

Perencanaan Strategis Sistem dan Teknologi Informasi Pada PT. Eloda Mitra

Ni Luh Septiana Dharmayanti ¹⁾ Pantjawati Sudarmaningtyas ²⁾ Yoppy Mirza Maulana ³⁾

Program Studi/Jurusan Sistem Informasi

STMIK STIKOM Surabaya

Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email : 1)11410100005@stikom.edu , 2)pantja@stikom.edu, 3)yoppy@stikom.edu

Abstract: *The main activities of PT.Eloda Mitra have used application in daily activities, but those applications are still based on each division. This will cause the business processes become uncontrollable and data in each division is not integrated. A way to solve the problem in PT. Eloda Mitra is with strategic planning with Anita Casidy method, where in the planning started from upstream to downstream of the company. Anita casidy method having 4 (four) stage that are visioning, analysis, direction, recommendation. The result of that method is IS strategy, IT strategy dan IT management. Results of this research are as follows, IS Strategy that are repairing vendor ordering system by using STI, making customer complain centre, making STI data security system, making changes SDM system which the recruitment of new staff to making standard operating procedure, and updating the website. The result of thi method also obtain IT strategy that are apply a system of management equipment repair for improve network management, increased clustering activity and SANs, Review the design and the use of data center to ensure discharging that can save, using PDA in business process. IT management for supporting IS and IT strategy is composing management human resources for all planning and conduct training human resources*

Keywords: *Strategic Planning, Anita Casidy, PT. Eloda Mitra*

Kegiatan utama pada PT Eloda Mitra sudah menggunakan aplikasi dalam kegiatan sehari-hari, namun aplikasi tersebut masih berdasarkan setiap bagian. Hal ini akan menyebabkan proses bisnis menjadi tidak terkontrol dan data di setiap bagian menjadi tidak terintegrasi. Dengan tidak adanya integrasi di setiap bagian di PT Eloda Mitra ini menimbulkan dampak yang negatif bagi perusahaan. Dampak yang ditimbulkan yaitu proses pengerjaan produk membutuhkan waktu lebih lama, sehingga membutuhkan biaya produksi yang lebih tinggi. Biaya produksi yang lebih tinggi akan mempengaruhi harga jual produk yang tinggi. (Sunarto, 2004)

Tujuan yang akan di capai pada tugas akhir ini adalah menghasilkan dokumen perencanaan yang di gunakan PT Eloda Mitra dalam strategi pengembangan SI/TI untuk 3 tahun kedepan yang terdiri dari *roadmap*, *business case* serta portofolio kebutuhan STI yang sesuai kebutuhan perusahaan.

Menurut Cassidy (2006), perencanaan adalah suatu harapan dalam penetapan tujuan organisasi/perusahaan dan membuat sebuah rumusan sistem perencanaan yang secara menyeluruh sehingga seluruh pekerjaan dapat diintegrasikan dan dikoordinasikan untuk

mencapai sebuah tujuan organisasi/perusahaan. Menurut Ward and Peparad (2002), perencanaan strategis STI adalah sebuah proses untuk mengidentifikasi portofolio aplikasi SI yang berbasis komputer, yang nantinya akan berguna dalam mendukung organisasi dalam melakukan rencana bisnis dan merealisasikan tujuan bisnisnya. Perencanaan strategis STI yang dijelaskan oleh Cassidy (2006) terdapat 4(empat) tahapan yaitu *Visioning, Analysis, Direction, Recommendation*.

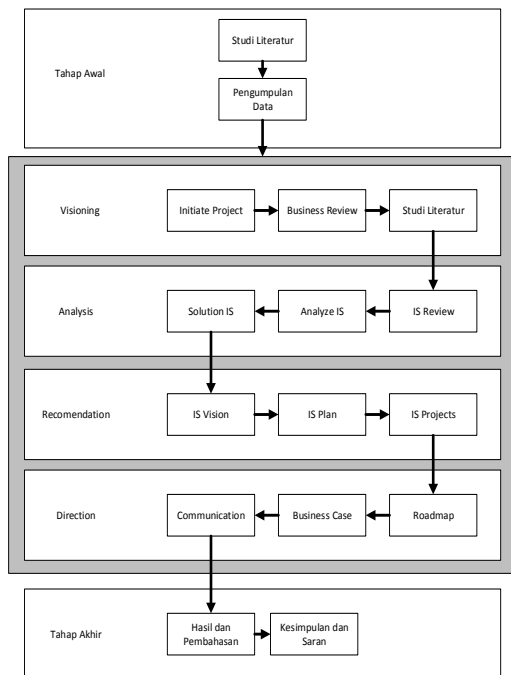
Value Chain atau yang biasanya disebut rantai nilai adalah sebuah kumpulan kegiatan perusahaan dan analisis ini dilakukan untuk mendesain, memproduksi, memasarkan, mengirimkan dan support produk (Porter, 1985). Didalam rantai nilai terdapat 2 (dua) kegiatan yaitu kegiatan tambahan dan kegiatan utama.

Ward & Peppard (2002) Portofolio aplikasi McFarlan di gunakan untuk menilai kontribusi STI serta efeknya pada kesuksesan bisnis perusahaan. Portofolio ini mempertimbangkan kontribusi STI pada masa ini dan masa yang akan datang yang di bagi dalam 4 kuadran. Pembagian kuadran ini bergantung pada kontribusi STI yang di berikan bagi perusahaan. Kuadran tersebut adalah

kuadran *strategic*, *key operational*, *support*, dan *high potential*.

METODE PENELITIAN

Pada sub bab ini akan di bahas tentang perencanaan yang di gunakan untuk menyusun strategis STI. Pembahasan ini mencakup semua proses yang perlu di lakukan dari awal hingga hasil akhir yang di inginkan. Tahap perencanaan STI dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Tahap perencanaan STI

Tahap Awal

Pada tahap awal terdapat dua step yang harus dilakukan yaitu melakukan studi literatur serta melakukan pengumpulan data yang berkaitan dengan perencanaan startegis STI pada PT Eloda Mitra.

Tahap Pengembangan

Setelah melakukan tahap awal, maka selanjutnya yaitu melakukan tahap pengembangan, dimana terdapat 4 step yang terdiri dari *Visioning*, *Analysis*, *Direction*, *Recommendation*.

1. *Visioning*

Pada tahap ini terdapat 3 tahapan yaitu identifikasi tujuan, sasaran, dan ruang lingkup perusahaan.; *value chain*, SWOT bisnis.

2. *Analysis*

Pada tahap ini terdapat 3 tahapan yaitu tren IS, SWOTIS, IS scorecard.

3. *Direction*

Pada tahap *direction* terdapat beberapa tahapan yaitu visi IS, misi IS, tujuan IS, strategi IS, solusi IS, portofolio aplikasi mendatang, *business strategy*.

4. *Recommendation*

Tahap ini mendokumentasikan proyek dengan membuat roadmap secara merinci untuk menguraikan beberapa tahun mendatang seperti merangkum biaya, waktu, dan sumber daya yang dibutuhkan.

Tahap Akhir

Pada tahap akhir ini dimana kita telah melakukan penyusunan perencanaan STI yang telah di validasi oleh pihak perusahaan maupun pengembang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Visioning

1. Identifikasi Tujuan, Sasaran dan Ruang Lingkup Perusahaan.

PT. Eloda Mitra merupakan salah satu perusahaan pengolahan daging di Indonesia dan perusahaan ini memiliki tujuan perusahaan yang berupa “Perusahaan daging olah dan bakery terdepan yang menjadi pilihan utama pelanggan, maka perusahaan berusaha untuk menjamin kepuasan pelanggan dengan produk yang berkualitas, aman, sehat, inovatif dan halal.

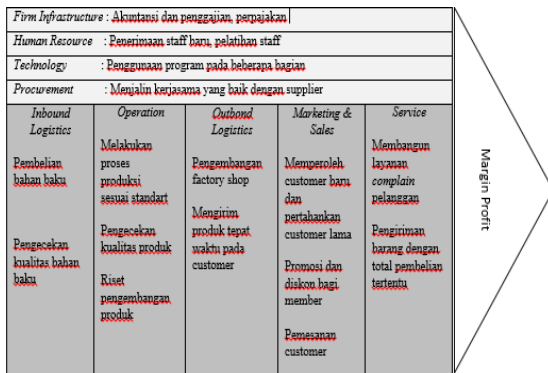
PT. Eloda Mitra tentunya memiliki sasaran dalam penjualan produknya, sasaran primer yang dituju yaitu perusahaan retail besar seperti Giant, Hypermart, Hero, Carrefour, dan Lotte Mart. Sasaran sekunder yang dituju oleh PT. Eloda Mitra yaitu pembeli eceran yang datang pada factory shop Bernardi.

PT. Eloda Mitra memiliki beberapa produk yang dimiliki untuk dipasarkan pada konsumen. Produk PT. Eloda Mitra yang paling banyak yaitu produk daging olahan seperti bakso pentol, sosis dan daging ham untuk makanan burger. Oleh karena itu PT. Eloda Mitra adalah perusahaan yang lebih konsen pada produk daging olahan.

2. Value Chain

Value Chain ini digunakan untuk mengetahui seluruh aktivitas bisnis yang ada di

perusahaan. Aktivitas bisnis perusahaan dapat di bagi menjadi dua kategori yaitu aktivitas bisnis utama dan aktivitas bisnis pendukung.



Gambar 2. Value Chain PT. Eloda Mitra

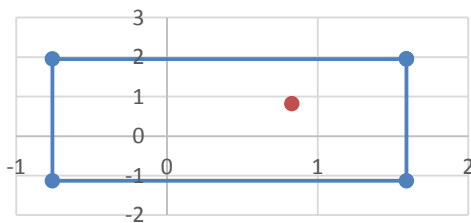
Keterangan :

- : Aktivitas Pendukung
- : Aktivitas Utama

3. Analisa SWOT Bisnis

Berdasarkan hasil analisa SWOT, PT. Eloda Mitra terletak pada Kuadran I yang mendukung startegi agresif. Situasi ini merupakan situasi yang menguntungkan sebab memiliki kekuatan serta peluang.

Koordinat perusahaan PT Eloda Mitra



Gambar 3. Posisi koordinat perusahaan saat ini

Berdasarkan kuadran I maka strategi yang cocok untuk diterapkan yaitu :

1. Memanfaatkan market share perusahaan yang cukup luas untuk mengatasi pertumbuhan konsumen daging olah disetiap tahunnya.
2. Membuat inovasi produk baru dengan kualitas yang tinggi dengan menggunakan bahan baku bersertifikat halan dan pengecekan kualitas melalui uji laboratorium.
3. Terus menerapkan Quality Control pada semua aspek yang berhubungan dengan

produksi untuk meminimalisir sabotase dari karyawan.

4. Membuat standart minimal yang harus dipenuhi oleh vendor untuk supply bahan baku.
5. Memperbaiki sistem kerja perusahaan dengan pembuatan SOP di setiap bidang dengan tujuan memperbaiki kualitas kerja perusahaan meginggat konsumen daging olahan setiap tahun mengalami peningkatan.
6. Memperbaiki kualitas produksi dan management stok barang dengan memilih vendor dengan kualitas terbaik.

Analysis

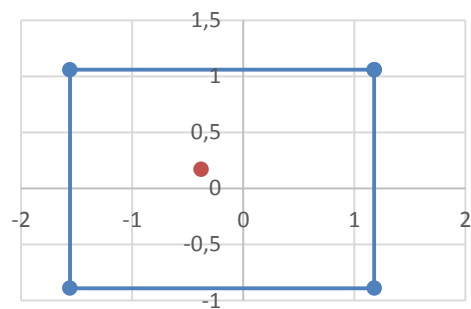
1. Tren IS

Tren IS yang digunakan karena sesuai dengan kondisi PT. Eloda Mitra yaitu device mesh, Information of everything, advanced machine learning, adaptive security architecture, advanced system architecture, dan mesh app and service architecture.

2. Analisa SWOT IS

Berdasarkan analisa SWOT IS maka PT. Eloda Mitra terletak pada Kuadran II dimana strategi yang akan diterapkn yaitu strategi rasioznalisasi.

Koordinat STI PT Eloda Mitra



Gambar 4. Posisi koordinat perusahaan saat ini

Berdasarkan Kuadran II maka strategi yang cocok untuk diterapkan untuk mengatasi permasalahan IS perusahaan yaitu :

1. Melakukan update pada website perusahaan dengan selalu memasukkan produk baru ke web perusahaan.
2. Melakukan perbaikan sistem dalam pemesanan bahan baku kepada vendor dengan memanfaatkan STI yang telah dikembangkan

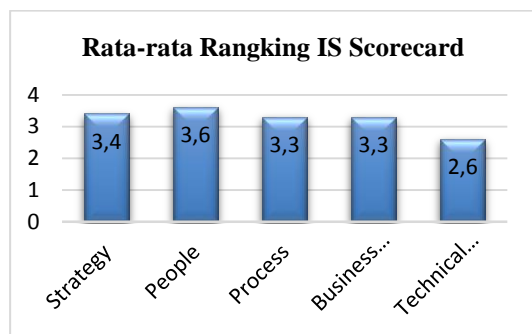
3. Membuat layanan complain untuk customer mengenai pelayanan perusahaan.
4. Mengupdate website perusahaan sesering mungkin untuk menyampaikan informasi produk perusahaan kepada konsumen.
5. Memaksimalkan web perusahaan dan mengoptimalkan STI perusahaan untuk tetap bersaing dengan kompetitor yang menggunakan STI.
6. Membuat sistem keamanan data STI dengan menggunakan dana khusus yang dialokasikan.
7. Melakukan perbaikan sistem pada SDM perusahaan dari hal perekrutan SDM staff IT baru hingga pembuatan SOP pekerjaan staff IT.
8. Melakukan perubahan sistem STI perusahaan yang dilakukan oleh staff IT sehingga perusahaan akan tetap bisa bersaing dengan kompetitor dan mengikuti perkembangan STI.

3. Mengembangkan IS Scorecard.

Scorecard Summary yang terdapat pada PT. Eloda Mitra yaitu :

Tabel 1. Scorecard Summary

No	Aspek Penilaian	Rata-rata Rangkaing
1	Strategy	3,4
2	People	3,6
3	Process	3,3
4	Business application	3,3
5	Technical infrastructure	2,6



Gambar 5. Rata-rata Rangkaing IS Scorecard

Direction

1. Visi IS

Menjadi perusahaan yang melaksanakan pengembangan, pemberian layanan berbentuk

tekonologi informasi dan komunikasi yang berbasis IT.

2. Misi IS

- a. Membangun web perusahaan
- b. Membuat layanan call centre perusahaan
- c. Membangun dan merancang aplikasi yang mendukung seluruh proses bisnis perusahaan.
- d. Membuat program yang dapat memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan secara online

3. Tujuan IS

- a. Membuat system dan solusi untuk kepuasan customer.
- b. Memperluas pangsa pasar perusahaan.
- c. Mempermudah pemesanan bahan baku kepada vendor.
- d. Meningkatkan kinerja perusahaan.
- e. Meminimalisir adanya sabotase data – data perusahaan

4. Strategi IS

- a. Membuat website perusahaan
- b. Mempromosikan web perusahaan.
- c. Membuat system dan pemesanan bahan baku pada vendor
- d. Membuat layanan complain bagi customer
- e. Membuat system keamanan data
- f. Pembuatan SOP pada setiap divisi

5. Solusi STI

Solusi STI merupakan sebuah rancangan aplikasi yang mempunyai fungsi tertentu, dimana fungsi diambil berdasarkan sesuai dengan aktivitas serta kebutuhan STI perusahaan. Solusi STI didapatkan dari aktivitas perusahaan yang disesuaikan dengan kebutuhan STI sehingga solusi STI dapat membantu proses bisnis perusahaan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 2. Solusi STI

No	Solusi STI
1	SI Pembelian
2	SIG Supplier
3	SI Manufactur
4	Sistem Informasi persediaan bahan baku
5	SI Quality Control
6	Sistem Informasi Produksi
7	Tata Kelola Teknologi Informasi (TKTI) Kualitas Produk
8	Sistem Pengendalian Proses
9	Sistem Pemprosesan Transaksi
10	SI Penjualan

11	SPK produk yang di kembangkan
12	Sistem Informasi Strategis
13	SPK Penentuan Rute Terpendek
14	SI Pendistribusian
15	Sistem Informasi Pemasaran
16	Sistem Komunikasi dan Kolaborasi
17	CRM (Customer Relationship Management)
18	SI Akutansi
19	SI Penggajian
20	SI Keuangan
21	Sistem Informasi Perpajakan
22	SI SDM
23	Sistem Perekrutan Karyawan
24	Sistem Penilaian dan Pelatihan Kinerja Karyawan
25.	E-Procurement

6. Portofolio Aplikasi Mendatang

Potofolio aplikasi mendatang berisi pertanyaan berdasarkan McFarlan yang berguna untuk memetakan aplikasi STI berdasarkan kontribusinya.

Tabel 3. Portopolio Aplikasi Mendatang

No	Pertanyaan
1	Apakah solusi STI menghasilkan keuntungan kompetitif yang jelas bagi perusahaan ?
2	Apakah dengan solusi STI ini dapat di gunakan dalam mencapai tujuan bisnis yang spesifik ?
3	Apakah dengan solusi STI dapat mengatasi kerugian bisnis yang berkaitan dengan pesaing perusahaan ?
4	Apakah dengan solusi STI dapat menghindarkan resiko bisnis yang akan menjadi masalah utama di masa yang akan datang ?
5	Apakah dengan solusi STI dapat meningkatkan produktifitas bisnis dengan mengurangi biaya jangka panjang ?
6	Apakah dengan solusi STI dapat memungkinkan organisasi untuk memenuhi kebutuhan yang muncul ?
7	Apakah dengan solusi STI dapat memberikan manfaat yang belum dapat di ketahui namun memungkinkan untuk menghasillkan poin a dan b ?

Nomer	Keterangan
-------	------------

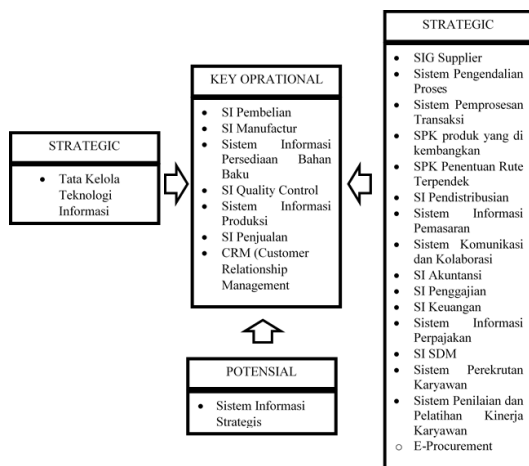
Pertanyaan	
1 dan 2	Strategic
3 dan 4	Key Operational
5 dan 6	Support
7	Potential

Berdasarkan pertanyaan diatas didapatkan sebuah jawaban yang akan dimasukkan kedalam solusi STI berdasarkan kuadran McFarlan.

Tabel 4. Kuadran McFarlan

Strategic	Support
- Tata Kelola Teknologi Informasi Kualitas Produk	- SIG Supplier - Sistem Pengendalian Proses - Sistem Pemrosesan Transaksi - SPK produk yang di kembangkan - SPK Penentuan Rute Terpendek - SI Pendistribusian - Sistem Informasi Pemasaran - Sistem Komunikasi dan Kolaborasi - SI Akutansi - SI Penggajian - SI Keuangan - Sistem Informasi Perpajakan - SI SDM - Sistem Perekrutan Karyawan - Sistem Penilaian dan Pelatihan Kinerja Karyawan - E-Procurement
Key Operational	Potential
- SI Pembelian - SI Manufactur - Sistem Informasi Persediaan Bahan Baku - SI Quality Control - Sistem Informasi Produksi - SI Penjualan - CRM (Customer Relationship Management	- Sistem Informasi Strategis

Tahap selanjutnya setelah pembuatan kuadran McFarlan yaitu penentuan prioritas disetiap solusi STI yang berdasarkan pada point yang terdapat dalam deskripsi proyek. Hasilnya system informasi perusahaan di prioritaskan kepada solusi yang bersifat Key operational yang biasa di gunakan dalam membantu kinerja staff. Selanjutnya pengembangan system informasi akan di perioritaskan pada solusi STI yang bersifat support, potential dan strategic. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 6. Pemetaan McFarlan

7. Business Strategy

Pada tahap ini akan membahas mengenai arah perusahaan dalam menentukan solusi STI yang di rancang. Business strategic memiliki 6 bahasan yaitu : *business strategiy*, *IS strategy*, *technology*, *IS organization*, *IS processes*, *IS metrics*. *Business strategy* yang di gunakan oleh PT Eloda Mitra yaitu *product leadership*.

Tabel 5. Bussiness Strategy

Business Strategy	IS Organization
1. Berfokus pada produksi barang dengan banyaknya variasi produk yang di luncurkan	1. Setiap divisi memiliki tanggung jawab pekerjaan masing asing
2. Melakukan riset kebutuhan dan selera konsumen di masa yang akan datang	
3. Memiliki standard yang berkaitan dengan kualitas produk.	
4. Melakukan eksploitasi pasar	

Technology	IS Metrics
1. Staff harus dapat menguasai STI yang ada	1. Mengikuti waktu pengerjaan proyek STI
2. Penggunaan teknologi pada bagian pemesanan bahan baku, produksi, <i>quality control</i> , RnD dll.	
IS Strategy	IS Process
1. STI membantu proses bisnis.	1. Keunikan STI akan mempengaruhi biaya yang di keluarkan.
2. STI dapat mendukung strategi perusahaan.	
3. STI dapat membantu mengamankan data yang di miliki perusahaan.	2. Mengembangkan sistem informasi sesuai tahapan.
4. STI dapat membantu perusahaan untuk dapat menjalin hubungan yang baik dengan vendor maupun customer.	
5. STI dapat membantu mengiklnkan prodk yang di miliki perusahaan	

Recommendation

1. Summarise Cost

Didalam pembiayaan memiliki 4 (empat) jenis yaitu biaya resource, hardware, license, miscellaneous. Penghitungan semua biaya di atas bertujuan untuk mengetahui pengeluaran yang dibutuhkan perusahaan dalam merancang proyek STI. Pada biaya license tidak terdapat biaya dikarenakan perusahaan sudah memiliki programnya sehingga tidak perlu untuk membayar license.

Tabel 6. Jenis dan Total Pembiayaan

No	Klasifikasi Biaya	Total Biaya Strategi
1	Biaya Resource	Rp577.469.656
2	Biaya Hardware	Rp. 15.050.000
3	Biaya License	Rp. 0
4	Biaya Miscellaneous	Rp. 192.240.897

2. Business Case

Business case berpedoman pada ROI, dan ROI didapatkan dari biaya pengeluaran dibagi dengan biaya total proyek dan dikali 100%. Hasil dari ROI berupa presentase kelayakan

proyek yang dibuat oleh perusahaan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 7. Business Case

Nama proyek STI	ROI
SI Pembelian	1
SIG Supplier	2
SI Manufaktur	2
Sistem Informasi Persediaan Bahan Baku	2
SI Quality Control	1
Sistem Informasi Produksi	1
Tata Kelola Teknologi Informasi Kualitas Produk	1
Sistem Pengendalian Proses	1
Sistem Pemrosesan Transaksi	2
SI Penjualan	2
SPK produk yang di kembangkan	2
Sistem Informasi Strategis	3
SPK Penentuan Rute Terpendek	2
SI Pendistribusian	1
Sistem Informasi Pemasaran	2
Sistem Komunikasi dan Kolaborasi	2
CRM (Customer Relationship Management)	2
SI Akuntansi	2
SI Penggajian	2
SI Keuangan	2
Sistem Informasi Perpajakan	2
SI SDM	2
Sistem Perekrutan Karyawan	2
Sistem Penilaian dan Pelatihan Kinerja Karyawan	2
E-Procurement	2

Melihat tabel diatas bahwa nilai semua proyek yang akan dilakukan memiliki nilai positif atau >0 sehingga dapat disimpulkan bahwa proyek yang akan dilakukan layak untuk dilakukan.

KESIMPULAN

Dalam pembuatan perencanaan strategis STI pada PT. Eloda Mitra menggunakan metode anita casidy dilakukan dengan empat tahap yaitu *Visioning, Analysis, Direction, Recommendation.*

Berdasarkan dari hasil analisa ke-empat tahapan tersebut didapatkan 25 solusi IT, 6 strategi bisnis dan 8 strategi IS. Untuk pembiayaan project didapatkan empat jenis biaya

yaitu biaya resource sebesar Rp. 577.469.656, biaya hardware sebesar 15.050.000, biaya license sebesar Rp. 0-, dan biaya miscellaneous sebesar Rp. 192.240.897.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex, J Sherrer. 2009. Your Key to PMP Certification and Understanding the PMBOK Fourth Edition. United States . Project Management Institute.
- Cassidy, Anita. 2006. A Practical Guide to Information Systems Strategic Planning 2nd edition. Florida: St. Lucie.
- David, Fred R., 2006. Manajemen Strategis. Edisi Sepuluh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Kearns, K.P. 1992. From Comparative Advantage to Damage Control: Clarifying Strategic Issues Using SWOT Analysis 3rd edition.
- Putra, A.P, Pratama, P dan Wijaya, A. 2013. Perencanaan Strategi Sistem dan Teknologi Informasi pada PT Angkasa Pura II. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Porter, Michael. 1992. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors.
- Semiawan dan Middleton. 1999. Strategic Information Planning and Campus Information Systems Development in Indonesia. Bandung: Politeknik-Institut Teknologi Bandung.
- Sibarani, Alexander J.P., 2011, Karya Akhir: Perencanaan Strategis Sistem Informasi pada Rumah Sakit Vita Insani, Jakarta: Program Magister Teknologi Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Indonesia
- Sunarto. 2004. Akuntansi Biaya. Yogyakarta. AMUS Yogyakarta.
- Titthasiri, Wanwipa. 2000. Information Technology Strategic Planning Process for Institutions of Higher Education in Thailand. Thailand: Rangsit University Pathumthani.
- Ward, John, and Joe Peppard. 2002. Strategic Planning for Information Systems. Chichester: J. Wiley.