

Analisis *SWOT* Sebagai Sarana Perumusan Strategi Sistem Informasi Pada PT. Tiga Putra Abadi Perkasa

1st Puji Ratwiyanti, 2nd Yusyida Munsu Idah, 3rd Dimitri Novita

1st, 3rd Program Studi Sistem Informasi

2nd Program Studi Informatika

Universitas Amikom Purwokerto

Purwokerto, Indonesia

1st ratwiyanti@amikompurwokerto.ac.id, 2nd yusyida@amikompurwokerto.ac.id, 3rd dimitrinovita01@gmail.com

Abstrak— Tujuan penelitian ini untuk menghasilkan portofolio strategi sistem informasi untuk PT Tiga Putra Abadi Perkasa. Kerangka Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Ward and Peppard namun untuk perumusan strategi sistem informasi dipertimbangkan lewat strategi bisnis yang dihasilkan oleh matriks SWOT. Butir dari masing – masing Aspek SWOT Sendiri dihasilkan dari beberapa alat analisis yang digunakan sebelumnya, diantaranya : Value Chain dan CSF Yang menghasilkan Strength And Weakness, Five Force dan PEST yang Menghasilkan Opportunity dan Threat. Dari situ akan dipecahkan strategi bisnis melalui SWOT yang disertai dengan solusi Sistem Informasinya Hasil Penelitian ini adalah Strategi Bisnis yang disertai dengan Saran Solusi Sistem Informasi, dan 8 Saran Aplikasi yang dapat digunakan.

Kata Kunci—Strategis, Perencanaan, Perencanaan strategis, SWOT

I. PENDAHULUAN

Merencanakan strategi untuk sebuah perusahaan besar merupakan bagian penting yang harus dilakukan oleh semua perusahaan. Banyak perusahaan yang mengalami kerugian ataupun penurunan profit dikarenakan tidak didukung dengan sistem informasi (SI) dan teknologi Informasi (TI) yang memadai, namun ada juga perusahaan yang terus berkembang pesat karena mau menyesuaikan diri dengan era globalisasi dengan cara penggunaan SI/TI secara tepat dan benar. [1]

Ada tiga sasaran utama dari upaya penerapan SI/TI dalam suatu organisasi. Pertama, memperbaiki efisiensi kerja dengan melakukan otomatisasi berbagai proses yang mengelola informasi. Kedua, meningkatkan keefektifan manajemen dengan memuaskan kebutuhan informasi guna pengambilan keputusan. Ketiga, memperbaiki daya saing atau meningkatkan keunggulan kompetitif organisasi dengan merubah gaya dan cara berbisnis. [2]

PT. Tiga Putra Abadi Perkasa merupakan salah satu bidang usaha informal bergerak dalam bidang pembuatan bulu mata palsu. Keberadaan PT. Tiga Putra Abadi Perkasa dari tahun 1993 sampai sekarang sudah banyak membuka 56

mitra usaha dan jumlah tenaga kerja 658 orang. Kantor Pusat PT. Tga Putra Abadi Perkasa beralamat Jl. Boulevard Bgr Ruko Villa Gading Indah Blok A2 No. 1 Kel. Kelapa Gading Barat, Kec. Kelapa Gading Jakarta Utara dan kantor cabang beralamat di Jl. Lingkar Utara Rt. 02 Rw. 01 Purbalingga Lor, Purbalingga, Jawa Tengah. PT. Tiga Putra Abadi Perkasa memiliki visi menyediakan produk berkualitas tinggi untuk memuaskan kebutuhan konsumen di seluruh dunia. Dan memiliki misi mengurangi pengangguran, ikut membantu memberikan kesejahteraan masyarakat, menyediakan produk berkualitas tinggi, memasarkan produk sampai ke seluruh dunia dan menambah devisa negara diluar minyak dan gas bumi. Pemilihan industri rambut dan bulu mata palsu di Kabupaten Purbalingga ini merupakan salah satu yang diperhatikan dan dikembangkan oleh pemerintah setempat, karena peranannya sebagai industri yang tidak hanya memasarkan produknya pada wilayah domestik atau lokal saja tetapi pangsa pasar mereka lebih cenderung berorientasi ekspor ke negara – negara maju di dunia seperti Amerika, Australia, Kanada, Jepang, Korea , dan lain – lain. Ada 25 nama perusahaan dalam industri rambut dan bulu mata palsu di Kabupaten Purbalingga. [3]

Dari hasil wawancara dengan pihak PT. Tiga Putra Abadi Perkasa perusahaan ini belum sepenuhnya memanfaatkan sistem informasi dalam kegiatan proses bisnisnya. Adapun permasalahan yang muncul dengan tidak diterapkannya SI/TI pada PT. Tiga Putra Abadi Perkasa saat ini yaitu kurangnya strategi pemasaran untuk memasarkan produk lebih luas dan maksimal karena adanya kendala pada media promosi untuk memasarkan produk. Konsumen kurang mendapat informasi tentang produk yang dijual. Pengawasan terhadap SDM belum tersedia untuk dapat mengetahui kinerja dari setiap karyawan. Kurangnya pengawasan terhadap persediaan bahan produksi di gudang sehingga sering terjadinya kelebihan bahan produksi dan perkembangan proses produksi yang kurang termonitor. Dalam pencapaian visi misi perusahaan, permasalahan diatas ternyata menghambat tercapainya visi misi, sehingga dibutuhkan solusi yaitu implementasi sistem informasi.

Selain dari permasalahan diatas dalam rencana jangka panjang bisnis di PT. Tiga Putra Abadi Perkasa yang

tergambar dalam visi dan misinya dibutuhkan dukungan implementasi SI/TI. Untuk menerapkan SI/TI secara efektif, Maka dibutuhkan perumusan Stratei sistem informasi untuk mendukung Tujuan perusahaan dalam jangka panjang yang pada akhirnya juga dapat memberikan efektifitas dalam pelaksanaan Proses Bisnis.

Perumusan Strategi SI dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa metode dan Alat Bantu Analisis. Salah satu diantaranya adalah *SWOT*. Dalam banyak penelitian terkait Perencanaan Strategi SI/TI, *SWOT* seringkali hanya digunakan pada bagian Analisis Bisnis Internal. Bahkan tidak jarang peneliti menentukan Aspek dari *SWOT* tanpa melihat hasil analisis dari alat bantu lainnya. Padahal dari alat bantu analisis lain, ada indikasi bahwa kita dapat mengetahui *Strength, Weakness, Opportunity And Threat* dari sebuah perusahaan

Kerangka Model yang akan digunakan dalam penyusunan perencanaan strategis sistem informasi adalah model *Ward and Peppard*. Dan dalam penelitian ini akan dilihat apakah Alat Bantu analisis yang lazim digunakan dalam perencanaan strategis SI dapat membantu melihat *Strength, Weakness, Opportunity And Threat* dari sebuah perusahaan Dengan pemahaman yang mendalam terhadap *Strength, Weakness, Opportunity And Threat* dari sebuah perusahaan maka dapat ditentukan strategi sistem informasi (SI), strategi teknologi informasi (TI) dan strategis manajemen SI/TI masa mendatang secara tepat.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Definisi Perencanaan Strategi Sistem Informasi

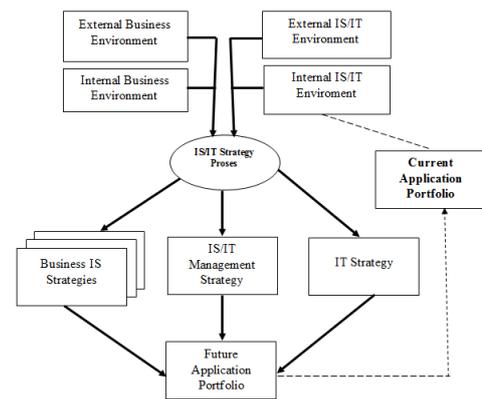
Perencanaan strategis sistem informasi merupakan proses identifikasi dokumen *ISSP* aplikasi SI berbasis komputer yang akan mendukung organisasi dalam pelaksanaan rencana bisnis dan merealisasikan tujuan bisnisnya [4]

Perencanaan strategis sistem informasi merupakan pencapaian yang dapat dihasilkan dalam jangka panjang atau jangka pendek yang menggambarkan tujuan sistem beserta arsitektur teknologi untuk kepentingan organisasi. [5]

Perencanaan strategi sistem informasi merupakan proses identifikasi portofolio aplikasi berbasis computer yang akan mendukung organisasi dalam pelaksanaan rencana bisnis dan merealisasikan tujuan bisnisnya. [6]

B. Kerangka Model Analisis *Ward and Peppard*

Dalam penyusunan *Strategic Planning*, diperlukan acuan untuk menuntun perencanaan *strategic planning* tahap demi tahap. Metodologi yang digunakan merupakan pengembangan dari *Strategic Model* dari *John Ward and Peppard* [6]. Pengembangan *Strategic Model* tersebut dapat dilihat pada Gambar 1. :



Gambar 1. Proses Perancangan *Strategic Plan* [6]

IS/IT Strategic Model di ilustrasikan dalam bentuk sekumpulan formula dan *framework strategic planning* yang terdiri atas beberapa bagian, yaitu : *input, output, dan aktivitas utama*.

C. Alat Bantu Analisis Perencanaan Strategis Sistem Informasi

1. Analisis *SWOT* (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threats*)

Tujuan dari analisis *SWOT* adalah agar perusahaan menyadari 4 hal tersebut sesuai dengan hasil dari analisis lingkungan untuk mengetahui langkah strategis apa yang diambil demi mencapai hasil yang diinginkan dan menghindari hal yang tidak di inginkan. Berikut penjelasan dari *Strenght, Weakness, Opportunity, dan Threats*. *Strenght* diidentifikasi dengan tujuan untuk mengetahui apa saja kekuatan organisasi untuk dapat meneruskan dan mempertahankan bisnis. *Weakness* diidentifikasi untuk dapat mengetahui kelemahan-kelemahan yang masih ada, dan dengan mengetahui kelemahan tersebut, maka perusahaan dapat berusaha untuk memperbaiki agar menjadi lebih baik. *Opportunity* diidentifikasi agar perusahaan dapat mempersiapkan diri untuk dapat mencapai peluang, baik peluang saat ini maupun peluang dimasa yang akan datang. *Threat* diidentifikasi agar dapat dicarikan jalan keluarnya sehingga organisasi dapat meminimalkan ancaman tersebut. [1]

Analisis *SWOT* adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. [7].

Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor- faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. [7].

Matriks *SWOT* sebagaimana dikembangkan oleh Kearns menampilkan delapan kotak, yaitu dua paling kiri adalah kotak faktor eksternal (Peluang dan Ancaman) yang dikenal dengan sebutan *External Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)* sedangkan dua kotak sebelah atas adalah faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan) yang dikenal dengan sebutan *Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)*. Empat kotak lainnya merupakan kotak isu-isu strategis yang timbul sebagai hasil titik pertemuan antara faktor-faktor internal dan eksternal [6]. Matriks tersebut dapat dilihat pada *Gambar 2. Matriks SWOT* berikut ini :

EFAS \ IFAS	KEKUATAN (S) Kekuatan 1 Kekuatan 2 Kekuatan 3 Dst...	KELEMAHAN (W) Kelemahan 1 Kelemahan 2 Kelemahan 3 Dst...
	PELUANG (O) Peluang 1 Peluang 2 Peluang 3 Dst...	STRATEGI WO Strategi WO 1 Strategi WO 2 Strategi WO 3 Dst... Divestment/Investment
ANCAMAN (T)	STRATEGI ST Strategi ST 1 Strategi ST 2 Strategi ST 3 Dst... Mobilization	STRATEGI WT Strategi WT 1 Strategi WT 2 Strategi WT 3 Dst... Damage Control

Gambar 2. Matriks SWOT [6]

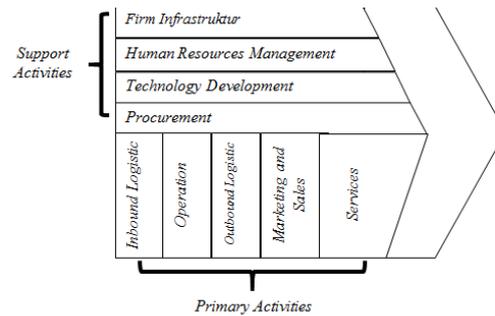
2. Analisis CSF (Critical Success Factor)

Analisis *Critical Success Factor (CSF)* adalah faktor – faktor yang menjadi penentu keberhasilan sebuah perusahaan dalam mencapai tujuannya [6]. Analisis *Critical Success Factor (CSF)* merupakan suatu ketentuan dari organisasi dan lingkungannya yang berpengaruh pada keberhasilan atau kegagalan. *CSF* dapat ditentukan jika objektif organisasi telah diidentifikasi. Tujuan dari *CSF* adalah menginterpretasikan objektif secara lebih jelas ntuk menentukan aktivitas yang harus dilakukan dan informasi apa yang dibutuhkan. [1]

3. Analisis Value Chain

Value Chain Analysis digunakan untuk memetakan proses kerja organisasi menjadi dua kategori aktivitas pendukung. Mengacu pada dokumen organisasi yang menyebutkan tugas dan fungsi setiap unit kerja berdasarkan pengamatan yang dilakukan terhadap proses kerja yang terjadi dimasing masing unit kerja [6]

Value Chain Analysis merupakan alat untuk memahami rantai nilai yang membentuk suatu produk. Rantai nilai ini berasal dari aktivitas yang dilakukan, mulai dari bahan baku sampai ke tangan konsumen, termasuk juga pelayanan purna jual. [8] Bentuk *Value Chain Analysis* dapat dilihat pada *Gambar 4. Berikut ini :*



Gambar 4. Value Chain Analysis [8]

4. Analisis Five Force Model Porter

Five Force Model Porter adalah kerangka untuk analisis industri dan pengembangan strategi bisnis yang dikembangkan oleh Michael E. Porter dari *Harvard Business School* pada 1979. Porter menggunakan konsep – konsep pengembangan industri untuk menurunkan lima kekuatan yang menentukan intensitas kompetitif dan daya tarik pasar. Ancaman Pendetang Baru, dipengaruhi besar kecilnya hambatan untuk masuk ke dalam dunia industri, seperti : besarnya biaya investasi, perijinan, akses terhadap bahan mentah, akses terhadap saluran distribusi. Semakin tinggi hambatan, semakin rendah ancaman dari pendatang baru. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok, semakin sedikit jumlah pemasok, semakin penting produk semakin kuat posisi tawarnya. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli, semakin besar kuantitas pembelian, semakin banyak pilihan yang tersedia bagi pembeli dan umumnya akan membuat posisi pembeli semakin kuat. Ancaman Produk Pengganti, jumlah produk substitusi yang beredar di pasar. Produk substitusi yang banyak akan membatasi keleluasaan pelaku industri dalam menentukan harga jual. Persaingan di dalam industri, faktor yang menjadi fokus para pemasaran adalah masalah intensitas rivalitas antar pemain dalam industri. Biasanya intensitas persaingan itu dipengaruhi banyak faktor, misalnya struktur biaya produk. [6]

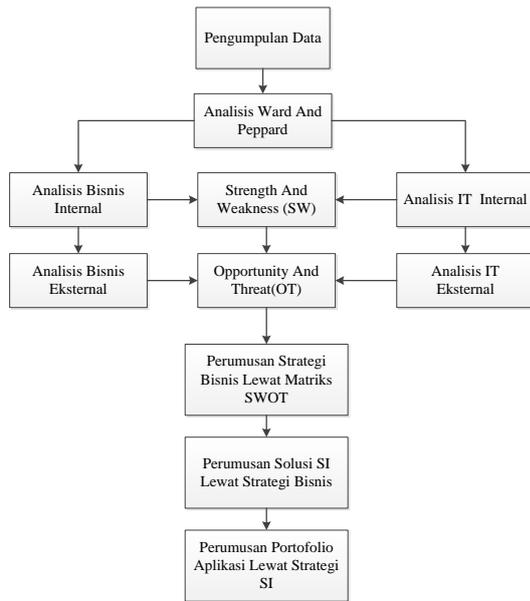
5. Analisis McFarlan Strategic Grid

McFarlan Strategic Grid digunakan untuk memetakan aplikasi SI berdasarkan kontribusinya terhadap organisasi. Pemetaan dilakukan pada empat kuadran (*strategic, high potential, key operation, and support*). *Strategic* : Aplikasi kategori ini sifatnya kritis bagi kesuksesan bisnis di masa mendatang. Aplikasi ini menciptakan atau mendukung perubahan pada acara bagaimana organisasi melaksanakan bisnisnya, dengan tujuan memberikan keunggulan kompetitif. *Key operational* : Merupakan aplikasi yang diperlukan agar keberlangsungan operasional bisnis tetap langgeng dan membantu berbagai kerugian. *Support* : merupakan aplikasi yang memiliki nilai tetapi tidak kritis bagi perusahaan. Aplikasi ini dapat meningkatkan efisiensi bisnis dan efektifitas pengelolaan bisnis. *High Potential* : merupakan

aplikasi yang bersifat inofatif dan menciptakan peluang untuk memperkuat kesuksesan di masa depan. [9]

III. KERANGKA PIKIR DAN METODOLOGI

Kerangka pemikiran merupakan gambaran logis bagaimana variabel – variabel saling berhubungan. Kerangka pemikiran menjelaskan hubungan antara variabel yang akan diteliti. Tahap Penelitian dapat dilihat pada Gambar 5. berikut ini :



Gambar 5. Kerangka Penelitian

A. Pengumpulan Data

Mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian, data -data tersebut diperoleh dari PT. Tiga Putra Abadi Perkasa. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi ke PT. Tiga Putra Abadi Perkasa, yang dilakukan dengan metode wawancara dengan personal yang terkait dan studi pustaka seperti buku dan jurnal serta dokumentasi.

B. Tahap Analisis Kerangka Model Ward And Peppard

Pada tahap ini data dan informasi yang diperoleh pada tahap pengumpulan data akan dianalisis untuk mengetahui kondisi bisnis perusahaan saat ini seperti visi, misi, struktur organisasi, sistem informasi yang digunakan saat ini, teknologi, kelebihan dan kekurangan perusahaan secara umum.

Kerangka Model Ward And Peppard dipilih untuk penelitian ini karena langkah – langkahnya mendukung eksperimen untuk menemukan keterkaitan antara kondisi bisnis dan IT internal Terhadap Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weakness*) serta kondisi bisnis dan IT eksternal terhadap Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*).

Analisis Bisnis Internal menggunakan alat bantu CSF dan *Value Chain*, dan analisis IT Internal menggunakan alat bantu *Mc Farlan Strategic Grid*, melalui alat bantu tersebut diharapkan dapat diidentifikasi kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*weakness*) dari perusahaan. Analisis Bisnis Internal

menggunakan alat bantu *Five Force Porter* dan IT Eksternal, melalui alat bantu tersebut diharapkan dapat diidentifikasi Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*) Bagi perusahaan

C. Proses Identifikasi Strategi

Proses identifikasi strategi merupakan tahapan menentukan strategi SI/TI dan penyusunan aplikasi dimasa yang akan mendatang. Tahap ini menghasilkan Strategi Bisnis yang membantu mengarahkan Strategi dan solusi SI dan Portofolio Aplikasi Masa Mendatang.

IV. PEMBAHASAN

A. Analisis Bisnis Internal

1. Value Chain

Menghasilkan identifikasi *Primary Activity* dan *Supporting Activity* dari perusahaan. Adapun yang termasuk dalam *Primary Activity* diantaranya : **Inbound Logistic** : Persediaan bahan baku produksi bulu mata palsu. **Operation** : Persiapan proses produksi, *Monitoring* persediaan gudang., Proses produksi Bulu mata palsu : Kriting – Obat & Gosok – Potong – Gulung – Oven/Pemanasan – Buka Gulung – Gunting – Pasang – Packing. Aspek pengendalian Mutu. **Outbound Logistic** : Penyimpanan Produk Bulu Mata Palsu. **Marketing and Sales** : Pendistribusian produk, Melakukan promosi menggunakan *email* dan *whatsapp*. **Service** Menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan dan mitra usaha. Menjalin hubungan baik dengan pemasok

Sedangkan yang termasuk dalam *Supporting Activity* diantaranya : **Firm Infrastruktur** : Mengelola kebutuhan sarana dan prasarana untuk menunjang kegiatan PT. Tiga Putra Abadi Perkasa, Perencanaan administrasi infrastruktur gedung, inventaris dan penggaran. **Human Resources Management** : Perekrutan dan pelatihan SDM untuk meningkatkan kualitas proses bisnis. **Procurement** : Kerjasama dengan mitra usaha dan pemasok

2. CSF

Critical Success Factor (CSF) dari perusahaan dilihat dari tujuan jangka panjang yang tergambar lewat Visi dan Misi perusahaan, dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini :

Tabel 1. Analisis CSF berdasarkan Visi dan Misi

Visi dan Misi	CSF	KPI
Visi : Menyediakan produk berkualitas tinggi untuk memuaskan	Menyediakan produk yang berkualitas tinggi kepada konsumen. Meningkatkan	Produk bulu mata palsu yang dihasilkan berkualitas sesuai dengan

kebutuhan konsumen di seluruh dunia. Misi : Mengurangi pengangguran. Memberikan kesejahteraan masyarakat. (pelanggan dan karyawan PT. Tiga Putra Abadi Perkasa) Menyediakan produk berkualitas tinggi. Memasarkan produk sampai ke seluruh dunia dan menambah devisa negara diluar minyak dan gas bumi.	strategi penjualan. Memberikan informasi tentang produk yang dihasilkan PT. Tiga Putra Abadi Perkasa. Meningkatkan kualitas SDM. Mempermudah dalam proses bisnis dan kegiatan operasional. Menerapkan SI/TI dalam proses bisnis dan kegiatan operasional Membuat sistem informasi yang bisa menginformasikan tentang produk yang dihasilkan dan dijual pada PT. Tiga Putra Abadi Perkasa.	permintaan konsumen. jangkauan area pasar lebih luas (Untuk sekarang PT. Tiga Putra Abadi Perkasa baru menjangkau 6 Negara untuk pemasarannya dan untuk selanjutnya ingin memperluas hingga 10 Negara dalam rencana 5 tahun kedepan) Rekrutmen karyawan yang berpengalaman dan berkualitas.
---	---	---

B. Analisis IT Internal

Dari hasil Analisis IT Internal, maka dapat diketahui *Current Portofolio* ada pada Tabel 2. berikut ini :

Tabel 2. Portofolio Sistem Informasi pada PT. Tiga Putra Abadi Perkasa

Strategic	High Potential
-	-
- <i>Microsoft Windows 7</i>	- <i>Email</i>
- <i>Microsoft Office 2010</i>	- <i>Whatsapp</i>
	- Sistem Absensi
Key Operational	Support

C. Strength And Weakness (SW)

Berdasarkan hasil analisis dari bisnis internal dan IT Internal, ditemukan 9 *Strength* dan 10 *Weakness*.

D. Analisis Bisnis Eksternal

Berdasarkan analisis *Five Force Porter Model*, didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Analisis Ancaman Pendetang Baru, Di wilayah purbalingga sudah bermunculan dengan produk yang sama seperti ada 2 pendatang baru di kota yang sama
2. Analisis Kekuatan Tawar – Menawar Pemasok ada 2 pemasok utama yang rutin bekerjasama dengan PT Tiga Putra Adi Perkas, sementara ini

belum ada pemasok lain yang memasok kebutuhan bahan baku.

3. Analisis Kekuatan Tawar – Menawar Pembeli/Pelanggan, Pelanggan adalah distributor bulu mata palsu, distributor brand kosmetik ternama, dan perusahaan kecantikan, dimana pelanggan membutuhkan produk yang berkualitas untuk di jual kepada konsumen pengguna bulu mata palsu. Secara geografis pelanggan PT. Tiga Putra berada di USA, Korea, Japan, Mexico, Spain, Brazil.
4. Analisis Ancaman Produk Pengganti, Saat ini muncul penggunaan bulu mata palsu yang disebut *Eyelash Extention*. Hal ini mempengaruhi pilihan konsumen untuk menggunakan produk pengganti yang memiliki kelebihan di banding dengan produk sejenis.
5. Analisis Persaingan Antara Perusahaan Sejenis, ada 13 perusahaan sejenis di Jawa Tengah. Persaingan dengan perusahaan sejenis harus selalu diperhatikan agar dapat mengetahui perusahaan mana saja yang menjadi saingan

E. ANALISIS IT EKSTERNAL

Berdasarkan Studi Pustaka yang telah dilaksanakan, didapat 4 konsep Sistem Informasi yang tengah menjadi tren di kalangan Perusahaan Manufaktur. Tren tersebut dijelaskan pada Tabel 3. berikut ini :

Tabel 3 Perangkat Lunak Yang Digunakan

Trend SI/TI	Keterangan
Sistem Informasi (SI)	
1. Layanan SI/TI berbasis <i>web</i>	1. Hampir semua pengembangan aplikasi di era ini saat ini menggunakan orientasi berbasis <i>web</i> .
2. Layanan Akses <i>Mobile</i>	2. Agar dapat memudahkan akses cepat dalam layanan berbasis <i>mobile</i> yang sedang <i>trend</i> saat ini.
3. Terintegrasi	3. Sebuah sistem yang mengalami pembauran hingga menjadi suatu kesatuan yang utuh.
4. <i>Computer aided manufacturing</i> (CAM)	4. Aplikasi komputer yang digunakan untuk membuat produk terancang

F. OPPORTUNITY AND THREAT (OT)

Berdasarkan hasil analisis dari bisnis internal dan IT Internal, ditemukan 5 *Opportunity* dan 5 *Threat*.

G. IDENTIFIKASI STRATEGI

Aspek *SWOT* yang telah ditentukan, dipetakan lewat Matriks *SWOT* yang melahirkan strategi bisnis. Kemudian dari strategi bisnis tersebut diperkirakan Solusi Sistem Informasi, dari Solusi Sistem Informasi, dihasilkan Portofolio Aplikasi

H. PORTOFOLIO APLIKASI

Selanjutnya solusi – solusi sistem informasi tersebut akan dipetakan dalam Portofolio *McFarlan Strategic Grid*. Portofolio sistem informasi yang dihasilkan pada tahap ini adalah portofolio sistem informasi yang dibutuhkan oleh PT. Tiga Putra Abadi Perkasa. Portofolio Sistem Informasi terdapat pada Tabel 4.

Tabel 4. Rekomendasi Portofolio Sistem Informasi

STRATEGIC	HIGH POTENTIAL
- <i>SI Strategis (Baru)</i>	- SI Kerjasama (Baru)
- Website <i>CRM</i> (Baru)	- SI <i>LMS</i> (Baru)
- Media Sosial (Baru)	- SI <i>HRM</i>
- SI Keuangan (Baru)	- Email dan
- SI <i>SCM</i> dan	- <i>Whatsapp</i>
- <i>Manufaktur</i> (Baru)	
- SI <i>QCMS</i> (Baru)	
KEY OPERATIONAL	SUPPORT

V. KESIMPULAN

Alat Bantu Analisis pada Analisis Bisnis Internal (*Value Chain* dan *CSF*) dapat membantu identifikasi faktor internal yaitu : Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weakness*). Teridentifikasi 9 *Strength* dan 10 *Weakness* dari PT Tiga Putra Abadi Perkasa.

Alat Bantu Analisis pada Analisis Bisnis Eksternal (*Five Force* dan Identifikasi Tren *IT*) dapat membantu identifikasi faktor eksternal yaitu : Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*) teridentifikasi 5 *Opportunity* dan 5 *Threat* dari PT Tiga Putra Abadi Perkasa

Dari Identifikasi *SWOT* tersebut dapat diketahui strategi bisnis yang Menghasilkan rekomendasi portofolio rencana strategi sistem informasi dalam 8 rekomendasi Aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan PT. Tiga Putra Abadi Perkasa.

ACKNOWLEDGMENT

Terimakasih kepada Universitas Amikom Purwokerto sebagai obyek penelitian, sekaligus juga berjalannya penelitian ini dapat terlaksana dengan baik dengan dana yang diterima dari hibah penelitian Yayasan Amikom Purwokerto

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Afriyanto, E. Darwiyanto and G. Wisudiawan, "Perencanaan Strategis Sistem Informasi Menggunakan Metode Ward and Peppard Pada PT Grahacipta Bangko Jaya," *Proceeding of Engineering*, vol. 3, no. 1, pp. 50-62, 2016.
- [2] A. Wedhasmara, "50-59," *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, vol. I, no. 1, pp. Langkah-Langkah Perencanaan Strategis Sistem Informasi Dengan Menggunakan Metode Ward and Peppard, 2009.
- [3] V. Stacia and E. Y. Gunanto, "Profil Industri Bulu Mata Dan Rambut Palsu di Kabupaten Purbalingga," *Journal Of Economics*, vol. 3, no. 1, pp. 30-40, 2014.
- [4] S. Nugroho, L. Hakim and S. H. Waluyo, "Perancangan Strategi Sistem Informasi Rumah Sakit Type B Menggunakan Ward and Peppard.8," in *SNST-8*, Semarang, 2017.
- [5] M. A. Prasetyo and K. Eliyanti, "Planning Information System Strategy PT. Dian Hardesa Jakarta," *SIMETRIS*, vol. 9, no. 2, pp. 133-137, 2018.
- [6] H. Saragih and Harisno, Rencana Strategis Teknologi Informasi (IT) dan Sistem Informasi (IS) pada Proses Bisnis Perusahaan., Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- [7] F. Rangkuti, Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, Jakarta: Gramedia, 2015.
- [8] A. Rusdiana and M. Irfan, Sistem Informasi Manajemen, Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- [9] T. Sutabri, Sistem Informasi Manajemen (Edisi Revisi)., Yogyakarta: Andi Offset, 2016.