

Perencanaan Strategis Sistem Informasi untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pemasaran pada CV. Global Multi Trading Purwokerto

1st Fachrizal Dwi Januarzhi
Sistem Informasi
STMIK Amikom Purwokerto
Purwokerto, Indonesia
fachrizald@gmail.com

2nd Eko Yudi Supriyanto
Teknik Informatika
STMIK AMIKOM Purwokerto
Purwokerto, Indonesia
okeyud9@gmail.com

3rd Muhamad Awiet Wiedanto Prasetyo
Sistem Informasi
STMIK AMIKOM Purwokerto
Purwokerto, Indonesia
mawp@amikompurwokerto.ac.id

Abstrak-Salah satu cara untuk menciptakan keunggulan kompetitif adalah melalui penggunaan sistem informasi dan teknologi informasi dengan merumuskan sistem informasi strategis atau rencana teknologi informasi. CV. Global Multi Trading Purwokerto belum menerapkan sistem informasi dan teknologi informasi dalam mendukung kegiatan bisnisnya. Kesalahan penulisan yang umum, perhitungan harga barang, pemrosesan transaksi, kehabisan stok produk ketika ada pesanan dari pelanggan dan hilangnya cadangan data karena mereka masih menggunakan komputerisasi dan pembukuan. Input data membutuhkan waktu yang lama karena data harus diketik satu per satu dan mengacu pada data yang sebelumnya tercatat dalam buku, lalu diketik ke komputer. Pemasaran online juga belum dilaksanakan karena tidak ada sumber daya manusia yang mampu mengelola pemasaran produk online. Dari penelitian ini penulis akan membuat suatu perencanaan strategis sistem informasi untuk merealisasikan visi dan misi perusahaan untuk meningkatkan daya saing dan pemasaran di perusahaan. Metode yang digunakan adalah Ward and Peppard dengan analisis SWOT, Balanced Scorecard, Value Chain, CSF, PEST, Porter's Five Models, dan Mc Farlan Strategic Grid. Hasil dari penelitian ini adalah aplikasi SI yang diusulkan yaitu Manajemen SI, Situs Web E-Commerce, SI Keuangan, SI Pekerjaan, SI Pengiriman, SIKER, dan Aplikasi Toko Ritel.

Keywords: *Strategic Planning, Information Systems, Ward and Peppard, Competitive Advantage, CV, Information Technology*

I. PENDAHULUAN

Sistem informasi dan Teknologi informasi merupakan tuntutan bagi perusahaan untuk diterapkan agar dapat bersaing dengan pesaingnya yang juga menggunakannya sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif. Seiring dengan perkembangan dunia sistem informasi dan teknologi informasi (SI/TI), perusahaan membutuhkan sebuah perencanaan strategi sistem informasi atau teknologi informasi di organisasi tersebut untuk menciptakan keunggulan kompetitif (*Competitive Advantage*) agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya[3].

Salah satu cara untuk menciptakan keunggulan kompetitif (*Competitive Advantage*) adalah melalui pemanfaatan sistem informasi dan teknologi informasi dengan menyusun perencanaan strategis SI/TI. Perkembangan sistem informasi dan teknologi informasi saat ini mengarah pada pemanfaatan sistem informasi dan teknologi informasi yang telah

memasuki dan menjadi sebuah alternatif didalam pengelolaan dan penyelenggaraan kegiatan perusahaan. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin berkembang, maka semakin bertambah pula kompetisi diantara perusahaan-perusahaan yang ada saat ini[1].

Untuk menghadapi persaingan bisnis saat ini pemanfaatan SI/TI sangat diperlukan untuk mengarahkan perusahaan agar memiliki strategi yang tepat yang berguna untuk mendukung kemajuan bisnis perusahaan baik untuk saat ini ataupun untuk masa yang akan datang. Persaingan bisnis saat ini bukan berlaku di perusahaan dengan skala besar saja akan tetapi juga perusahaan yang masih berskala kecil seperti *Comanditaire Vennotschap (CV)* terdapat pada Pasal 19 Kitab Undang – Undang Hukum Dagang (KUHD) adalah suatu perusahaan atau perseroan yang dibentuk antara satu orang atau beberapa orang persero yang secara tanggung menanggung dan bertanggung jawab untuk seluruhnya pada satu pihak, dan satu orang lebih sebagai pelepas uang pada pihak lain [10].

CV. Global Multi Trading Purwokerto merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pengadaan alat-alat kesehatan, laboratorium, dan *medical*. CV. Global Multi Trading didirikan pada tanggal 15 Oktober 2010 oleh Bapak Adi Prastowo dengan akta pendirian notaris Ratna Dwi Anrarsi, SH. No. 01. yang memiliki empat divisi utama yaitu divisi pimpinan, divisi operasional, divisi pemasaran, dan divisi pengiriman dengan jumlah karyawan enam orang. Dalam upaya menjalankan bisnisnya yang sejalan dengan visi dan misi perusahaan yaitu menjadi perusahaan penyedia alat-alat kesehatan, laboratorium, dan *medical* yang mempunyai daya saing baik ditingkat lokal maupun luar daerah, hal ini tentunya tidak mudah karena ditemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan kegiatan bisnis pada perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pimpinan perusahaan yaitu Bapak Adi Prastowo, ditemukan permasalahan yang menjadi kendala bagi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya antara lain ketika terjadi kesalahan penulisan atau penghitungan harga barang, ketika melakukan transaksi, kehabisan stok produk ketika ada pesanan dari *costumer*, dan kehilangan *backup data*. Semua masih dilakukan dengan sistem komputerisasi dengan menggunakan aplikasi *Microsoft Word 2010, Microsoft Excel 2010* dan pembukuan.

Selain itu Pemasaran pada CV tersebut masih menggunakan cara lama yaitu menggunakan proposal kerja sama dengan dibantu bagian *sales marketing*. Akan tetapi minimnya informasi yang didapat oleh konsumen tentang informasi produk perusahaan masih minim karena

perusahaan belum menerapkan pemasaran secara *online*. Hal itu terjadi karena tidak ada SDM yang mampu mengelola pemasaran secara *online* pada CV tersebut. Persaingan bisnis saat ini membuat CV. Global Multi Trading terus berbenah dan terus berupaya untuk tetap menjalankan bisnisnya agar bisa bersaing dengan perusahaan lain. Untuk menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan penggunaan dan penerapan SI/TI secara tepat bisa menjadi solusi yang tepat dengan cara menyusun perencanaan strategis sistem informasi.

Untuk menghadapi persaingan bisnis saat ini pemanfaatan SI/TI sangat diperlukan untuk mengarahkan perusahaan agar memiliki strategi yang tepat yang berguna untuk mendukung kemajuan bisnis perusahaan baik untuk saat ini ataupun untuk masa yang akan datang. Menerapkan SI/TI secara efektif, dibutuhkan suatu langkah strategis dengan menyusun perencanaan strategis sistem informasi. Perencanaan strategis sistem informasi ini berarti merencanakan keseluruhan sistem informasi yang saling berkaitan dengan fungsi dan proses bisnis perusahaan yang bertujuan untuk menghasilkan suatu sistem informasi yang efisien dan tepat sasaran dalam tujuan mencapai kinerja perusahaan yang lebih baik[6].

Dalam menyusun perencanaan strategis sistem informasi dibutuhkan kerangka kerja (*Framework*) yang menjadi acuan agar hasil yang diharapkan sesuai dengan kebutuhan, terarah, dan tepat sasaran. *Framework Ward and Peppard* adalah kerangka kerja perencanaan strategis sistem informasi yang dapat memberikan manfaat bagi tujuan bisnis organisasi dengan menangkap peluang, bisnis, dan adanya fenomena semakin meningkatnya keunggulan kompetitif organisasi karena mampu memanfaatkan potensi sistem informasi dan teknologi informasi secara maksimal

II. LANDASAN TEORI

A. Perencanaan

Perencanaan adalah meminimalkan resiko kegagalan dalam organisasi dan ketidakpastian tindakan dengan mengasumsikan kondisi di masa mendatang dan menganalisis konsekuensi dari setiap tindakan yang akan dilaksanakan. Dengan demikian perencanaan berisi tahap yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi dan fungsi lainnya agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan efektif [9]. Proses perencanaan melalui tahap manajerial untuk mengembangkan dan mempertahankan kesesuaian yang layak antara sasaran dan sumber daya perusahaan serta peluang pasar yang selalu berubah [12]. Perencanaan merumuskan berbagai asumsi-asumsi yang berkaitan dengan kegiatan di masa yang akan datang. Hal ini menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan tertentu untuk mencapai hasil yang maksimal [11].

Berdasarkan definisi diatas perencanaan disimpulkan sebagai suatu proses untuk meminimalkan resiko kegagalan dalam organisasi untuk menganalisis konsekuensi dari setiap tindakan yang akan dilaksanakan dalam membentuk proses manajerial untuk mengembangkan.

B. Perencanaan Strategis Sistem Informasi

Perencanaan strategis sistem informasi merupakan proses identifikasi terhadap penerapan sistem informasi berbasis teknologi yang sedang berjalan dan menganalisis kebutuhannya untuk keperluan masa depan perusahaan atau organisasi[2]. Perencanaan strategis sistem informasi merupakan proses analisis, perumusan serta evaluasi strategi untuk tujuan jangka panjang yang menggambarkan tujuan

sistem dan arsitektur teknologi untuk mencapai tujuan sebuah organisasi [12].

Berdasarkan definisi diatas perencanaan strategis SI/TI disimpulkan sebagai proses analisis, perumusan serta evaluasi strategi untuk tujuan jangka panjang yang mempelajari pengaruh SI/TI terhadap kinerja bisnis dan kontribusi bagi organisasi dalam proses identifikasi dokumen *ISSP* aplikasi SI berbasis komputer yang akan mendukung organisasi berkembang sesuai dalam pelaksanaan rencana bisnis dan merealisasikan tujuan bisnisnya.

C. Daya Saing

Daya saing didefinisikan sebagai kemampuan suatu sektor, industri, atau perusahaan untuk bersaing dengan sukses untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dalam lingkungan global selama biaya imbangnya lebih rendah dari penerimaan sumber daya yang digunakan[6].

Untuk mengantisipasi persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan harus dapat meningkatkan kemampuan daya saing perusahaan dalam percaturan bisnis perusahaan, karena dengan memiliki daya saing suatu perusahaan bisa mengatasi persaingan bisnis yang ketat dengan perusahaan lainnya. Karena tanpa daya saing yang tinggi, menyebabkan suatu perusahaan tidak dapat bertahan dan memenangkan persaingan dengan perusahaan lain [5].

Berdasarkan definisi diatas daya saing disimpulkan sebagai kemampuan perusahaan untuk bersaing dengan sukses untuk mengantisipasi persaingan bisnis yang kian ketat, perusahaan harus dapat meningkatkan kemampuan daya saing perusahaan dalam percaturan bisnis perusahaan, Karena tanpa daya saing yang tinggi, menyebabkan suatu perusahaan tidak dapat bertahan dan memenangkan persaingan dengan perusahaan lain.

D. Pemasaran

Suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan [5].

Proses kegiatan pemasaran dipengaruhi oleh banyak hal diantaranya dari faktor sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajerial. Akibat dari pengaruh berbagai faktor tersebut adalah masing-masing kelompok atau individu menawarkan produk dan menciptakan nilai komoditas dengan tujuan mendapat laba semaksimal mungkin [8].

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan pemasaran yaitu proses suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan, individu, atau kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempetukarkan produk dan jasa bernilai dengan orang lain.

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara atau teknik yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data penelitian dimaksudkan untuk memperoleh bahan, keterangan, kenyataan, dan informasi yang dapat dipercaya. Adapun tahap-tahap dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah:

1. Observasi

Teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik dengan melakukan pengamatan pada objek penelitian. Observasi dilakukan untuk mengetahui aktifitas yang berkaitan dengan bisnis dan kondisi sistem informasi atau teknologi informasi saat ini di CV. Global Multi Trading.

2. Wawancara

Teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan dan potensi yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden lebih mendalam.

3. Studi Pustaka

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi yang diteliti, selain itu studi pustaka sangat penting dalam melakukan penelitian, karena mencari data atau informasi melalui jurnal ilmiah, buku, dan bahan publikasi lainnya.

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, gambar, dan karya monumental.

5. Kuesioner

Kuesioner disebut pula sebagai angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi.

B. Kerangka Pikir

Adapun kerangka pikir yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Identifikasi Proses Bisnis

Pada tahap ini melakukan identifikasi dari proses bisnis perusahaan dengan melakukan observasi, wawancara, studi pustaka, dan kuesioner pada CV. Global Multi Trading

2. Analisa Lingkungan Bisnis Internal

Tahap dimana melakukan analisis lingkungan bisnis *internal* dan *eksternal*. Dengan mencari informasi perusahaan tentang visi, misi, dan tujuan. Analisis lingkungan bisnis *internal* menggunakan analisis SWOT, CSF, *Value Chain* dan *Balanced Scorecard*

3. Analisa Lingkungan Bisnis Eksternal

Tahapan ini melakukan analisis lingkungan bisnis eksternal dengan mencakup aspek-aspek yang berada pada lingkungan luar organisasi yang mempengaruhi kinerja dari organisasi. Analisis lingkungan bisnis eksternal dilakukan dengan menggunakan metode analisis PEST, dan *Porter's Five force models*.

4. Analisis Lingkungan SI/TI Internal

Analisis lingkungan SI/TI *Internal* merupakan tahap proses dimana tahap analisis lingkungan SI/TI *internal* mencakup seperti teknologi yang dipakai saat ini, kematangan, cakupan bisnis, dan kontribusinya terhadap pencapaian tujuan.

5. Analisis Lingkungan SI/TI Eksternal

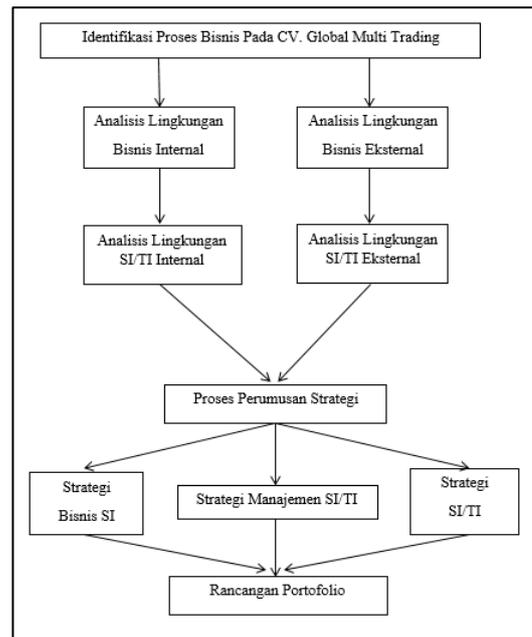
Analisis lingkungan SI/TI *Internal* merupakan tahap dimana tahap analisis lingkungan SI/TI *eksternal* mencakup seperti *trend* teknologi dan peluang-peluang yang ditimbulkannya, menggunakan SI/TI dari luar (*outsourcing*), pelanggan, pesaing, dan pemasok.

6. Proses Perumusan Strategi

Tahapan untuk merumuskan strategi yang berguna untuk perusahaan. Tahapan dalam proses ini terdiri dari Strategi Bisnis SI, Strategi Manajemen SI/TI dan Strategi SI/TI.

7. Rancangan Portofolio Aplikasi

Dari analisis dan perumusan strategi yang telah dilakukan maka, dihasilkan suatu rancangan portofolio untuk masa yang akan datang dengan menggunakan *McFarlan Strategic Grid*, yang diharapkan bisa menjadi penunjang kemajuan bisnis perusahaan.



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisa Lingkungan Bisnis *Internal*

1. Analisa SWOT

Analisis strategi disusun berdasarkan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis strategi digunakan untuk sebagai dasar pencapaian visi dan misi dari perusahaan. Ada empat strategi yang disusun yaitu strategi SO (*Strength and Oppurtinity*) digunakan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan memaksimalkan kekuatan yang ada pada perusahaan. Strategi tersebut bertujuan untuk memaksimalkan peluang yang ada dan kekuatan yang dimiliki perusahaan, sehingga nantinya menjadi strategi yang mampu untuk meningkatkan daya saing bagi perusahaan. Strategi WO (*Weakness and Oppurtinity*) yang digunakan untuk menangani kelemahan perusahaan berdasarkan peluang yang ada.

Strategi ST (*Strength and Threat*) digunakan untuk memanfaatkan kekuatan yang ada untuk menghadapi ancaman yang akan datang. Strategi WT (*Weakness and Oppurtinity*) digunakan untuk mengurangi kelemahan agar perusahaan terhindar dari ancaman. Strategi ini menjadikan nilai tambah untuk menghadapi persaingan bisnis dan meningkatkan proses bisnis pada perusahaan.

Tabel 1. Analisa SWOT CV. Global Multi Trading

	Strength	Weakness
Internal	1. Perusahaan terus meningkatkan kualitas produk dengan cara mengedepankan kepuasa sebagai pelanggan prioritas utama.	1. Belum menerapkan sistem informasi dan teknologi informasi dalam menjalankan bisnisnya.
	2. Perusahaan berfokus pada distribusi dan pemasaran alat-alat kesehatan.	2. Permodalan yang masih terbatas menyebabkan sulitnya mengembangkan bisnis perusahaan.
	3. Wilayah pemasaran sudah mencakup area Purwokerto, Pabalingga, Bumiayu, dan Cilacap.	3. Belum terdapat pembagian kerja yang jelas antar divisi, sehingga terkadang ada seseorang yang merangkap jabatan.
	4. Perusahaan selalu mengedepankan sifat kekeluargaan untuk menciptakan loyalitas antar pegawai dan suasana kerja yang nyaman.	4. Masih sering dijumpai kesalahan dalam penulisan dokumen.
	5. Perusahaan sudah menerapkan standar operasional sehingga berjalan efektif.	5. Belum menerapkan pemasaran secara <i>online</i> karena belum adanya SDM yang mampu mengelolanya.
	6. Rekap keuangan dilakukan perbulan untuk memantau keuangan perusahaan	6. Tidak memiliki dokumen perencanaan strategis sistem informasi untuk menunjang bisnis perusahaan.
Eksternal		7. Banyaknya kompetitor yang sudah menerapkan SI/TI.
	Opportunity	Strategi S-O
1. Lingkungan bisnis yang terus berkembang.	1. Evaluasi berkelanjutan dengan sales marketing untuk peningkatan kualitas perusahaan (S8, O2).	1. Menyusun perkembangan bisnis agar lingkungan bisnis perusahaan terus mengalami berkembang (W2, O1).
2. Peningkatan kualitas perusahaan.	2. Meningkatkan penawaran produk dengan lebih menonjolkan keunggulan produk dan berinovasi dalam dunia bisnis (S2, O4).	2. Menyusun dokumen perencanaan strategis sistem informasi untuk peningkatan efisiensi kinerja perusahaan (W5, O3).
3. Peningkatan efisiensi kinerja perusahaan.	3. Wilayah pemasaran yang sudah meluas dan kesempatan untuk bermitra bisnis dan memperluas area pemasaran.	3. Banyaknya kompetitor yang menjadikan kesempatan untuk meningkatkan kualitas perusahaan (W7, O2)
4. Berinovasi dalam dunia bisnis.	4. Kesadaran masyarakat akan alat-alat kesehatan.	
5. Kesempatan untuk bermitra bisnis dan memperluas area pemasaran.		
6. Kesadaran masyarakat akan alat-alat kesehatan.		

Tabel 1. Analisa SWOT CV. Global Multi Trading (Lanjutan)

Threat	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Para kompetitor sudah menerapkan SI/TI dalam menjalankan bisnisnya.	1. Perusahaan mengedepankan kualitas produk agar harga yang ditawarkan lebih ekonomis dan bisa dijangkau oleh konsumen (S2, T2).	1. Peningkatan modal dengan mengawasi dan memantau arus kas keuangan pada perusahaan (S7, W2).
2. Harga produk yang sama ditawarkan oleh para kompetitor lebih rendah sehingga mengancam produk dari perusahaan.	2. Perusahaan sudah menerapkan standar operasional agar bisa lebih unggul dari perusahaan pesaing (S6, T4).	2. Perusahaan selalu mengedepankan sifat kekeluargaan untuk menciptakan loyalitas agar pembagian kerja tiap divisi terbagi secara merata (S5, W3).
3. Kalah bersaing dengan perusahaan baru yang telah menggunakan strategi yang lebih baik.		3. Menerapkan sistem informasi untuk menunjang kelangsungan bisnis pada perusahaan agar dapat memperluas area pasar perusahaan (S4, W1).
4. Kompetitor sudah lebih baik dalam pemanfaatan teknologi.		

2. Analisa *Balanced Scorecard*

Digunakan untuk mengukur kinerja dari CV. Global Multi Trading berdasarkan visi, misi, dan tujuan perusahaan tersebut. Analisa *Balanced Scorecard* dapat dilihat pada Tabel 2. Analisa BSC CV. Global Multi Trading:

Tabel 2. Analisa BSC CV. Global Multi Trading

Visi dan Misi	
Menjadi perusahaan penyedia alat-alat kesehatan, laboratorium, dan <i>medical</i> yang terpercaya di Indonesia serta menjadi perusahaan distributor alat-alat kesehatan yang mempunyai daya saing ditingkat lokal maupun luar daerah	
Perspektif: Finansial	
Strategi	Measure
1. Mengembangkan produk/jasa secara signifikan agar nantinya mengalami pertumbuhan bisnis yang baik dan efektif.	1. Mengawasi perkembangan usaha dengan tetap memberikan produk unggulan agar mendapat mendapat kemajuan profit disetiap tahunnya.
2. Melakukan investasi dengan mempertahankan pangsa pasar yang ada saat ini dan memfokuskan <i>feedback</i> yang sudah dilakukan.	2. Melakukan penanaman modal yang bertujuan untuk memajukan bisnis perusahaan dan mendapatkan <i>feedback</i> yang maksimal.
3. Meminimalisir biaya operasional dengan memaksimalkan arus kas perusahaan dan menggunakannya secara efektif dan tepat	3. Manajemen dana perusahaan agar tidak mengalami penurunan profit
Perpektif: Pelanggan	
Strategi	Measure
1. Memberikan inovasi yang kreatif kepada pelanggan.	1. Inovasi bisnis.
2. Memberikan pelayanan yang optimal pada pelanggan agar pelanggan nantinya puas dengan pelayanan yang sudah diberikan.	2. Produk yang inovatif dan memiliki daya saing dengan produk lain baik dari segi kualitas maupun harga.
3. Meningkatkan profit perusahaan dengan menerapkan standar kompetensi pelayanan yang prima dan efektif.	3. Standar kompetensi perusahaan dipertahankan dan ditingkatkan.
	4. Pelanggan atau mitra bisnis selanjutnya akan terus bekerja sama dengan CV. Global Multi Trading.

Tabel 2. Analisa BSC CV. Global Multi Trading (Lanjutan)

Perpektif: Pelanggan	
Strategi	Measure
5. Menjaga hubungan dengan mitra bisnis agar terus bekerjasama	
Perspektif: Proses Bisnis Internal	
Strategi	Measure
1. Menentukan inovasi untuk mengembangkan pelayanan pada perusahaan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dengan cara melatih SDM yang ada saat ini agar memiliki kualitas yang baik. 2. Meningkatkan kepuasan kinerja pegawai, seperti memberikan sarana dan prasarana, dan kenaikan gaji agar loyalitas antar karyawan tetap terjaga.	1. Memaksimalkan kemampuan SDM pada perusahaan agar perusahaan bisa memiliki daya saing dan menciptakan keunggulan kompetitif. 2. Memberikan fasilitas yang memadai untuk memenuhi kebutuhan pegawai demi meningkatkan kinerja.
Perspektif: Pembelajaran dan Pertumbuhan	
Strategi	Measure
1. Memberikan pelatihan pada SDM dan meningkatkan kualitas SDM. 2. Menerapkan sistem informasi dan teknologi informasi yang sesuai dengan proses bisnis pada perusahaan agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan apa yang diinginkan perusahaan. 3. Meningkatkan kualitas perusahaan	1. Pelatihan berkala untuk pegawai agar perusahaan memiliki pegawai yang kompeten dan unggul. 2. Penerapan SI/TI yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. 3. Menjamin mutu dan selalu meningkatkan daya saing perusahaan dengan selalu memberikan evaluasi berkala pada kegiatan bisnisnya.

4. Analisa *Critical Success Factors* (CSF)

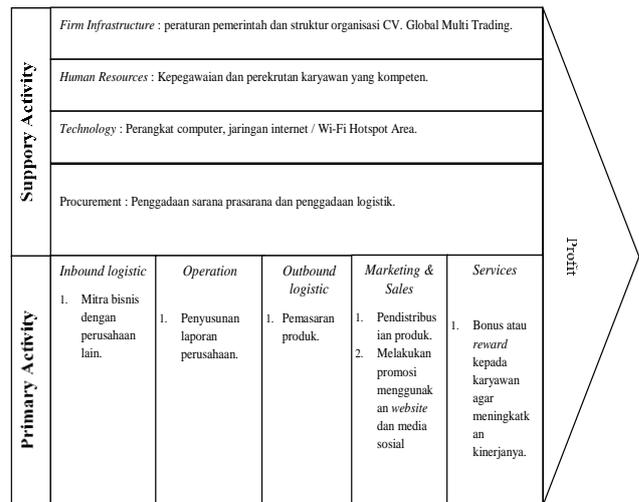
Analisis CSF merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kebutuhan apa yang diperlukan oleh sebuah organisasi. Identifikasi analisa CSF pada CV. Global Multi Trading dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 3. Analisa CSF CV. Global Multi Trading

Tujuan Utama	CSF	Key Performance Indicator
Menjadi perusahaan penyedia alat-alat kesehatan, laboratorium, sarana, dan prasarana medis apparel Rumah Sakit dan berbagai perlengkapan alat-alat kesehatan yang berupaya untuk menjalin komunikasi yang baik dengan instansi terkait dan menciptakan harmonisasi dan sinergi seluruh tim managemen untuk merealisasikan visi dan misi perusahaan dengan prinsip mewujudkan kepuasan pelanggan	1. Memperluas jangkauan area pasar perusahaan. 2. Meningkatkan kualitas dari <i>sales marketing</i> pada bagian pemasaran. 3. Menentukan langkah inovatif untuk mendorong peningkatan penjualan pada perusahaan. 4. Promosi produk melalui ide yang kreatif seperti menggunakan <i>website e-commerce</i> , media sosial, pameran, dan kerjasama. 5. Meningkatkan ketersediaan dana dengan mengelola keuangan dengan bijak	1. Daerah Pemasaran. 2. Penjualan Produk. 3. Strategi Penjualan. 4. Jumlah media promosi. 5. Ketersediaan dana modal.

5. Analisa *Value Chain*

Analisis *Value Chain* pada CV. Global Multi Trading dilakukan untuk memetakan kegiatan bisnis atau suatu gambaran kegiatan perusahaan yang menunjukkan uraian aktifitas perusahaan CV. Global Multi Trading.



Gambar 2. Analisa *Value Chain* CV. Global Multi Trading

B. Analisa Lingkungan Bisnis *Internal*

1. Analisa PEST

Analisis PEST merupakan analisis terhadap kekuatan *eksternal* pada perusahaan yang dapat mempengaruhi proses bisnis pada CV. Global Multi Trading.

Tabel 4. Analisa PEST CV. Global Multi Trading

Kategori	PEST	Usulan Strategi
Politik	Diberlakukannya Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) Pasal 19.	Menaati dan menyesuaikan dengan peraturan perundang-undangan yang linier dengan visi, misi, dan tujuan perusahaan
Ekonomi	1. Tingkatkan pendapatan masyarakat mempengaruhi kemampuan daya beli masyarakat. 2. Jika harga barang ekonomis dan terjangkau maka daya beli masyarakat akan stabil dan cenderung menaik	1. Harga disesuaikan dengan pelayanan yang diterima oleh pelanggan. 2. Memberikan promo atau potongan harga kepada pelanggan.
Sosial	1. Mensosialisasikan produk alat-alat kesehatan kepada pelanggan secara inovatif. 2. Menjaga <i>relationship</i> dengan baik kepada pelanggan atau instansi terkait yang sudah berlangganan atau menjalin mitra bisnis dengan CV. Global Multi Trading.	1. Melakukan promosi tentang kelebihan produk kepada pelanggan. 2. Memberikan pelayanan yang berkualitas dan selalu mengedepankan kepuasan pelanggan.

Tabel 4. Analisa PEST CV. Global Multi Trading (Lanjutan)

Kategori	PEST	Usulan Strategi
Teknologi	<ol style="list-style-type: none"> Memanfaatkan teknologi dan sistem informasi yang sesuai agar nantinya membantu proses bisnis pada CV. Global Multi Trading. Melakukan rencana investasi sistem dan teknologi informasi untuk meningkatkan bisnis perusahaan CV. Global Multi Trading 	<ol style="list-style-type: none"> Memperbaharui teknologi yang ada dengan yang sesuai kebutuhan proses bisnis yang ada pada CV. Global Multi Trading. Menyusun rencana investasi sistem dan teknologi informasi yang sesuai dengan keadaan yang ada pada CV. Global Multi Trading

2. Analisa Porter's Five Competitives Forces

Analisa ini untuk mengkaji posisi CV. Global Multi Trading dibandingkan dengan kekuatan *eksternal* yang mempengaruhi jalannya proses bisnis pada CV tersebut.

Tabel 5. Analisa Porter's CV. Global Multi Trading

Kategori	Porter's Five Competitives Forces	Usulan Strategi
Persaingan Antar Perusahaan Sejenis	<ol style="list-style-type: none"> PT. Aurora Medika Berkah Central Alkestron PT. Anugerah Tunas Medica Utama Abmed Store Purwokerto PT. Gloriya Medica Abadi Tk. Sentral Alkes Buana Medilab Purwokerto Toko Abadi Jaya Sinar Roda Utama Anugerah Medical PT. Global Sinar Medica CV. Anugerah Tunas Merdeka 	<ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan pelayanan dengan mengutamakan kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Meningkatkan performa perusahaan dengan memanfaatkan sumber daya manusia (SDM) dan perkembangan SI/TI dengan maksimal dan efektif. Menerapkan strategi pembedaan produk (<i>Diffrentation</i>) untuk membedakan produk dengan perusahaan lain. Membangun strategi fokus (<i>Focus</i>) untuk menciptakan keunggulan bersaing dalam upaya untuk memperluas pasar perusahaan
Kompetitor Baru	<ol style="list-style-type: none"> Abmed Store. Gloriya Medica Utama. 	<ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan manajemen <i>control</i> kualitas produk dan jasa. Menjaga kualitas, strategi pemasaran yang tepat dan tetap mewaspadai pertumbuhan usaha pesaing lama maupun pesaing baru. Memanfaatkan SI/TI dengan kebutuhan perusahaan. Melakukan inovasi bisnis agar perusahaan menjadi semakin berkembang. Promosi yang meluas dan agresif.
Kekuatan Tawar-Menawar Supplier	<ol style="list-style-type: none"> PT. AAM PT. Kalimas Inti PT. Medika 	<ol style="list-style-type: none"> Menjalin kerjasama dan mitra bisnis dengan kompetitif dan saling menguntungkan satu sama lain.

Tabel 5. Analisa Porter's CV. Global Multi Trading (Lanjutan)

Kategori	Porter's Five Competitives Forces	Usulan Strategi
Kekuatan Pembeli	<ol style="list-style-type: none"> Apotek. Sekolah. Instansi Pemerintah. Puskesmas. Rumah Sakit 	<ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan kualitas produk dengan memberikan harga yang ekonomis dan terjangkau. Inovasi produk dan diferensiasi produk. Kualitas serta mutu yang baik dari barang yang dipasarkan
Produk Pengganti	Maraknya produk alat-alat kesehatan yang instan dan dilengkapi dengan teknologi yang canggih dengan harga yang terjangkau	<ol style="list-style-type: none"> Mengetahui perkiraan kebutuhan pelanggan di masa kini dan masa yang akan datang, sehingga dapat menciptakan inovasi baru dan meningkatkan promosi. Modal dan sarana serta prasarana yang cukup. Proses produksi yang dilakukan dengan sistem <i>just-in-time (JIT)</i>

C. Analisa SI/TI Internal/Eksternal

1. Portofolio Aplikasi Saat ini

Tabel 6. Portofolio Aplikasi Saat Ini CV. Global Multi Trading

Strategic	High Potential
Key Operaitonal - Microsoft Windows 7 Ultimate - Microsoft Office 2010	Support - Jaringan Internet (Wi-Fi) - Email

Kemampuan atau fungsi sistem informasi yang terdapat pada CV. Global Multi Trading adalah sebagai berikut:

a. Microsoft Windows 7 Ultimate

Berfungsi sebagai perangkat lunak yang bertanggung jawab mengatur atau mengontrol kerja dari perangkat keras yang digunakan untuk menjalankan aplikasi atau *software* didalam komputer. Fungsi sistem operasi sendiri yaitu untuk memberikan kenyamanan dalam menjalan proses bisnis pada CV. Global Multi Trading.

b. Microsoft Office 2010

Fungsinya yaitu untuk mengolah kata dan data dalam membuat laporan yang dibutuhkan perusahaan. Dalam hal ini penggunaan *Office 2010* pada CV. Global Multi Trading adalah penunjang untuk pembuatan laporan perusahaan agar cepat dan tepat.

c. Jaringan Inernet (Wi-Fi)

Pada CV. Global Multi Trading jaringan internet dimanfaatkan untuk membantu kinerja dari perusahaan

d. Email

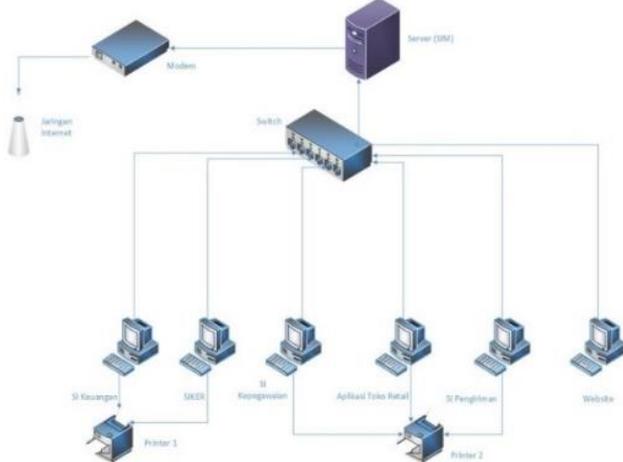
Berfungsi sebagai media operasional perusahaan yang bisa digunakan sebagai penghubung dengan pelanggan atau mitra bisnis.

2. Strategi Bisnis SI

Strategi bisnis SI harus dapat mendukung kegiatan bisnis pada CV. Global Multi Trading agar tujuan bisnisnya dapat tercapai dengan maksimal. Tujuan penyusunan Strategi SI Bisnis adalah memberikan arahan bagi perkembangan aplikasi sistem informasi kedepan. Aplikasi sistem informasi yang disampaikan harus benar-benar memiliki kontribusi yang maksimal dan dapat mengelola informasi yang benar-benar dibutuhkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, hasil analisis lingkungan SI/TI *Internal* yang berupa kebutuhan informasi CV. Global Multi Trading menjadi basis utama untuk menentukan aplikasi sistem informasi yang akan diusulkan. Untuk menentukan solusi aplikasi SI, maka dibuat pemetaan untuk setiap divisi berdasarkan tujuan utama. Dengan hasil strategi sistem informasi divisi pemasaran membutuhkan E-Commerce untuk menawarkan dan menginformasikan rodud kepada calon pelanggan baru atau pelanggan tetap yang disediakan oleh perusahaan. Strategi sistem informasi divisi operasional membutuhkan sistem manajemen untuk mengawasi jalannya bisnis perusahaan serta membantu penyusunan laporan-laporan perusahaan, sistem kepegawaian untuk mengelola dan mengontrol aktifitas administrasi dan kegiatan operasional perusahaan dan keperluan personalia dan sistem informasi keuangan untuk membina hubungan baik dengan mitra bisnis. Strategi sistem informasi divisi pengiriman membutuhkan sistem informasi pengiriman untuk mendistribusikan produk dan mengantar produk kepda pelanggan.

3. Strategi Bisnis TI

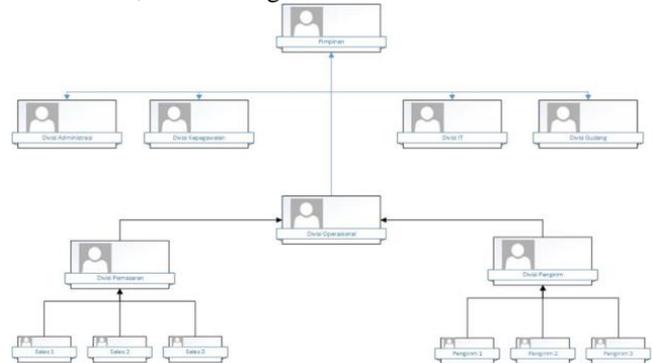
Strategi TI bisnis dibuat untuk menentukan infrastruktur TI yang akan digunakan. Infrasktruktur TI harus mampu mendukung kebutuhan aplikasi SI dan dikembangkan selaras dengan pengembangan aplikasi SI. Dalam hal ini, strategi TI yang diusulkan berupa arsitektur jaringan komputer yang dapat dijadikan pedoman bagi pengembangan infrastruktur perusahaan di masa yang akan datang



Gambar 3. Usulan Jaringan Komputer CV. Global Multi Trading

4. Strategi Manajemen SI/TI

Strategi Manajemen SI/TI menghasilkan usulan struktur organisasi baru dengan penambahan divisi IT, Kepegawaian, Administrasi, dan Gudang.



Gambar 4. Usulan Struktur Organisasi

D. Rekomendasi Portofolio Aplikasi

1. IS Future Application

Tabel 7. Usulan Portofolio Aplikasi CV. Global Multi Trading

Strategic	High Potential
SI Manajemen	Website E-Commerce
Key Operational	Support
- Aplikasi Toko Retail - SI Keuangan - SI Kepegawaian - Microsoft Office 2016 Profesional - Microsoft Windows 10 Profesional	- Email - Infrastruktur Jaringan Wi-Fi - SIKER - SI Pengiriman

Rekomendasi portofolio aplikasi berfungsi untuk mengusulkan kebutuhan aplikasi baik untuk saat ini ataupun untuk masa yang akan datang. Kebutuhan aplikasi dipetakan menjadi 4 kuadran agar bisa digunakan oleh perusahaan dan memberikan kelancaran bisnis pada perusahaan.

2. Rencana Migrasi SI/TI CV. Global Multi Trading

Tabel 8. Rencana Migrasi SI/TI CV. Global Multi Trading

No.	Usulan Strategi	2018	2019	2020
1	Kebutuha Hardware dan Software			
2	Infrastruktur Jaringan Internet			
3	SI Kepegawaian			
4	SI Keuangan			
5	SI Manajemen			
6	SI Pengiriman			
7	Aplikasi Toko Retail			
8	SI Kerjasama			
9	Microsoft Office 2016			
10	Microsoft Windows 10 Profesional			
11	Website E-COMmerce			

Langkah utama yang diperlukan adalah dengan mendahulukan dan memprioritaskan implementasikan aplikasi-aplikasi yang bersifat strategis. Kemudian

implementasi dilanjutkan dengan penerapan aplikasi yang bersifat operasional dan memiliki potensial tinggi. Berdasarkan portofolio aplikasi yang akan diterapkan dan diimplementasikan pada perusahaan CV. Global Multi Trading, maka rencana migrasi bisa dilihat pada Tabel 8. Rencana Migrasi SI/TI CV. Global Multi Trading

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardi, Utami dan Lutfi. 2017. Perencanaan Master Plan Arsitektur Bisnis PT. Global Arta Borneo Menggunakan Framework Ward and Peppard. Vol 9. No 2. ISSN 2548-7779.
- [2] Gazella, dkk. 2016. Perencanaan Strategis Sistem Informasi Pada Industri Manufaktur Menggunakan Metode *Ward and Peppard* (Studi Kasus : PT. FIN KOMODO TEKNOLOGI). Universitas Telkom. ISSN: 2355-9365. Vol. 3 No 3.
- [3] Hardinata, Niky. 2014. Perencanaan Strategis Sistem Informasi Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing. JURUSAN MAGISTER TEKNIK INFORMATIKA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA. Sudarmawan and Dony Ariyus, Interaksi manusia dan komputer, Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2007.
- [4] Irawan, Yuda. 2017. Perencanaan Strategis SI/TI Dengan Menggunakan Framework Ward and Peppard Di Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan (STIKES HANG TUAH PEKANBARU). E- ISSN: 2579- 3918. STMIK HANG TUAH Pekanbaru.
- [5] Munte, Timbul. 2017. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Penjualan Gluck Store Dengan Menggunakan Analisis SWOT. Skripsi Jurusan Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- [6] Putra, Rahmawati, Perdana. 2014. Perencanaan Strategis Sistem Informasi Menggunakan Metode Ward and Peppard Pada PT. Medika Antapani. ISSN: 2355-9365. Vol. 01 No. 01.
- [7] Rahmi, Permata Palupi. 2017. Analisa Daya Saing Dan Dampak Kebijakan Pemerintah Terhadap Komoditas Teh (Studi Kasus : PTPN VII Rancabali Afdeling Rancabali III. Bandung. ISSN : 2579-8189. Vol. 16 No. 2.
- [8] Rangkuti, Freddy. 2015. Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia.
- [9] Rusniati, A. Haq. 2014. Perencanaan Strategis Dalam Organisasi. Jurnal Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas, Banjarmasin. No. 2, November 2014 : 102-209.
- [10] Safitri, Mahartayasa. 2014. Pertanggungjawaban Sekutu Dalam Persekutuan Komanditer Yang Mengalami Kepailitan. Fakultas Hukum Bisnis Univeristas Udayana. Vol. 2 No. 2.
- [11] Susena, Edy. 2017. Perencanaan Strategis Sistem Informasi Manajemen Di Unit Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Indonusa Surakarta. Manajemen Informatika, Politeknik Indonusa Surakarta. ISSN: 2442-7942 Vol. 3 Nomer 1 Tahun 2017.
- [12] Yandi, Hidayah, Rahajeng. 2014. Perencanaan Strategis Sistem Informasi pada PT. OPTIMA TRADING. ISSN : 1979-0767. Vol. 7 No. 1
- [13] Yudhistira, Nugroho. 2014. Lima Metode Perencanaan Strategis Sistem Informasi dan Teknologi Informasi Untuk Pengembangan E-Government. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta. ISSN: 2089-9813.
- [14] Zwingli, Mustamu. 2014. Perencanaan Strategi PT. Rumbia Citra Darma Dengan Analisis SWOT. Universitas Kristen Petra. Agora Vol. 2 No. 2.