

PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI PADA PT. OPTIMA TRADING

Zukkri Yandi Z¹, Nur Aeni Hidayah², Elsy Rahajeng³

Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
zukkri21@gmail.com¹, elsyrhj@gmail.com³

ABSTRACT

PT. Optima Trading is a national sales agents who sell the products safety standards under the International Gimaex Group . Many similar companies that emerged resulted in increasing competition . Therefore , every company must have a competitive advantage in order to continue to compete with other companies . The problems that occur in the PT . Optima Trading one of them is the lack of an integrated system between divisions , giving rise to duplication of data or the data transfer can not be done directly . With the use of IS / IT is expected to resolve the existing problems in the PT . Optima Trading and also increase the competitive advantage among its peers . For the PT . Optima Trading should have a strategic planning of information systems . The method used is the method of data collection (observation , interviews, and literature) and information systems strategic planning methods Ward and Peppard (2002) . Tools used is value chain analysis , SWOT , CSF , Porter 's Five Forces , PEST and Portfolio McFarlan . The results obtained from this study is strategic management of information systems (IS) / information technology (IT) , business strategies SI and SI strategies for PT . Optima Trading .

Keywords : value chain , SWOT , CSF , Porter 's Five Forces , PEST , Portfolio McFarlan , PT . Optima Trading , information systems / information technology (IS / IT)

ABSTRAK

PT. Optima Trading adalah agen penjualan nasional yang menjual standar keamanan produk di bawah Gimaex Group International. Banyak perusahaan sejenis yang muncul mengakibatkan meningkatnya persaingan. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus memiliki keunggulan kompetitif dalam rangka untuk terus bersaing dengan perusahaan lain. Permasalahan yang terjadi di PT. Optima Perdagangan salah satunya adalah kurangnya sistem yang terintegrasi antar divisi, sehingga menimbulkan duplikasi data atau transfer data tidak dapat dilakukan secara langsung. Dengan menggunakan IS / IT diharapkan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di PT. Optima Perdagangan dan juga meningkatkan keunggulan kompetitif di antara rekan-rekan. Untuk PT. Optima Perdagangan harus memiliki perencanaan strategis sistem informasi. Metode yang digunakan adalah metode pengumpulan data (observasi, wawancara, dan sastra) dan sistem informasi metode perencanaan strategis Ward dan Peppard (2002). Alat yang digunakan adalah analisis rantai nilai, SWOT, CSF, Porter 's Five Forces, PEST dan Portfolio McFarlan. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah manajemen strategis sistem informasi (IS) / teknologi informasi (IT), strategi bisnis SI dan SI strategi untuk PT. Optima Trading.

Kata kunci: perencanaan strategis sistem informasi (PSSI), rantai nilai, SWOT, CSF, Porter 's Five Forces, PEST, Portfolio McFarlan, PT. Optima Perdagangan, sistem informasi / teknologi informasi (IS / IT)

1. Pendahuluan

A. Latar Belakang

Saat ini kebutuhan informasi semakin penting dan mendesak sejalan dengan arus globalisasi yang terjadi di seluruh dunia. Keberhasilan informasi sangat didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai. Pemakaian komputer dalam kehidupan kita telah sangat meluas dan memasyarakat. Tidak hanya terbatas dalam lingkungan kerja, akan tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari. Dalam lingkungan perusahaan, komputer adalah alat bantu yang mutlak diperlukan. Penerapan sistem

informasi yang berbasis komputer (CBIS) menjadi kebutuhan yang mutlak dan dapat memberikan keunggulan kompetitif sehingga mendapat prioritas yang tinggi (Sutabri, 2012).

Perencanaan strategis sistem informasi merupakan proses identifikasi portofolio aplikasi sistem informasi berbasis komputer yang akan mendukung perusahaan dalam pelaksanaan rencana bisnis dan merealisasikan tujuan bisnisnya. Perencanaan ini mempelajari pengaruh sistem informasi terhadap kinerja bisnis dan kontribusi bagi perusahaan dalam memilih langkah-langkah strategis. Selain itu, perencanaan strategis sistem

informasi juga menjelaskan berbagai tools, teknik, dan kerangka kerja bagi manajemen untuk menyelaraskan strategis sistem informasi dengan strategi bisnis, bahkan mencari kesempatan baru melalui penerapan teknologi yang inovatif (Ward and Peppard, 2002).

Pentingnya suatu perencanaan strategis sistem informasi bagi kemajuan bisnis, mendorong berbagai perusahaan untuk mengadakan suatu pengembangan sistem informasi dan teknologi informasi yang digunakan. Beberapa contoh perusahaan yang membutuhkan analisis perencanaan strategis sistem informasi ialah perusahaan yang belum lama berdiri, perusahaan yang belum mempunyai sistem informasi yang terintegrasi ataupun perusahaan yang ingin merencanakan strategi baru dalam menjalankan bisnisnya.

PT. Optima Trading merupakan suatu agen penjualan nasional yang menjual produk-produk standar keselamatan yang berada di bawah Gimaex Internasional Group. Agen merupakan perusahaan perantara yang mengusahakan penjualan bagi perusahaan lain atas nama pengusaha.

Kurangnya pemanfaatan teknologi informasi belum dapat membantu menyelesaikan masalah yang ada di PT. Optima Trading. Infrastruktur dan aplikasi SI/TI belum mampu mendukung proses bisnis dan memberikan keunggulan kompetitif. Saat ini berbagai permasalahan SI/TI yang menimpa PT. Optima Trading seperti kurangnya SDM di divisi TI, berakibat pada kurang maksimalnya proses kerja karena divisi TI tidak mampu mengerjakan semua tugas yang diberikan pihak manajemen dalam pengembangan SI/TI. Di samping itu, belum adanya sistem yang terintegrasi antar divisi menimbulkan masalah yaitu adanya pengulangan data dari divisi keuangan ke divisi SDM atau perpindahan data tidak dapat dilakukan secara langsung (harus melalui media penyimpanan). Pada proses pelaporan PT. Optima Trading juga belum mempunyai aplikasi khusus misalnya di divisi SDM masih menggunakan Ms. Word dan Ms. Excel untuk membuat laporan sehingga data-data yang diperlukan harus diketik satu persatu. PT. Optima Trading juga belum memiliki suatu perencanaan strategis sistem informasi yang mengakibatkan belum maksimalnya investasi dalam SI/TI.

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan pada PT. Optima Trading, peneliti tertarik untuk membuat perencanaan strategis sistem informasi pada PT. Optima Trading. Rencana strategis SI/TI ini dapat dijadikan acuan untuk pemanfaatan SI/TI yang sesuai dengan kebutuhan perencanaan dan memberikan arah bagi pengembangan SI/TI yang mampu memberikan kontribusi penyelesaian permasalahan bisnis dan SI/TI perusahaan. Berdasarkan latar belakang di atas, skripsi dengan

judul **“Perencanaan Strategis Sistem Informasi pada PT. Optima Trading”** menarik untuk dikaji dan layak untuk dikembangkan.

B. Rumusan Masalah

“Bagaimana cara merancang perencanaan strategis SI/TI untuk PT. Optima Trading dengan menggunakan metode Ward dan Peppard?”.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki dua tujuan yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum penelitian ini adalah untuk menghasilkan perencanaan strategis sistem informasi. Tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan:

1. Analisis lingkungan bisnis dan informasi PT. Optima Trading.
2. Menentukan strategi sistem informasi dan teknologi informasi PT. Optima trading.

D. Manfaat Penelitian

Hasil akhir penelitian dapat dimanfaatkan oleh PT. Optima Trading sebagai acuan untuk meningkatkan pelayanan dalam jangka waktu beberapa tahun ke depan.

2. Landasan Teori

1. Sistem informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian yang mendukung fungsi operasi organisasi yang bersifat manajerial dengan kegiatan strategi dari suatu organisasi untuk dapat menyediakan laporan-laporan yang diperlukan oleh pihak luar tertentu.^[18]
2. Perencanaan strategis merupakan proses analisis, perumusan serta evaluasi strategi. Tujuan utama perencanaan strategis adalah agar suatu organisasi dapat melihat secara objektif kondisi internal dan eksternal, sehingga organisasi dapat mengantisipasi perubahan internal dan eksternal.^[16]
3. Perencanaan strategis sistem informasi (PSSI) merupakan sekumpulan tujuan jangka panjang yang menggambarkan tujuan sistem dan

4. arsitektur teknologi untuk mencapai tujuan sebuah organisasi.^[20]
5. Perusahaan membutuhkan perencanaan strategis SI/TI untuk pengembangan sumber daya SI/TI dengan beberapa alasan sebagai berikut:^[5]
 - a. Diskusi dan persetujuan akan hasil perencanaan strategis ini dapat menyediakan pemahaman bersama antara ahli-ahli SI/TI dan manajer bisnis tentang bagaimana cara terbaik bagi perusahaan untuk menggunakan sumber daya informasinya.
 - b. Membantu mengkomunikasikan masa depan perusahaan kepada pihak lain dalam organisasi
 - c. Membantu manajer-manajer bisnis dan ahli SI/TI dalam membuat keputusan mengenai bagaimana SI/TI akan diarahkan untuk membantu bisnis perusahaan.
 - d. Hasil dari perencanaan SI/TI dapat membantu mengalokasikan sumber daya perusahaan yang ada ke proyek-proyek SI/TI yang penting dan bermanfaat bagi perusahaan.

3. Metodologi Penelitian

A. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan terbagi menjadi tiga metode pengumpulan data yaitu:

1. Observasi
Observasi yang dilakukan ialah melakukan pengamatan langsung untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan perencanaan strategis sistem informasi. Observasi meliputi mencoba aplikasi Ms. Office yang digunakan pada PT. Optima Trading dan menganalisa aplikasi Ms. Office tersebut serta mengamati proses bisnis yang berjalan.
2. Wawancara
Hasil yang didapatkan dari wawancara ialah data-data primer yang dibutuhkan untuk input analisis yang hasilnya nanti akan menjadi output perencanaan strategis sistem informasi untuk PT. Optima Trading.
3. Studi Pustaka
Dokume profil PT. Optima Trading, modul-modul produk dan dokumen lain yang berkaitan dengan perencanaan strategis sistem informasi. Studi pustaka kedua yang dilakukan ialah mempelajari penelitian terdahulu untuk melihat perbandingan permasalahan yang dihadapi dan hasil yang diperoleh.

B. Metode Perencanaan Strategis Sistem Informasi

Metode analisis perencanaan strategis sistem informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Ward dan Peppard.

1. *Tools* yang Digunakan

Tools yang digunakan terdiri dari analisis PEST, analisis SWOT, analisis *Porter's Five Forces*, analisis *Value chain*, analisis CSF dan analisis portofolio McFarlan.

- a. Analisis PEST
Analisis PEST yang dilakukan ialah menganalisa pengaruh politik, ekonomi, sosial dan teknologi terhadap proses bisnis PT. Optima Trading.
 - b. Analisis SWOT
Analisis SWOT yang dilakukan adalah menganalisa PT. Optima Trading berdasarkan dari sumber daya internal (*strengths and weakness*) dan sumber eksternal (*opportunity and threats*).
 - c. Analisis *Porter's Five Forces*
Analisis *Porter's Five Forces* yang dilakukan ialah menganalisa hubungan PT. Optima Trading dengan persaingan bisnis.
 - d. Analisis *Value chain*
Analisis *value chain* yang dilakukan ialah menganalisa kumpulan aktivitas yang dilakukan PT. Optima Trading untuk memasarkan, mengantarkan dan mendukung produk Gimaex.
 - e. Analisis CSF
Analisis CSF yang dilakukan ialah mempertimbangkan beberapa hal yang kritis di dalam PT. Optima Trading untuk mendefinisikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kesuksesan dengan melihat tujuan setiap divisi.
 - f. Portofolio McFarlan
Analisis portofolio McFarlan yang dilakukan ialah memetakan aplikasi sistem informasi di PT. Optima Trading berdasarkan kontribusinya. Pemetaan dilakukan pada empat kategori (*strategic, high potential, key operation and support*).
2. Hasil Analisis
Dari analisis dengan menggunakan *tools* seperti analisis PEST, analisis SWOT, analisis *Porter's Five Forces*, analisis *value chain*, analisis CSF, analisis Portofolio McFarlan, menghasilkan:
 - a. Strategi Manajemen SI/TI
Strategi Manajemen SI/TI pada PT. Optima Trading diperoleh dari hasil perencanaan strategis sistem informasi berupa kebijakan organisasi dalam menerapkan strategi SI/TI sesuai kondisi manajemen.
 - b. Strategi Sistem Informasi Bisnis
Strategi sistem informasi bisnis yang dihasilkan dapat mendukung proses bisnis PT. Optima Trading.
 - c. Strategi TI
Strategi TI pada PT. Optima Trading diturunkan dan dihasilkan dari perencanaan strategis berupa arahan pengembangan teknologi.

4. Pembahasan

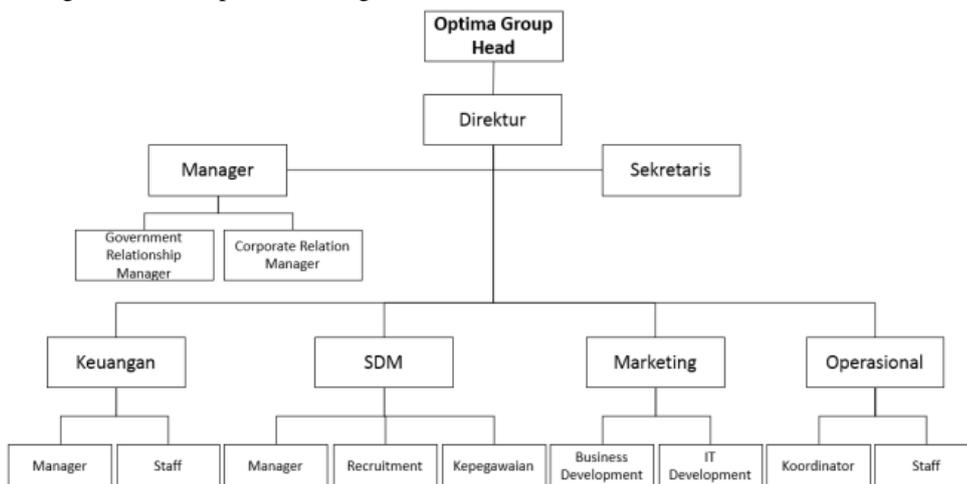
A. Gambaran Umum

PT. Optima Trading adalah salah satu perusahaan yang menjadi agen penjualan nasional Gimaex International Group. Gimaex Internasional merupakan manufaktur terbaik untuk produk-produk standar keselamatan internasional yang diberlakukan di berbagai belahan dunia dan lingkungan bisnis. Karena produk yang dijual merupakan produk standar keselamatan seperti mobil pemadam kebakaran atau mobil pembantu komunikasi maka produk tersebut bukanlah produk yang dapat dijual seperti kebutuhan sehari-hari. Selain itu sasaran pemasaran PT. Optima Trading begitu luas hingga mencapai seluruh pelosok Indonesia, meliputi kawasan kota besar yang padat penduduk, kawasan hutan lindung atau bisa juga untuk kawasan rawan bencana yang memungkinkan terjadinya pemutusan sambungan komunikasi.

Gimaex membagi produknya menjadi beberapa klasifikasi yaitu pemadam kebakaran, perlindungan lingkungan, manajemen bencana, komunikasi dan aerial. Tidak semua jenis produk tersebut dipasarkan oleh PT. Optima Trading. Perusahaan lokal ini hanya memasarkan pemadam kebakaran dan alat bantu komunikasi. Pemadam kebakaran yang dipasarkan mempunyai beberapa penggolongan produk, yaitu mobil pemadam kebakaran khusus bandara, wilayah perindustrian, kawasan hutan dan One Seven.

1. Visi PT. Optima Trading
Menjadi agen penjualan standar keselamatan terbaik di Indonesia.
2. Misi PT. Optima Trading
 - a. Menyediakan produk standar keselamatan internasional di Indonesia.
 - b. Memberikan pelayanan prima bagi para pelanggan.
 - c. Memiliki sistem dan tata kerja yang unggul dengan sumber daya manusia yang profesional.
 - d. Memberikan kontribusi yang nyata bagi bangsa dan negara di bidang keselamatan.
3. Tujuan PT. Optima Trading
Tujuan perusahaan ini ialah untuk menyalurkan produk Gimaex Internasional yang berupa produk standar keselamatan di seluruh Indonesia.
4. Sasaran PT. Optima Trading
Sasaran pemasaran PT. Optima Trading begitu luas hingga mencapai seluruh pelosok Indonesia, meliputi kawasan kota besar yang padat penduduk, kawasan hutan lindung atau bisa juga kawasan rawan bencana yang memungkinkan terjadinya pemutusan sambungan komunikasi.

5. Struktur Organisasi PT. Optima Trading



Gambar 2 Struktur Organisasi

B. Analisis Lingkungan Bisnis Internal

Analisis lingkungan bisnis internal digunakan untuk menentukan posisi PT. Optima Trading terhadap pasar, kemampuan kompetisi, mengetahui strategi yang diterapkan saat ini, proses bisnis yang berlangsung serta untuk mengetahui sistem informasi apa yang dibutuhkan. Teknik yang

dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik CSF, analisis *value chain* dan analisis SWOT. Berikut ini adalah hasil analisis lingkungan bisnis internal berdasarkan pada keadaan PT. Optima Trading.

1. Analisis CSF

Analisa CSF dilakukan berdasarkan hasil wawancara dengan PT. Optima Trading dan analisis dokumen-dokumen yang berhu-

bungan dengan strategi bisnis organisasi PT. Optima Trading.

Tabel 1 CSF Tujuan Utama

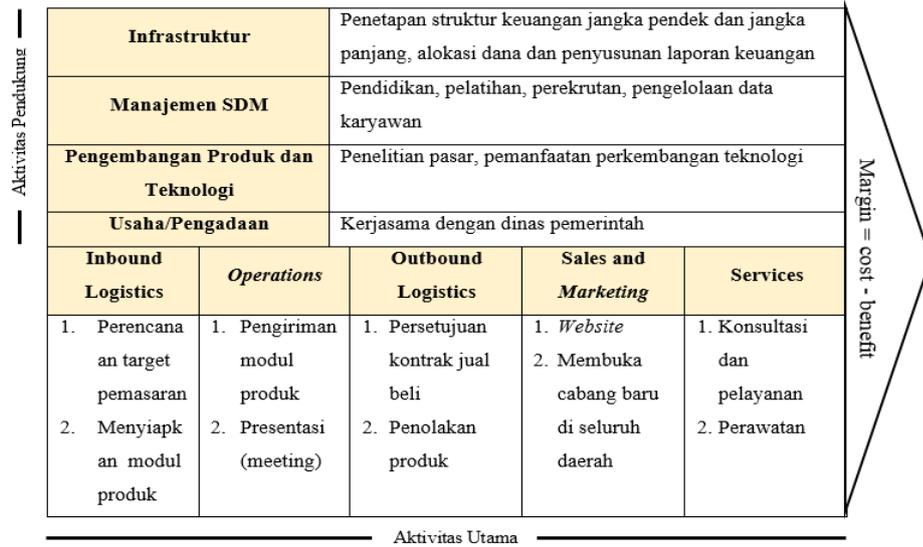
Tujuan Utama	CSF	Measures
Menyediakan produk standar keselamatan internasional di Indonesia	Memperkenalkan produk ke berbagai daerah	% perkembangan
Meningkatkan jumlah <i>customer</i>	Peningkatan volume pemasaran	Jumlah <i>customer</i>
Menghasilkan pendapatan dengan penjualan produk standar keselamatan	Peningkatan volume penjualan produk	% pertumbuhan
Menjadikan PT. Optima Trading sebagai organisasi yang terkoordinir dengan baik	Mengkoordinasikan setiap divisi yang ada	% kesesuaian antar divisi
Meningkatkan kemampuan staff dan karyawan	Mengadakan pelatihan	% kemampuan staff dan karyawan
Meningkatkan kapabilitas organisasi	Melakukan reorganisasi dan restrukturisasi	% penyelesaian tugas pokok dan fungsi tertentu
	Membangun reputasi atau nama baik perusahaan baik internal dan eksternal	Index kepuasan pelanggan
Mengoptimalkan modal	Meningkatkan ketersediaan dana dan memanfaatkan semaksimal mungkin	% ketersediaan dana
	Meningkatkan ketersediaan fasilitas	% ketersediaan fasilitas
Meningkatkan penggunaan teknologi dalam proses pengelolaan informasi guna memperbaiki kinerja perusahaan	Tujuan ini masih belum dilakukan	Belum dapat dilakukan penilaian

2. Analisis SWOT

Tabel 2 Matriks SWOT

<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> Memiliki produk yang berkualitas Memiliki variasi produk yang lengkap sesuai kebutuhan Memiliki karyawan yang ahli dibidangnya PT. Optima Trading selalu melakukan pelatihan dan training untuk pengembangan kompetensi dari setiap karyawan Memiliki modal yang besar dari para pemegang saham Memiliki sistem kontrol atau pengendalian kerja yang baik Fasilitas kantor yang memadai 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> PT. Optima Trading memiliki kompetitor yang kuat seperti Moren, Morita, Oshkosh Sebagian besar produk Gimaex harganya mahal Produk yang dipasarkan tidak termasuk kebutuhan masyarakat umum Jumlah SDM di bidang IT masih terbatas Kesadaran masyarakat tentang produk standar keselamatan masih kurang Kurangnya pemasaran dan promosi produk 	<ol style="list-style-type: none"> Menarik perhatian dan minat <i>customer</i> dengan penawaran diskon yang menarik Sebagian daerah Indonesia rawan bencana 	<p>khususnya di daerah rawan bencana (S6,O6)</p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan kualitas produk dengan inovasi baru (S1,O3) Membuat website untuk me-dia promosi produk (S1,O4) 	<p>sejenis lainnya (W1,O3)</p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan promosi dan pemasaran produk secara <i>online</i> (W6,O4) Meningkatkan perekrutan atau pembinaan SDM di bidang IT (W4,O2) 	
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatnya kesadaran masyarakat akan standar keselamatan Memberikan lapangan pekerjaan yang luas Mengadakan inovasi baru dengan menambahkan produk yang lebih bervariasi untuk masyarakat umum Melakukan pemasaran secara online 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> Menambahkan variasi produk untuk masyarakat umum (S2,O3) Meningkatkan pemasaran ke seluruh Indonesia khususnya daerah rawan bencana (S2,O6) Memberikan pengetahuan akan pentingnya standar keselamatan (S4,O1) Membuka cabang baru di seluruh wilayah Indonesia 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan variasi produk dengan menyesuaikan kebutuhan masyarakat umum (W3,O3) Membuat program promosi dan diskon untuk <i>customer</i> (W2,O5) Meningkatkan inovasi-inovasi baru mengenai produk standar keselamatan dibandingkan dengan perusahaan 	<p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> Munculnya kompetitor atau perusahaan sejenis dengan produk yang lebih inovatif Perkembangan teknologi yang terus meningkat Adanya pelayanan yang kurang baik atau kurang ramah memungkinkan penurunan jumlah <i>customer</i> Masyarakat Indonesia masih belum memahami mengenai produk standar keselamatan 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> Lebih meningkatkan lagi kualitas produk yang telah ada (S5,T1) Memberikan pelatihan untuk meningkatkan pelayanan kepada <i>customer</i> (S5,T3) Meningkatkan lagi promosi produk standar keselamatan ke masyarakat luas (S1,T4) Mengoptimalkan modal dengan penggunaan teknologi yang terus meningkat (S6,T2) Meningkatkan koordinasi setiap divisi agar bekerja dengan baik dibandingkan perusahaan sejenis lainnya (S7,T1) 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan hubungan baik dengan perusahaan-perusahaan baik milik pemerintah maupun swasta (W1,T1) Memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang standar keselamatan (W5,T4) Meningkatkan pemasaran dan promosi produk ke masyarakat umum (W6,T4) Meningkatkan pelatihan atau training kepada karyawan mengenai standar keselamatan dan teknologi terbaru (W4,T2)

3. Value chain



Gambar 3 Analisis Value chain

1. Analisis Kebutuhan Informasi

Tabel 3 Analisis Kebutuhan Informasi

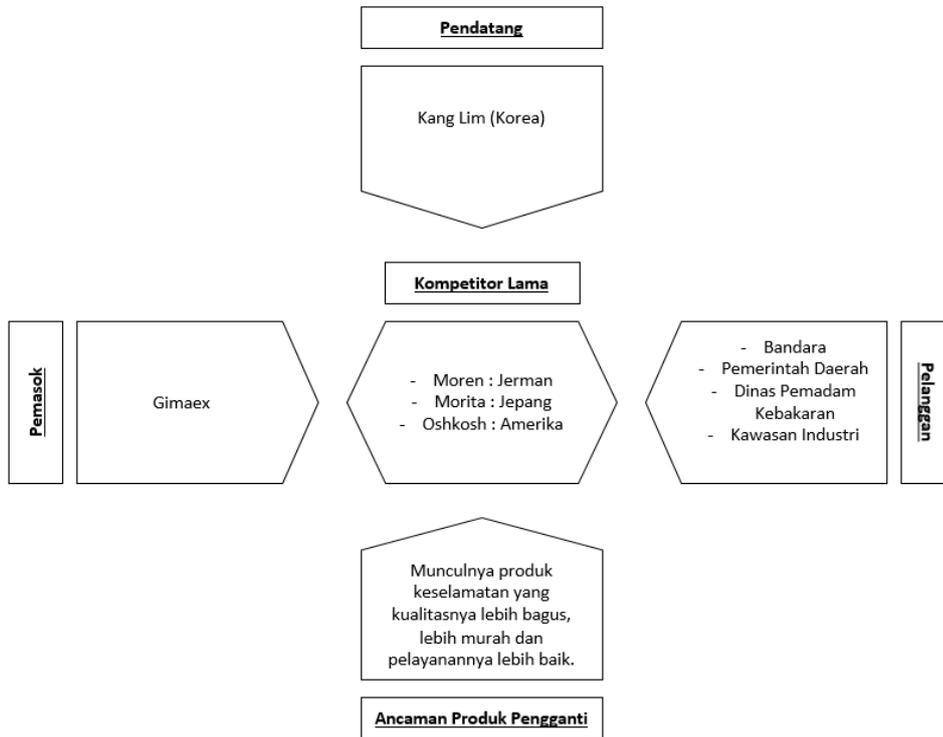
Tujuan Divisi Marketing	CSF	Measures	SWOT	Value chain	Kebutuhan Informasi
Memperkenalkan produk ke berbagai daerah	Memperluas daerah pemasaran	Jumlah persebaran daerah pemasaran	SO2, SO4,	<i>Sales and Marketing</i>	Data laporan pemasaran, data perkembangan pasar, Data Lokasi Pemasaran
Peningkatan volume pemasaran	Membuat komitmen dengan customer dan mengadakan pertemuan	Index peningkatan pemasaran	ST3, WO2, WO4, WT3	<i>Sales and marketing</i>	Data laporan pemasaran, data pertemuan dengan customer
Peningkatan volume penjualan produk standar keselamatan	Memprovisikan produk standar keselamatan	% peningkatan penjualan	SO2, SO4, ST3, WO2, WO4, WT3	<i>Sales and marketing</i>	Laporan Pemasaran, Data produk, Data pemesanan Produk, Data Pengiriman produk, Data Customer, Data Penjualan

C. Analisis Lingkungan Bisnis Eksternal
 1. PEST



Gambar 4 Analisis PEST

Porter's Five Forces



Gambar 5 Analisis *Porter's Five Forces*

D. Analisis Lingkungan SI/TI Internal

Analisis lingkungan SI/TI internal digunakan untuk menganalisa kondisi sistem informasi dan teknologi informasi PT. Optima Trading dari proses bisnis saat ini. Bagaimana kontribusi terhadap bisnis, bagaimana struktur organisasi SI/TI, sumber daya, *hardware*, *software* dan bagaimana portofolio dari sistem informasi dan teknologi informasi yang ada saat ini di PT. Optima Trading yang ikut mempengaruhi proses bisnis PT. Optima Trading. Di bawah ini akan dijelaskan struktur organisasi SI/TI PT. Optima Trading, spesifikasi *hardware software* PT. Optima Trading dan portofolio aplikasi saat ini pada PT. Optima Trading.

1. Analisis Struktur Organisasi SI/TI PT. Optima Trading
PT. Optima Trading sampai saat ini masih belum memiliki struktur organisasi sistem informasi dan teknologi (SI/TI). Hal ini disebabkan oleh SDM dibidang IT belum dapat memenuhi kebutuhan bisnis PT. Optima Trading secara optimal. Di samping itu, peran teknologi yang ada saat ini di PT. Optima Trading seperti komputer dan *notebook* hanya sebagai pendukung berjalannya kegiatan operasional untuk membuat dokumen ataupun laporan dengan menggunakan Ms. Office seperti Ms. Excel dan Ms. Word. Selain aplikasi tersebut tidak ada aplikasi lainnya yang mendukung atau mempermudah kegiatan perusahaan dalam menjalani proses bisnisnya.
2. Spesifikasi *Hardware* dan *Software* PT. Optima Trading
Aplikasi yang digunakan PT. Optima Trading adalah *website* yang digunakan untuk pemasaran produk, mengirim dan menerima *e-mail*. Spesifikasi dari *hardware* dan *software* yang digunakan oleh PT. Optima Trading dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4 Spesifikasi Hardware dan Software

Jenis	Keterangan
Hardware	1. <i>Personalcomputer</i> (PC) dengan spesifikasi Intel Pentium 4, <i>memory</i> 512 MB DDR 2, <i>harddisk</i> 80 GB, VGA 64 MB, DVD ROM, CD-RW. 2. <i>Notebook</i> dengan spesifikasi Intel core i5, <i>memory</i> 4 GB DDR 3, <i>harddisk</i> 320 GB, intel wireless LAN.
Software	Ms. Office 2010
Aplikasi	<i>Website</i> PT. Optima Trading.

3. Portofolio Aplikasi Saat Ini
 - a. CSF Usulan

Tabel 5 Portofolio Aplikasi Saat Ini

<i>Strategic</i>	<i>High Potential</i>
<i>Website</i>	-
Ms. Office	E-mail
<i>Key Operational</i>	<i>Support</i>

E. Analisis Lingkungan SI/TI Eksternal

Analisis lingkungan SI/TI eksternal, dilakukan untuk mengetahui gambaran mengenai tren teknologi perangkat keras, jaringan komputer dan aplikasi sistem informasi. Input (masukan) analisis ini adalah hasil informasi dari beberapa sumber.

1. Tren *Server*
Server adalah sebuah sistem komputer yang menyediakan jenis layanan tertentu dalam sebuah jaringan komputer.
2. Tren Aplikasi Sistem Informasi
Saat ini tren aplikasi sistem informasi adalah aplikasi berbasis web.
3. Tren Jaringan Komputer
Salah satu tren jaringan komputer yang saat ini sangat populer di masyarakat adalah jaringan wireless.

F. Hasil Perencanaan Strategis Sistem Informasi

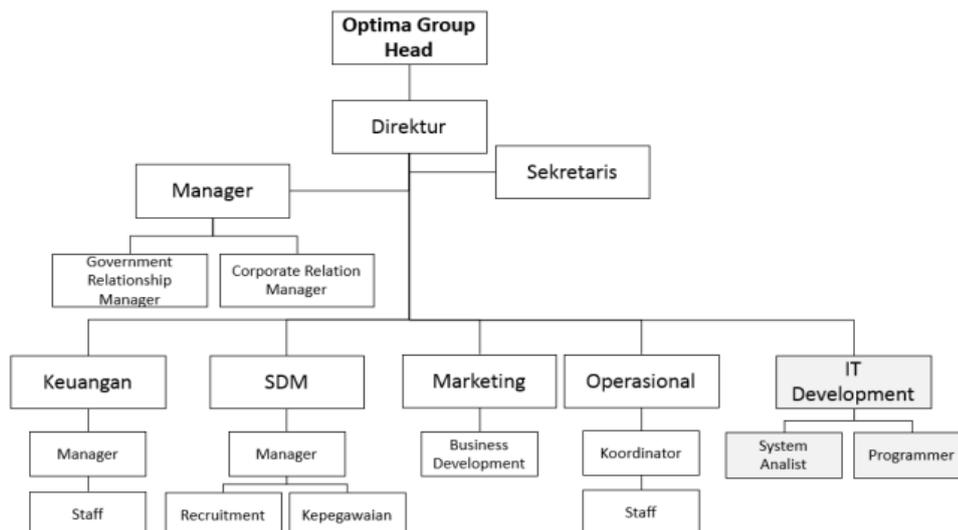
1. Visi Misi untuk Divisi IT
Visi:
Menjadi media yang dapat mendukung kinerja perusahaan dalam mencapai keberhasilan visi, misi, serta tujuan perusahaan dengan pemanfaatan sistem informasi dan teknologi informasi.
Misi:
 - a. Meningkatkan kualitas proses bisnis PT. Optima Trading berbasis teknologi.
 - b. Membangun sumber daya manusia yang berkompeten di bidang SI/TI.
 - c. Membangun sistem informasi dan jaringan komputer yang baik bagi PT. Optima Trading.
 - d. Mampu mendatangkan keuntungan bisnis PT. Optima Trading.
 - e. Mampu menyediakan dan menjaga informasi-informasi penting PT. Optima Trading.

2. Strategi Manajemen SI/TI

Tabel 6 CSF Usulan

Tujuan Utama	CSF	Measures
Menyediakan produk standar keselamatan internasional di Indonesia	Memperkenalkan produk ke berbagai daerah	% perkembangan
Meningkatkan jumlah <i>customer</i>	Peningkatan volume pemasaran	Jumlah <i>customer</i>
Menghasilkan pendapatan dengan penjualan produk standar keselamatan	Peningkatan volume penjualan produk	% pertumbuhan
Menjadikan PT. Optima Trading sebagai organisasi yang terkoordinir dengan baik.	Mengkoordinasikan setiap divisi yang ada	% kesesuaian antar divisi
Meningkatkan kemampuan staff dan karyawan.	Mengadakan pelatihan	% kemampuan staff dan karyawan
Meningkatkan kapabilitas organisasi	Melakukan reorganisasi dan restrukturisasi	% penyelesaian tugas pokok dan fungsi tertentu
	Membangun reputasi atau nama baik perusahaan baik internal dan eksternal	Index kepuasan pelanggan
Mengoptimalkan modal	Meningkatkan ketersediaan dana dan memanfaatkan semaksimal mungkin	% ketersediaan dana
	Meningkatkan ketersediaan fasilitas	% ketersediaan fasilitas
Meningkatkan penggunaan teknologi dalam proses pengelolaan informasi guna memperbaiki kinerja perusahaan	Menerapkan TI dan SI untuk mendukung kegiatan proses bisnis	Index kepuasan perusahaan terhadap TI/SI

b. Struktur Organisasi Usulan



Gambar 6 Struktur Organisasi Usulan

c. Rencana Migrasi SI/TI

Tabel 7 Rencana Migrasi SI/TI

#	Usulan SI/TI	2013	2014	2015
1.	Sistem Informasi Pemasaran		√	
2.	Sistem Informasi Penjualan			√
3.	<i>e-Customer Relationship Management</i>		√	
4.	<i>e-Human Resource Management</i>		√	
5.	Sistem Informasi Pengontrolan		√	
6.	Sistem Informasi Akuntansi		√	
7.	<i>Knowledge Management System</i>			√
8.	<i>DSS (Decision Support System)</i>			√
9.	Helpdesk			√
10.	<i>Website</i>	√		
11.	Sumber Daya Divisi IT	√		
12.	Infrastruktur Jaringan Komputer	√		

3. Strategi Bisnis SI

Tabel 8 Analisis Kebutuhan Informasi Divisi Pemasaran

Tujuan Divisi Pemasaran	CSF	Value chain	Kebutuhan Informasi	Strategi SI
Memperkenalkan produk ke berbagai daerah	Memperluas daerah pemasaran	<i>Marketing and sales</i>	Data laporan pemasaran, data promosi produk, data perkembangan pasar, Data Lokasi Pemasaran	SI Pemasaran
Peningkatan volume pemasaran	Membuat komitmen dengan customer dan mengadakan pertemuan (presentasi atau seminar)	<i>Marketing and sales, Operations</i>	Data laporan pemasaran, data pertemuan dengan customer	SI Pemasaran
Peningkatan volume penjualan produk	Mempromosikan produk standar keselamatan	<i>Sales and marketing</i>	Laporan Pemasaran, Data produk, Data pemesanan Produk, Data	SI Pemasaran, SI Penjualan

			Pengiriman produk, Data Customer, Data Penjualan	
Mengelola dan memproses informasi serta membuat laporan tentang pemasaran dan penjualan produk	Bekerja sama dengan divisi TI untuk memanfaatkan TI/SI dalam menyediakan laporan divisi marketing secara lebih cepat	Pengembangan teknologi, <i>Marketing and sales</i>	Data laporan pemasaran, data promosi produk, data perkembangan pasar, Data Lokasi Pemasaran	SIPemasaran

		terhadap perusahaan 5. Meningkatkan kinerja atau produktivitas dari karyawan 6. Mempermudah penilaian terhadap karyawan 7. Mempercepat mendapatkan informasi karyawan 8. Membantu memperbaiki lingkungan kerja perusahaan 9. Meningkatkan kompetensi karyawan untuk memasuki segmen pasar yang baru
4.	SI Penjualan	1. Meningkatkan Penjualan Produk 2. Meningkatkan Pendapatan 3. Memudahkan dalam Transaksi Penjualan 4. Memudahkan dalam pengambilan keputusan penjualan 5. Meningkatkan jumlah <i>customer</i> 6. Memudahkan mendapatkan data penjualan
5.	SI Akuntansi	1. Memudahkan dalam penentuan anggaran 2. Memudahkan dalam pembuatan laporan keuangan 3. Memudahkan dalam mengoptimalkan modal
6.	SI pengendalian kinerja	1. Meningkatkan efektivitas setiap divisi 2. Meningkatkan kinerja setiap divisi 3. Memudahkan dalam pembuatan laporan setiap divisi

4. Potensi Manfaat dari Strategi SI
Tabel 9 Potensi Manfaat dari Strategi SI

#	Strategi SI	Potensi Manfaat
1.	SI Pemasaran	1. Meningkatkan jumlah <i>customer</i> 2. Meningkatkan pendapatan 3. Mempercepat pengambilan keputusan pemilihan lokasi pemasaran 4. Mempermudah pemilihan media promosi yang paling efektif dan efisien 5. Mempermudah pencarian data-data produk 6. Meningkatkan produktivitas kinerja divisi marketing
2.	e-CRM	1. Meningkatkan kepuasan dan jumlah <i>customer</i> 2. Meningkatkan loyalitas <i>customer</i> terhadap perusahaan 3. Mempermudah komunikasi yang interaktif kepada <i>customer</i> 4. Mempermudah penyampaian kritik dan saran <i>customer</i> 5. Mempermudah penilaian terhadap tingkat kepuasan <i>customer</i> 6. Memberikan peluang untuk meraih pangsa pasar yang lebih besar
3.	e-HRM	1. Meningkatkan pendapatan Perusahaan 2. Meningkatkan kemampuan karyawan 3. Mempercepat keputusan untuk melakukan pelatihan dan pengembangan terhadap karyawan 4. Meningkatkan loyalitas karyawan

5. Portofolio Aplikasi SI Masa Mendatang

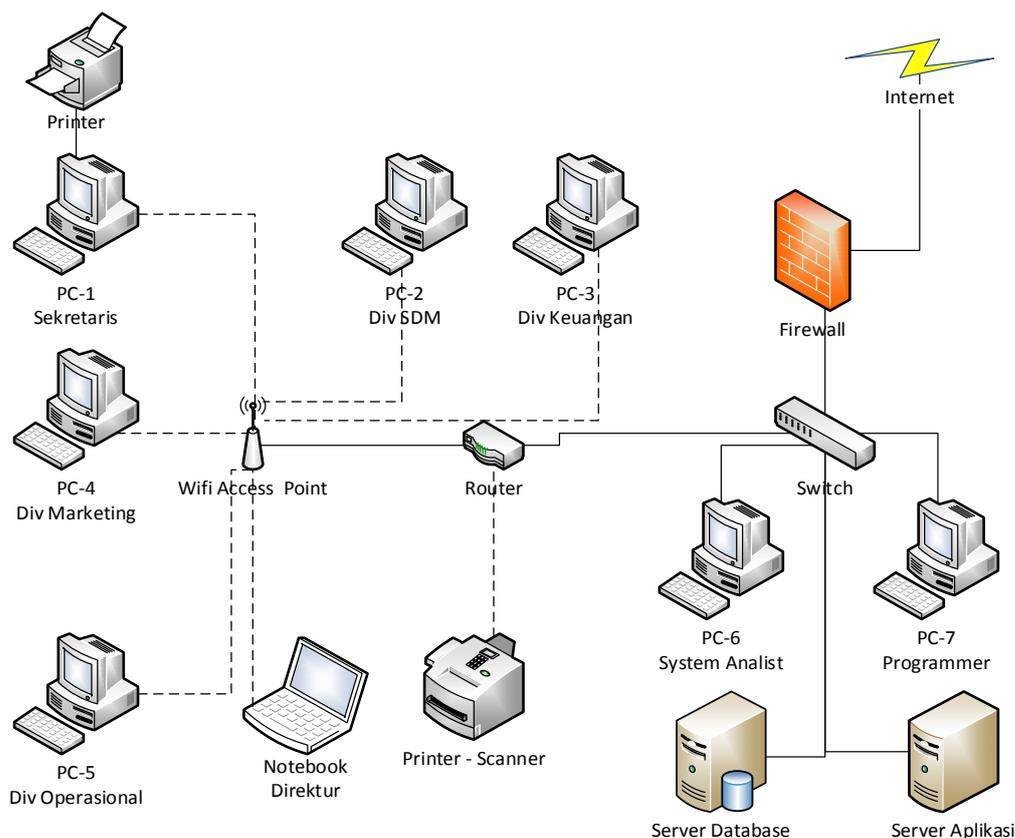
Tabel 10 Portofolio Aplikasi SI Masa Mendatang

Strategic	High Potential
Website SI Pemasaran	SI Penjualan KMS DSS Helpdesk

SI Akuntansi e-CRM e-HRM SI Pengontrolan dan Pengendalian Kerja	Ms. Office E-mail
Key Operational	Support

Strategi TI

a. Usulan Jaringan Komputer



Gambar 7 Usulan Jaringan Komputer

b. Kebutuhan Hardware

- 7 buah Personal Computer (PC)
- 1 unit application server
- 1 unit database server
- 1 unit switch
- 1 unit router
- 1 unit wifi access point
- 1 unit printer Canon MP258 3in1 (printer, scanner and copier)
- Ruang kerja divisi IT dan ruang server full air conditioner (AC).

A. Simpulan

Berdasarkan pada hasil dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Perencanaan strategis sistem informasi ini dibuat untuk membantu PT. Optima Trading dalam merencanakan hal-hal strategis yang akan membantu PT. Optima Trading dalam mencapai tujuan bisnisnya.

5. Simpulan Dan Saran

2. Adanya penambahan struktur organisasi pada bidang SI/TI ditujukan agar dapat lebih meningkatkan kinerja PT. Optima Trading
3. Perencanaan strategis sistem informasi yang dihasilkan mampu membantu PT. Optima Trading dalam pembuatan laporan yang lebih baik dan berkualitas sehingga data-data yang diperlukan tidak diketik satu per satu.
4. Perencanaan strategis SI/TI pada PT. Optima Trading ini diharapkan juga dapat meningkatkan keunggulan bersaing di antara perusahaan sejenis.

B. Saran

Saran yang dapat dihasilkan untuk penelitian selanjutnya ialah:

1. Perencanaan strategis sistem informasi pada PT. Optima Trading masih dapat dilakukan dengan menggunakan metodologi lain seperti metode Be Vista Planning, Wetherbe atau Tozer sehingga didapatkan hasil analisis lain yang dapat dijadikan perbandingan dan referensi.
2. Perencanaan strategis sistem informasi ini dapat dikembangkan dengan melakukan analisis pada tahap yang lebih luas seperti *cost benefit analysis* dari investasi aplikasi yang harus dibangun.
3. Perencanaan strategis sistem informasi PT. Optima Trading ini disarankan dapat dikembangkan lagi sampai dengan tahap rencana implementasi

Daftar Pustaka

- [1] Adelina, C, Setiawan, HP dan Aji, YM. 2012. Perencanaan Strategi Sistem Informasi Enterprise Resources Planning (ERP) dengan Metode Business Process Management (BPM) pada PT Estetika Se Laras (Departemen Human Resources dan General Affair). (Skripsi S1 Jurusan Sistem Informasi, Universitas Bina Nusantara, Jakarta).
- [2] Atmaja, WHK. 2002. Penyusunan Metodologi Perencanaan Strategis Sistem Informasi Berbasis Value Bisnis (Be Vista Planning) dalam Rangka Meningkatkan Peran Strategis Sistem Informasi pada Suatu Organisasi. Jakarta: Universitas Indonesia.
- [3] Bryson J.M. 2011. Strategic Planning for Public and Non-Profit Organization. New York: John Wiley & Son.
- [4] (Thesis Sekolah Pascasarjana Jurusan Teknologi Informasi, Universitas Indonesia).
- [5] Jogiyanto, HM. 2005. Sistem Informasi Strategik. Yogyakarta: Andi.
- [6] Kharisvan, A, Saragih, RBH dan Simanullang, RP. 2010. Perencanaan Strategi Sistem Informasi di Perum BULOG. (Skripsi S1 Jurusan Sistem Informasi, Universitas Bina Nusantara, Jakarta).
- [7] Lubis, Daner Jerman. 2011. Tipe atau Bentuk Organisasi. <http://zeincom.wordpress.com/2011/10/23/tbo/feed/> [Diakses: 29 November 2013, 21:09]
- [8] McLeod R. 2001. Sistem Informasi. Jakarta: Prenhallindo.
- [9] Nazir, MB. 2005. Metodologi Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [10] Pearce J.A. Robinson R.B. 2000. Strategic Management: Formulation, Implementation and Control. New York: McGraw-Hill.
- [11] Pearlson KE, Saunders ICS. 2009. Strategic Management Information System. Fourth Edition. New York: John Wiley & Sons.
- [12] Porter M.E. 1996. Competitive Strategy: Technic for Analyzing Industries and Competitors. New York: FreePress.
- [13] Prayitno. 2007. Kajian Perencanaan Strategis Sistem Informasi dalam Organisasi Militer: Studi Kasus TNI Angkatan Udara. Jakarta: Universitas Indonesia.
- [14] Pujadi T, Kristanto, Tommy A. 2007. Analisis untuk Perencanaan Strategis Sistem dan Teknologi pada PT. Ritrans Cargo. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Information. Yogyakarta: Andi.
- [15] Pujanto, M, Hasiholan, RO dan Reinaldo, R. 2011. Perencanaan Strategi Sistem dan aTeknologi Informasi pada PT. Citra Utama Anugerah Nusantara dengan Menggunakan Metode Enterprise Architecture. (Skripsi S1 Jurusan Sistem Informasi, Universitas Bina Nusantara, Jakarta).
- [16] Raharjo, DA, Gerialdo dan Hafiz, M. 2012. Perencanaan Strategi Sistem dan Teknologi Informasi pada PT. Kurongkor Medika dengan Pendekatan Metode Enterprise Architecture. (Skripsi S1 Jurusan Sistem Informasi, Universitas Bina Nusantara, Jakarta).
- [17] Rangkuti F. 1998. Analisis SWOT Tehnik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [18] Rapiyadi, Pujoko. 2009. Perencanaan Strategis Sistem Informasi pada Direktorat Jenderal, Mineral, Batubara dan Panas Bumi. (Thesis Sekolah Pascasarjana Jurusan Teknologi Informasi, Universitas Indonesia).
- [19] Sutabri, Tata. 2005. Sistem Informasi Manajemen. Yogyakarta: Andi.
- [20] Sutabri, Tata. 2012. Analisis Sistem Informasi. Yogyakarta: Andi.
- [21] Turban E. Rainer RK. Potter RE. 2003. Introduction to Information Technology (8th ed.). New York: John Wiley & Sons.

- [23] Urumsah D. 2005. Perencanaan Strategik Sistem Informasi dan Proses Pembelajarannya di Organisasi. (Jurnal Siasat Bisnis No. 10 Vol. 1).
- [24] Ward J, Peppard J. 2002. Strategic Planning for Information System, 3rd ed. New York: John Wiley & Sons.
- [25] Ward J, Peppard J. 2003. Strategic Planning for Information System, 3rd ed. New York: John Wiley & Sons.
- [26] Warsuta, Bambang. 2010. Perencanaan Strategis Sistem Informasi: Studi Kasus Rumah Sakit Daerah Ciawi. (Thesis Sekolah Pascasarjana Jurusan Teknologi Informasi, Universitas Indonesia).
- [27] Wedhasmara A. 2007. Langkah-Langkah Perencanaan Strategis Sistem Informasi dengan Menggunakan Metode Ward Dan Peppard. Palembang: Universitas Sriwijaya.
- [28] Wedhasmara, Ari. 2008. Perencanaan Strategis Sistem Informasi pada Organisasi Pemerintah Daerah (Studi Kasus: Pemda Kab. Purwakarta). (Thesis Sekolah Pascasarjana Jurusan Teknologi Informasi, Universitas Indonesia).
- [29] Wijaya, Andri. 2010. Perencanaan Strategis Sistem Informasi SMA Kusuma Bangsa Palembang. (Thesis Sekolah Pascasarjana Jurusan Teknologi Informasi, Universitas Indonesia).

