatan bisnis bagi perusahaan yang mempunyai bisnis utama (*core business*) di bidang otomotif.

1.3 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

- 1) Dapat digunakan sebagai acuan pembuatan perencanaan strategis SI/TI pada perusahaan – perusahaan otomotif lainnya dan bermanfaat dari segi bisnis.
- 2) Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari segi akademis yaitu sebagai tambahan referensi dalam perencanaan strategi IS/IT bagi perusahaan yang bergerak dibidang otomotif.

Manfaat praktis yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah berupa sumbangan pemikiran

untuk perusahaan otomotif khususnya PT. Berlian Maju Motor dalam melakukan perencanaan strategis SI/TI agar bisa lebih efisien dan efektif.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Adapun batasan dari penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Penelitian ini dilakukan pada perusahaan otomotif khususnya yang belum menerapkan sistem dan teknologi informasi.
- 2) Pada penelitian ini , peneliti mengambil studi kasus pada salah satu perusahaan otomotif di kota Palembang yang bernama PT. Berlian Maju Motor.

Penelitian ini akan mengidentifikasi keselarasan antara perencanaan strategis SI/TI dengan strategi bisnis yang dirumuskan dari hasil analisis.

2. LANDASAN TEORI

Bab ini akan menjelaskan teori – teori dasar tentang metodologi perencanaan strategis SI/TI, teori pendukung yang berkaitan dengan perencanaan strategis SI/TI dan evaluasi hasil penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini.

2.1 Metodologi Perencanaan Strategi SI/TI

Menurut Ishak (2005) metodologi perencanaan Strategis SI/TI bisa dianggap sebagai sistem abstrak yang digunakan untuk mentransformasikan organisasional input menjadi Rencana strategis SI/TI.

Metodologi perencanaan strategis SI/TI yang digunakan pada penelitian ini yakni metodologi perencanaan SI/TI versi Tozer.

Pada gambar 2.1 menggambarkan tahapan perencanaan strategis SI/TI versi Tozer (1996). Penjelasan mengenai fase-fase metodologi perencanaan strategis SI/TI versi Tozer adalah sebagai berikut :

1. Fase 0 – Menentukan konteks dan ruang lingkup

Tujuan dari fase ini adalah memperoleh batasan, waktu, kontrol, penyalarsan terminologi, komitmen manajemen, dan harapan dari sistem. Keluaran yang dihasilkan dari fase ini berupa analisa konteks, batasan, TOR (*Term Of Reference*), identifikasi pendahuluan, tim kerja, program dan jadwal wawancara pendahuluan.

2. Fase 1 – Menentukan Informasi Mengenai Bisnis dan Kebutuhan yang Mendukungnya

Tujuan dari fase ini untuk mencari dasar membuat strategi, berupa rencana kedepan dalam bentuk rencana bisnis, informasi pendukung lainnya. Fase ini dibagi menjadi dua kegiatan yaitu persiapan pengumpulan informasi dan menentukan informasi bisnis dan pendukungnya.

3. Fase 2 – Mengevaluasi Kesesuaian Sistem Dengan Kebutuhan Bisnis saat ini dan Mengidentifikasi Pilihan Solusi

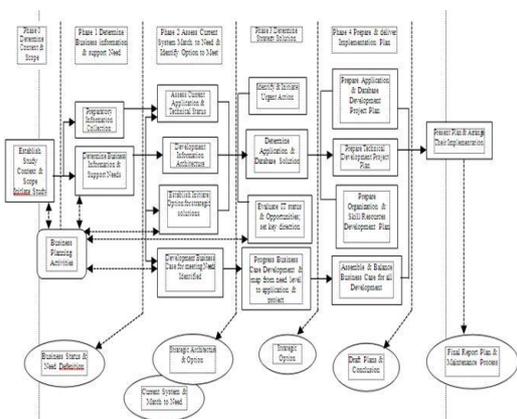
Pada fase ini terdapat empat kegiatan yaitu mengevaluasi aplikasi dan kondisi teknis saat ini, membangun arsitektur informasi, membuat pilihan awal untuk solusi strategi, dan membangun kasus bisnis untuk memenuhi kebutuhan bisnis.

4. Fase 3 – Menentukan Solusi Strategis

Pada fase ini terdapat empat kegiatan yaitu identifikasi dan memulai kegiatan yang mendesak, menentukan solusi aplikasi dan database, evaluasi kondisi IT, dan pengembangan kasus bisnis.

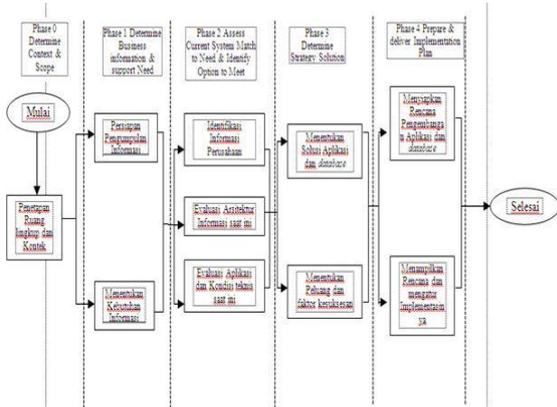
5. Fase 4 – Menyiapkan dan Melakukan Rencana Implementasi.

Tujuan dari fase ini adalah untuk menyelesaikan dan melaksanakan perencanaan strategis SI/TI, dimana terdapat beberapa kegiatan yaitu menyiapkan rencana teknis proyek aplikasi dan database, mempersiapkan rencana pengembangan SDM dan organisasi, menyusun dan menyeimbangkan kasus-kasus bisnis dengan semua pengembangan, dan menampilkan rencana dan mengatur implementasinya.



Gambar 2.1 Framework Perencanaan Strategis SI/TI versi Tozer (Tozer,1996)

2.2 Pola Pikir Penelitian



Gambar 2.2 Pola Pikir Penelitian

3. ANALISA DAN INTERPRESTASI

Analisa bisnis dan teknologi informasi yang akan dilakukan mencakup mengevaluasi kesesuaian sistem dengan kebutuhan bisnis saat ini, menentukan solusi strategi dan menyiapkan serta melakukan rencana implementasi pada PT.Berlian Maju Motor.

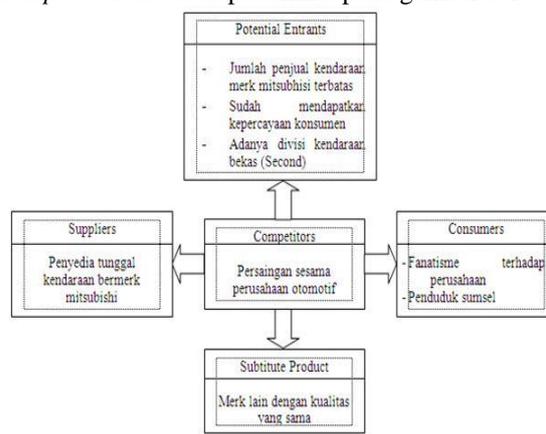
Kegiatan analisa ini akan menitikberatkan mengevaluasi kondisi perusahaan saat ini dan menentukan solusi strategis untuk masa depan perusahaan. Sebagai perangkat atau metode analisa yang digunakan adalah McFarlan Grid, *five forces competitive model*, analisa *value chain*, SWOT dan CSF (*critical success factor*).

3.1 Mengevaluasi Kesesuaian Sistem Dengan Kebutuhan Bisnis Saat Ini

Disini penulis mencoba untuk mengidentifikasi hal-hal yang berhubungan langsung dan tidak langsung terhadap *core* bisnis perusahaan. Dalam hal ini, analisa dapat menggunakan *five forces competitive model* sebagai metode/perangkat analisa, dilanjutkan dengan analisa *value chain* dan aplikasi yang sudah ada pada sistem saat ini dipetakan dalam McFarlan Grid.

3.1.1 Analisa Five Forces Competitive Model

Analisa *five forces competitive model* dilakukan dengan tujuan agar dapat memetakan hal-hal apa saja yang berasal dari luar perusahaan yang dapat mempengaruhi jalannya bisnis perusahaan, baik yang memiliki dampak langsung maupun tidak langsung, dan hasilnya akan dipetakan dalam diagram SWOT. Hasil analisa diagram *five forces competitive model* dapat dilihat pada gambar 3.1



Gambar 3.1 Pemetaan Hasil Analisa *five forces competitive model*

3.1.2 Analisa Value Chain

Analisis *Value Chain* dilakukan untuk memetakan seluruh proses kerja yang terjadi dalam organisasi PT.Berlian Maju Motor menjadi dua kategori aktivitas, yaitu aktivitas utama dan aktivitas pendukung. Mengacu pada dokumen organisasi dan berdasarkan pengamatan yang dilakukan terhadap proses kerja yang terkadi di masing-masing satuan

kerja, maka pemetaan *value chain* organisasi PT.Berlian Maju Motor dapat dilihat pada gambar 3.2.



Gambar 3.2 Value Chain PT.Berlian Maju Motor

Berdasarkan analisa *value chain* terhadap PT.Berlian Maju Motor, selanjutnya akan ditentukan IS/IT yang berpeluang untuk mendukung seluruh aktivitas dari organisasi yang ada pada *value chain*, baik itu dari sisi aktivitas utama dan aktivitas pendukung. Dengan demikian akan terlihat keterkaitan penggunaan solusi IS/IT berdasarkan koordinasi dan aliran informasi antara divisi di PT.Berlian Maju Motor. Hasil identifikasi solusi IS/IT PT.Berlian Maju Motor berdasarkan *value chain* dapat dilihat pada tabel 3.1 dan tabel 3.2 berikut :

Tabel 3.1 Solusi IS/IT berdasarkan *value chain* aktivitas utama

Value chain	Kegiatan	Unit kerja yang terlibat	Sistem Saat Ini
Inbound Logistic	Penerimaan kendaraan yang dipesan dari supplier	Divisi penjualan / sales	Mic.Office (Mic.Excel)
Operation	Pemeriksaan ulang kondisi kendaraan yang sudah diterima dari supplier	Divisi service	Form Check Kendaraan
Outbound logistic	Pendistribusian kendaraan kepada konsumen yang sudah memesan kendaraan	Divisi penjualan / sales	Mic.Office (Mic.Excel)
Sales & Marketing	1. Hubungan ke konsumen 2. Promosi kendaraan dan produk baru	- Divisi penjualan sales - Divisi customer service - Divisi Marketing	Brosur Manual
Services	1. Pelayanan terhadap konsumen 2. Penanganan klaim & complain 3. Penanganan service kendaraan dari konsumen 4. Feedback dari konsumen	- Divisi customer service - Divisi service	- Form Pelayanan - Form Complain dan Klaim - Form Service - Form kritik dan saran

Tabel 3.2 Solusi IS/IT berdasarkan *value chain* aktivitas pendukung

Value chain	Kegiatan	Unit kerja yang terlibat	Sistem Saat Ini
Corporate infrastruktur	- Sales - Customer service	- Divisi Penjualan sales - Divisi customer service	- Form Pelayanan - Mic.Office (Mic.Excel)
Human Resources Management	- Kompensasi (Gaji, tunjangan-tunjangan, insentive) - Pengembangan SDM	Semua divisi	- SI Keuangan - Form Monitoring dan evaluasi Karyawan
Technology Development	Teknologi informasi	Semua divisi	-
Procurement	Pengadaan pembelian Kendaraan	Divisi pemasaran	Email Service

Untuk mendapatkan gambaran tentang kontribusi dari setiap aplikasi SI yang ada di

PT.Berlian Maju Motor terhadap pelaksanaan tugas organisasi, maka seluruh aplikasi SI dipetakan dengan menggunakan model McFarlan's Strategic Grid seperti ditunjukkan pada tabel 3.3 sebagai berikut :

Tabel 3.3 Portofolio Aplikasi *existing* PT.Berlian Maju Motor

STRATEGIC	HIGH POTENTIAL
-	-
Aplikasi Prototype Kendaraan	Email service MS.Office Windows XP Web Browser SI Keuangan
KEY OPERATIONAL	SUPPORT

3.2 Menentukan Solusi Strategi Aplikasi dan Database

Dalam menentukan solusi aplikasi dan *database* pada fase ini dilakukan dengan melihat terlebih dahulu tren yang berada dipasaran yang saat ini sedang sering digunakan oleh banyak perusahaan. Dimana di fase ini akan dilihat dari segi tren jaringan komputer, tren aplikasi dan *database*, serta yang terakhir tren daripada pengamanan SI/IT. Solusi strategi Aplikasi dan *database* dapat dilihat pada tabel 3.4 sebagai berikut :

Tabel 3.4 Solusi Strategis Aplikasi dan Database

Tren Jaringan Komputer	- Internet - Kabel Serat optic - Wireless WIMAX - Intranet	
Tren Aplikasi dan Database	- Java - PHP - ERP / SAP	- SQL Server - MySQL - Oracle 10g
Tren Pengamanan SI/IT	- Autentikasi - Enkripsi - Firewall - Kebijakan pengamanan	

3.3 Menentukan Peluang dan Faktor Kesuksesan

Untuk menentukan peluang dimulai dengan mengidentifikasi SWOT yang dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari suatu perusahaan, analisa *value chain* dilanjutkan dengan pemetaan rumusan strategi SWOT terhadap aktivitas *value chain* PT.Berlian Maju Motor untuk setiap identifikasi CSF. Tujuan dari analisa dan pemetaan ini adalah untuk menentukan dan mengevaluasi kebutuhan informasi bisnis organisasi dan menentukan solusi strategi aplikasi dan *database*. Tabel 3.5 akan menjelaskan tentang peluang dan faktor kesuksesan.

Tabel 3.5 Pemetaan Peluang dan Faktor Kesuksesan

Peluang (Opportunity)	Faktor Kesuksesan
Trend pertumbuhan ekonomi samsel yang baik	Peningkatan pembelian kendaraan khususnya roda empat
Dukungan mitra kerja yang cukup banyak	Meningkatnya kepercayaan mitra kerja terhadap PT.Berlian Maju Motor
Dukungan financial perusahaan cukup kuat	Meningkatnya financial perusahaan
Daya beli kendaraan masyarakat samsel meningkat	Peningkatan angka penjualan kendaraan pada PT.Berlian Maju Motor
Bisnis penyewaan kendaraan sedang meningkat	Meningkatnya pesanan penyewaan kendaraan pada setiap bulannya

3.3.1 Analisa SWOT

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan PT.Berlian Maju Motor, maka diidentifikasi factor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman atau SWOT organisasi PT.Berlian Maju Motor. Selanjutnya hasil dari analisa SWOT akan berupa pilihan alternative strategi pemecahan permasalahan bisnis yang harus dihadapi perusahaan. Dapat dilihat pada tabel 3.6.

Tabel 3.6 Matriks Identifikasi SWOT PT.Berlian Maju Motor

STRENGTH	WEAKNESSES
<ul style="list-style-type: none"> Adanya Pengalaman yang sudah lama pada pemilik perusahaan dibidang otomotif Mempunyai divisi used car (kendaraan bekas) Telah dikenal lama sebagai pemain dibidang otomotif Mempunyai SDM yang loyal Sudah mendapatkan kepercayaan dari konsumen Dukungan mitra kerja yang cukup banyak Dukungan financial perusahaan cukup kuat 	<ul style="list-style-type: none"> Belum adanya koordinasi antar divisi yang terpadu dan terintegrasi Kurangnya fasilitas komunikasi informasi ke pihak supplier kendaraan Mitsubishi Kurang memanfaatkan resource yang ada
OPPORTUNITY	THREATS
<ul style="list-style-type: none"> Trend pertumbuhan ekonomi samsel yang baik Daya beli kendaraan masyarakat samsel meningkat Bisnis penyewaan kendaraan sedang meningkat 	<ul style="list-style-type: none"> Competitor dengan bidang usaha sejenis Persaingan dengan merk lain Banyaknya bermunculan showroom - showroom kendaraan baru

Kebutuhan informasi untuk setiap divisi PT.Berlian Maju Motor ditentukan berdasarkan identifikasi CSF dari tujuan masing-masing divisi. Selanjutnya setiap CSF dan ukuran utamanya dievaluasi dan diselaraskan dengan rumusan strategi yang didapat dari hasil identifikasi SWOT. Lebih lanjut setiap CSF tersebut juga dipetakan dengan aktifitas yang termasuk aktivitas utama atau pendukung pada value chain PT.Berlian Maju Motor. Hasil analisa tersebut dapat dilihat pada table 3.7

Tabel 3.7 Analisis Kebutuhan Informasi

Tujuan Divisi	CSF	Prime Measure	Value Chain	Kebutuhan Informasi
Peningkatan Kualitas pelayanan	Meningkatnya kualitas layanan	Adanya standar layanan minimal untuk setiap proses bisnis	Service	Laporan tentang schedule of compliance
Peningkatan Jumlah customer	Meningkatnya jumlah customer	Banyaknya pemesanan pembelian kendaraan	Service	Laporan Peningkatan Jumlah customer
Menyediakan IS/IT yang handal untuk mendukung proses bisnis agar kemampuan bersaing dapat diraih	tersedianya fasilitas persoko pendukung berbasis teknologi informasi yang dapat mendukung proses bisnis (customer) dan kinerja karyawan.	Sesuai kebutuhan operasional dan administrasi	Teknologi informasi	Blueprint pengembangan IT PT.Berlian Maju Motor
Mempromosikan kepada customer bahwa adanya jenis kendaraan yang baru	Hubungan kerjasama dengan lembaga ekonomi ataupun pihak lain baru	Jumlah kontak dengan pihak ketiga, sesuaikan dengan kebutuhan	Sales & Marketing - Service - Corporate Informatika	Laporan kontak kerjasama
Peningkatan customer service	Implementasi one stop service dalam pelayanan klaim dan complain	Indek jumlah repetitive klaim dan complain	Sales & Marketing - Service - Corporate Informatika	Laporan rebutasi klaim dan penyelesaian
Peningkatan Penjualan dan penyewaan kendaraan	Meningkatnya penjualan kendaraan	Indek hasil penjualan kendaraan dan penyewaan kendaraan	Sales & marketing	Laporan Penjualan dan Penyewaan

3.4 Menyiapkan dan Melakukan Rencana Implementasi

Tujuan dari fase ini adalah untuk menyelesaikan dan melaksanakan perencanaan strategis SI/IT. Strategi SI haruslah mendukung bisnis yang dijalankan oleh PT.Berlian Maju Motor untuk mencapai tujuan bisnisnya tersebut. Strategi SI dalam hal ini disusun untuk memberikan arahan bagi perusahaan untuk mengembangkan aplikasi sistem informasi kedepannya. Untuk menentukan solusi aplikasi SI, maka dibuat pemetaan tujuan unit kerja, CSF, value chain, kebutuhan informasi kepada IS demand dan potential technology yang dapat dilihat pada tabel 3.8 sebagai berikut:

Tabel 3.8 Pemetaan IS/IT demand terhadap kebutuhan informasi

Tujuan Divisi	CSF	Value Chain	Kebutuhan Informasi	IS Demand	Potential Technology
Peningkatan jumlah penjualan kendaraan	Meningkatnya penjualan kendaraan	Service	Laporan tentang compliance	SI Sistem Keperagaan	Email System, Software of Aplikasi CRM
Peningkatan penjualan dalam pemasaran	Meningkatnya penjualan	Operasi	Laporan dan	SI Check Engine	SI Check Engine
Peningkatan jumlah customer	Meningkatnya jumlah customer	Sales & Marketing	SI Marketing	SI Marketing	Aplikasi Sales dan Database
Peningkatan penjualan kendaraan	Meningkatnya penjualan kendaraan	Operasi	Melakukan proses bisnis	SI Aplikasi yang terpadu (IT)	Programmer System Aplikasi
Peningkatan jumlah customer	Meningkatnya jumlah customer	Sales & Marketing	SI Marketing	SI Marketing	Programmer CRM, Email system
Peningkatan customer service	Meningkatnya customer service	Operasi	SI Marketing	SI Marketing	Aplikasi Sales dan Database
Peningkatan penjualan kendaraan	Meningkatnya penjualan kendaraan	Operasi	SI Marketing	SI Marketing	Aplikasi Sales dan Database
Peningkatan jumlah penjualan kendaraan	Meningkatnya jumlah penjualan kendaraan	Operasi	SI Marketing	SI Marketing	Aplikasi Sales dan Database

3.4.1 Menyiapkan Rencana Pengembangan Aplikasi

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan solusi aplikasi, serta membuat kategorinya berdasarkan model McFarlan Grid, dengan keluaran berupa aplikasi portfolio future yang dapat digunakan oleh PT.Berlian Maju Motor jika ingin mendapatkan keunggulan dalam persaingan di dunia otomotif (competitive advantage). Portfolio future dapat dilihat pada tabel 3.9 berikut :

Tabel 3.9 Portofolio Aplikasi Future PT.Berlian Maju Motor

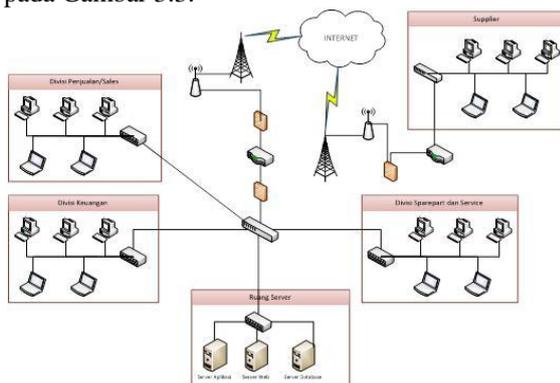
STRATEGIC	Baru	HIGH POTENTIAL	Baru
- SI Strategi Manajemen Perusahaan	Baru	- Knowledge Management System	Baru
- SI Bisnis	Baru	- SI Kepegawaian Online	Baru
- SI CRM (Customer Relationship Management)	Baru	- SI Manajemen Online	Baru
- SI Manajemen Hubungan Supplier	Baru		
- SI Pemesanan Kendaraan	Baru		
- SI Penjualan dan Pendistribusian	Baru	- Portal Intranet	Ada
- SI Manajemen Material	Baru	- Email Service	Upgrade
- SI Akuntansi Keuangan	Baru	- Mic.office	Ada
- SI Pengontrolan	Baru	- Website Company	Baru
- SI Kepegawaian	Baru		
- SI Manajemen Kualitas	Baru		
KEY OPERATIONAL		SUPPORT	

Dari portofolio sistem informasi, pengembangan aplikasi dilakukan dalam jangka waktu 5 tahun, langkah utama yang perlu dilakukan adalah mendahulukan implementasi aplikasi yang bersifat

key operational. Hal ini didasari oleh kebutuhan dan optimalisasi kegiatan operasional sehari-hari. Tetapi mengingat waktu pengerjaan dan biaya (misal jika sifatnya *Upgrade* bukan membuat baru), dapat juga mendahulukan yang bersifat *strategic*. Dimana pengembangan untuk kedua hal tersebut dapat dilakukan 2 tahun pertama. Hal ini didasari oleh kebutuhan dan optimalisasi pencapaian strategi perusahaan. Koordinasi satuan kerja / bagian atau divisi terkait untuk perencanaan dan modifikasi aplikasi, kecepatan proses dan integrasi aplikasi serta data antar bagian merupakan faktor kunci sukses aplikasi. Setelah itu dilanjutkan dengan aplikasi bersifat *high potential*, yang dapat dikembangkan pada tahun ke-3 dan ke-4. Terakhir yang dilakukan adalah pembuatan aplikasi pendukung pada tahun ke-5.

3.4.2 Usulan Konfigurasi Jaringan Komputer

Konfigurasi jaringan komputer yang dibutuhkan untuk mendukung portofolio aplikasi PT.Berlian Maju Motor mendatang dapat dilihat pada Gambar 3.3.



Gambar 3.3 Usulan Infrastruktur Jaringan PT.Berlian Maju Motor

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Menutup penelitian Perencanaan Strategis Sistem informasi dengan studi kasus PT.Berlian Maju Motor, ada beberapa kesimpulan dan saran-saran yang bisa disampaikan.

4.1 Kesimpulan

1. Penyusunan rumusan rencana strategis SI/TI telah menghasilkan portofolio aplikasi sistem informasi dan teknologi informasi berdasarkan review terhadap visi dan misi saat ini dengan melalui hasil dari analisis CSF, SWOT, *Value chain* dan McFarlan Grid.
2. Dalam melakukan implementasi portofolio aplikasi yang diusulkan terdapat 2 (dua) aplikasi yang harus dilakukan *upgrade* atau dimodifikasi oleh pihak PT.Berlian Maju Motor agar koordinasi satuan kerja/bagian atau divisi terkait dapat berjalan sebagaimana yang diinginkan oleh pihak manajemen perusahaan.

3. Secara umum infrastruktur jaringan yang ada pada PT.Berlian Maju Motor belum memadai, maka dari itu perlu adanya perbaikan dalam infrastruktur jaringan yang ada agar dapat mendukung portofolio sistem informasi dan teknologi informasi yang diusulkan.

4.2 Saran

1. Manajemen PT.Berlian Maju Motor perlu melakukan optimalisasi penggunaan SI/TI dengan membuat kebijakan-kebijakan tentang penggunaan SI/TI dan dalam melakukan perencanaan SI/TI, dengan kebijakan tersebut dan komitmen yang jelas dari manajemen maka hasil dari perencanaan SI/TI akan dapat dioptimalkan.
2. Didalam perencanaan strategis SI/TI bukanlah acuan yang baku hanya pada satu metodologi. Karena sesuai dengan perkembangan bisnis maka akan terjadi perubahan pada strategi bisnis.
3. Perlu kajian lebih lanjut untuk dengan metodologi yang berbeda terhadap kesuksesan penerapan PSSI di perusahaan otomotif lainnya yang menerapkan dengan menambahkan faktor kepuasan pelanggan dan faktor hubungan dengan *supplier* pengaruhnya terhadap kinerja dan lain-lain.

PUSTAKA

- Applegate, L.M. Mc Farlan, F.W. & McKenney, J.L., *Corporate Information System Management : Text and Cases*, 5th Ed., McGraw-Hill, Singapore, 1999.
- Ishak, Irni Suzila. 2005. *Designing a Strategic Information Systems Planning Methodology for Malaysian Institute of Higher Learning (ISP-IPTA)*. Diakses pada 15 Oktober 2010 dari http://www.iacis.org/iis/2005_IIS/PDFs/Ishak_Alias.pdf
- Porter, Michael E., 1998. *Competitive advantage : Techniques for analysing industries and competitors*. New York : The Free Press.
- Tozer, E.E., *Strategic IS/IT Planning : Profesional series*, Butterworth-Heinemann, 1996.
- Ward, J., J.Peppard, *Strategic Planning For Information System*, 3th Edition, John Wiley, 2002.
- Gartner Group, 1996, " *IT Spending : Its History and Future* ". Retrived : 15 Oktober 2010, from: http://www.gartner.com/4_decision_tools/measurement/measure_it_articles/jul01/mit_spending_history1.html.