

MODEL PERENCANAAN STRATEGI BISNIS DAN TEKNOLOGI INFORMASI PADA PERUSAHAAN PENYEWAAN VCD/DVD

Harijanto Pangestu

Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Bina Nusantara University
Jln. K.H. Syahdan No 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480
harijantopangestu@yahoo.com

ABSTRACT

In a tighter business competition, company in original VCD/DVD rental needs strategic planning system and information technology to win the competition. In order to fulfill the information, the company is doing the system analysis and information technology, and also suggesting a plan to system developing and company's information technology. The research method is doing literature study, field research, and analysis method and system planning and strategic information technology based on the method by Tozer. The expected result is through strategic system planning and information technology, the company could choose the exact strategy in solving internal problems.

Keywords: *planning, business strategy, system, information technology*

ABSTRAK

Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis, perusahaan yang bergerak dibidang penyewaan VCD/DVD original membutuhkan perencanaan strategi sistem dan teknologi informasi untuk memenangkan persaingan. Untuk memenuhi informasi itu, maka dilakukan analisis sistem dan teknologi informasi yang berjalan dan mengusulkan suatu rencana untuk pengembangan sistem dan teknologi informasi perusahaan. Metodologi penelitian yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan di atas adalah dengan melakukan studi pustaka, penelitian lapangan, dan metode analisis dan perancangan sistem dan teknologi informasi yang bersifat strategis berdasarkan metode yang dipaparkan oleh Tozer. Hasil yang diharapkan dari karya tulis ini ialah melalui perencanaan strategi sistem dan teknologi informasi, perusahaan dapat memilih strategi yang tepat dalam memecahkan masalah yang terjadi di dalam perusahaan.

Kata kunci: *perencanaan, strategi bisnis, sistem, teknologi informasi*

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini informasi berkembang dengan pesat, sejalan dengan persaingan yang semakin ketat, dimana perusahaan selalu mencoba untuk menjadi lebih baik dari perusahaan-perusahaan yang menjadi pesaingnya. Alasan inilah yang mendasari diperlukannya suatu strategi untuk dapat memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dan kemenangan akan persaingan bagi perusahaan. Informasi yang bersifat strategis dapat digunakan oleh perusahaan untuk membuat perencanaan strategis yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan untuk manajemen tingkat atas.

Bagi perusahaan penyewaan VCD maupun DVD original, dimana untuk memperluas jaringannya maka dilakukan pembukaan *outlet-outlet*. Baik *outlet* yang dimiliki sepenuhnya (*corporate*) maupun *outlet* yang dibuka dengan bekerjasama dengan pihak lain (*franchise*) yang bisa mencapai lebih dari 100 *outlet* di berbagai daerah di Indonesia. Sedangkan outlet yang berada di Jakarta jumlahnya bisa mencapai lebih dari 50 *outlet*. Rata-rata pendapatan kotor yang bisa dicapai oleh *outlet* adalah Rp15 juta-Rp 20 juta per bulan. Karyawan yang dimiliki di kantor pusat bisa mencapai lebih dari 50 orang. Dengan digunakannya teknologi informasi terkini diharapkan perusahaan ini dapat mengatur pelaporan yang dibutuhkan oleh para eksekutif maupun oleh orang-orang yang terlibat langsung diluar perusahaan.

Landasan Teori

Menurut Martin (1990), “Strategi adalah suatu pola dari sasaran, Kebijakan dan perencanaan yang menentukan bagaimana suatu organisasi seharusnya berfungsi dalam jangka waktu tertentu. Suatu strategi seharusnya mampu menentukan area bagi perkembangan produk, tehnik-tehnik untuk merespon persaingan, alat-alat keuangan, ukuran organisasi, gambaran proyek-proyek yang akan dikerjakan perusahaan, dan sebagainya” (p. 70). Jadi strategi dapat disimpulkan suatu kebijaksanaan yang telah ditentukan oleh organisasi, mengenai bagaimana dapat memenuhi tujuan yang akan dicapai organisasi dalam jangka waktu tertentu.

Menurut pendapat Madura (2001), “Bisnis dimulai sebagai hasil dari ide seseorang atau lebih mengenai barang atau jasa yang disebut wiraswasta (*entrepreneurs*) yang mengorganisasikan, mengelola, dan mengasumsikan resiko yang dihadapi mulai dari permulaan bisnis” (p. 3). Bisnis sebagai sekumpulan usaha atau aktivitas yang dilakukan baik oleh individu maupun kelompok.

Menurut Tozer (1996), strategi Bisnis adalah sesuatu yang harus dibuat dan dipikirkan terlebih dahulu dan yang akan mengatur segala hal di dalam perusahaan. strategi tersebut tidak harus terlalu formal tetapi cukup mempunyai arah atau visi yang jelas, karena seseorang dimanapun harus jelas tentang bisnis apa yang akan dilakukan serta tahu bagaimana cara mengaturnya. Strategi Sistem Informasi adalah sistem informasi pada bisnis dalam pengertian yang paling luas, manual seperti halnya diotomatisasikan, informal seperti halnya formal. Secara formal, sistem terotomatisasi sering diistilahkan dengan sebutan ‘aplikasi’. Strategi Sistem Informasi juga mencakup *data store* (data yang disimpan), *user interface*, dan cara untuk memenuhi kebutuhan bisnis. Hal tersebut dapat diperoleh dari strategi bisnis dengan proses manual.

Menurut Tozer (1996) ada 5 tahap (fase) dalam perencanaan strategi sistem informasi. Kelima fase tersebut dimulai dari fase 0 sampai dengan fase 4, di mana setiap fase menjelaskan cakupan pembahasan yang saling berhubungan. Dalam penelitian ini, hanya dibahas 4 fase dari

5 fase tersebut, yaitu dimulai dari fase 0 sampai dengan fase 3, yang dapat dijabarkan dan dapat dilihat pada Gambar 1.

Fase 0

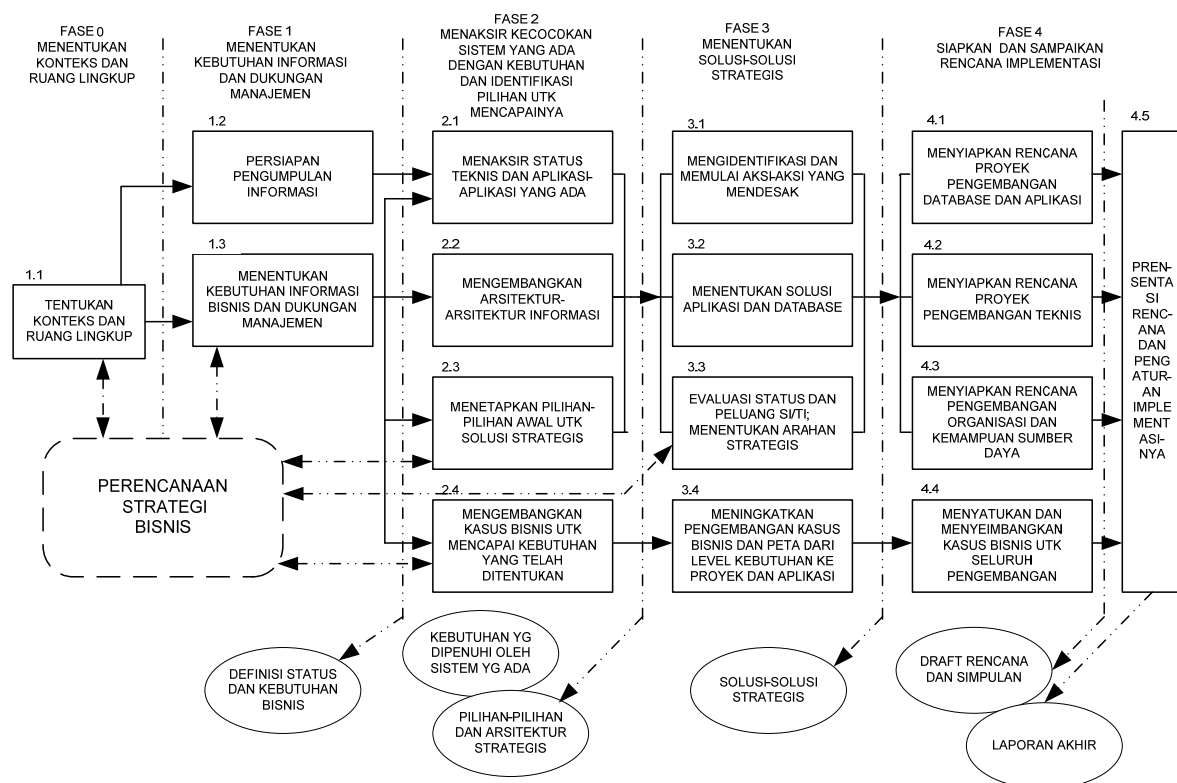
Menentukan Cakupan dan Jangkauan terhadap Perencanaan Strategi Sistem Informasi

Pada fase ini ditetapkan kondisi perusahaan, prasyarat dan jangkauan yang berhubungan dengan bisnis dan proyek strategi informasi. Hal ini merupakan pilihan tetapi biasanya disarankan, yaitu menentukan konteks dan ruang lingkup; dengan memulai mempelajari perusahaan pada waktu yang tepat, dibawah pengawasan, dengan referensi yang benar, komitmen manajemen dan harapan.

Fase 1

Menentukan Informasi Bisnis dan Dukungannya

Pada fase ini, dibuat basis fakta yang nantinya akan digunakan untuk membangun strategi yang akan dipakai perusahaan, yaitu (1) mempersiapkan kumpulan informasi, untuk meyakinkan fakta-fakta dasar untuk analisa selanjutnya dan persiapan untuk wawancara terhadap manajemen; (2) menentukan informasi bisnis, kebutuhan pendukung dan prioritasnya, mengembangkan secara jelas dan tepat pengertian pencapaian status bisnis, arah, lingkungan, rencana, informasi, dan kebutuhan pendukung; menyetujui prioritas-prioritas; mendapatkan komitmen dari senior manajemen dan mempertajam harapan mereka akan hasil yang diharapkan.



Gambar 1 Tahap-tahap Perencanaan Sistem dan Teknologi Informasi

Fase 2

Membuat Arsitektur Informasi dan Pilihan Solusinya

Pada fase ini ditetapkan strategi pencapaian SI dan TI dan membuat cakupan pilihan untuk mencapai tujuan. Pekerjaan yang perlu dilakukan adalah: (1) menilai aplikasi yang ada status teknis TI yang sesuai kebutuhan, menaksir status SI dan TI yang ada dan tingkatan keperluan bisnis yang dibutuhkan dan menentukan kekuatan utama dan juga kelemahan; (2) pengembangan arsitektur informasi, membuat arsitektur informasi sebagai basis pembangunan jangka panjang; (3) membuat pilihan awal sebagai solusi strategi, untuk kebutuhan yang memiliki prioritas yang tinggi maka dibuat serangkaian pilihan sebagai solusi aplikasi; (4) membuat pandangan awal dari pilihan implementasi; (5) mengembangkan masalah bisnis sebagai kebutuhan untuk mempunyai dukungan untuk pengembangan masalah bisnis untuk setiap perkembangan kunci dalam memenuhi kebutuhan bisnisnya.

Fase 3

Menentukan Solusi Strategis

Tujuan dari fase ini untuk menilai dan menentukan solusi strategis. Sekarang kita akan mengenali kebutuhan-kebutuhan dan prioritas bisnis yang telah diperbaiki, menilai tingkatan kebutuhan sistem yang berjalan dan juga meliputi kebutuhan dari proyek, dan membangun strategi visi sistem informasi dan solusi keseluruhan yang dapat mencapai kebutuhan.

Identifikasi dan Memulai Tindakan-Tindakan yang Mendesak

Pada stage ini yang dikerjakan adalah memastikan kebutuhan-kebutuhan yang sesuai dan nyata dapat segera tercapai, lebih baik selama jangka waktu pembelajaran. Hal ini mungkin juga melalui pengembangan proyek yang cepat, pengembangan terhadap sistem yang ada, atau bahkan tindakan manajemen yang tidak berhubungan dengan sistem informasi dan teknologi informasi.

Menentukan Aplikasi dan Solusi Database

Yang harus dilakukan adalah memeriksa dan menilai solusi aplikasi yang diusulkan dari stage 2.3, menentukan pilihan yang lebih disukai; menilai prioritas, ketergantungan dan pengelompokkan, mengembangkan aplikasi yang paling tepat dan struktur database untuk mendukung solusi; menyaring arsitektur informasi secara tepat dan pengembangan kebutuhan teknologi untuk mendukung solusi.

Mengevaluasi Status TI dan Peluang dan Mengatur Arah TI Ke Depan

Para perancang harus menilai status TI yang sedang berjalan yang berhubungan dengan kebutuhan; Membangun dan mengevaluasi peluang yang ditawarkan oleh industri dan pengembang TI; mengatur arah dan pilihan TI di masa depan.

PEMBAHASAN

Analisis Lima Kekuatan Bersaing Porter

Pada bagian ini akan diketahui posisi dan keadaan perusahaan dilihat dari analisa lima kekuatan bersaing Porter (1993), adapun pembahasannya meliputi kekuatan daya tawar-menawar

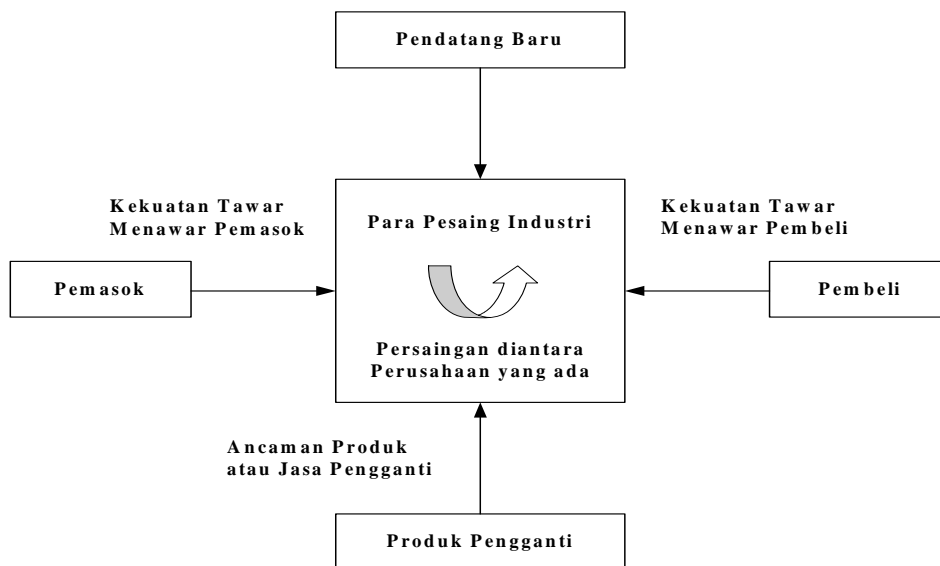
dengan konsumen, pesaing di antara perusahaan yang ada, kekuatan daya tawar-menawar dengan pemasok, ancaman pendatang baru, dan ancaman produk pengganti.

Kekuatan Daya Tawar-Menawar dengan Konsumen

Konsumen yang terdapat pada perusahaan ini dapat terbagi pada dua tipe. Tipe pertama merupakan *investor* yang akan membuka *outlet*. *Investor* dapat memilih investasi untuk membuka *outlet* sendiri maupun sistem *franchise*. Dalam hal ini, *Business Development* akan menerangkan kepada calon *investor* mengenai keuntungan dan kemudahan yang dapat diperoleh apabila *investor* membuka *outlet* dengan UDP. Tipe kedua adalah penyewa, dimana kemungkinan dapat beralih ke *rental* lain yang dianggap menawarkan harga dan pelayanan yang lebih baik.

Pesaing di Antara Perusahaan yang Ada

Pada bisnis penyewaan VCD/DVD *original* perusahaan memiliki beberapa pesaing yang bergerak di bidang usaha yang sama, terlebih belakangan ini banyak sekali perusahaan yang mencoba untuk mendirikan perusahaan sejenis meskipun beberapa diantaranya tidak memakai sistem *franchise*. Di tengah persaingan yang begitu ketatnya perusahaan penyewaan akan mencoba untuk melihat dengan seksama pergerakan dari para pesaingnya. Perusahaan-perusahaan yang menjadi pesaing bisa saja PT. Ultra Disc Prima International, Odiva dan Video Ezy. Ketiga perusahaan inilah yang sangat aktif untuk terus mengembangkan *outlet*nya ke seluruh daerah di Indonesia.



Gambar 2 Lima Kekuatan Bersaing dari Porter

Kekuatan Daya Tawar-Menawar dengan Pemasok

Peranan pemasok sangat penting dalam upaya melengkapi koleksi VCD/DVD *original* yang dibutuhkan untuk didistribusikan ke gerai-gerai sehingga kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Perusahaan dapat menjalin kerjasama dengan PT. Vision Interprima Pictures, dan CV. Piramax sebagai pemasok utama. Namun selain itu perusahaan masih memungkinkan untuk membeli barang dari pemasok lain seperti PT. Surya Media Jadi, PT. Duta Mitra, Cinekom, dan lain-lain. Dengan demikian dapat menentukan kekuatan tawar-menawar dengan

pemasok karena banyaknya pilihan. Namun untuk beberapa film tertentu seperti film Meteor Garden 2 yang hanya didistribusikan oleh PT. Surya Media maka kekuatan tawar menawar pemasok lebih besar daripada perusahaan. Dikarenakan pemasok tersebut merupakan pemasok tunggal yang hanya menyediakan film tersebut.

Ancaman Pendetang Baru

Ancaman pendatang baru yang memiliki kegiatan bisnis yang sama dengan perusahaan pada saat ini memang cukup banyak Munculnya perusahaan tadi berpotensi sebagai ancaman di dalam kemajuan perusahaan. Walaupun banyak hambatan bagi pendatang baru dalam memasuki industri (enam sumber utama rintangan), namun kadang-kadang perusahaan baru memasuki industri dengan menawarkan keunggulan yang lebih kompetitif (bisa dari harga sewa, persyaratan keanggotaan, maupun dari koleksi film). Oleh karena itu, perusahaan perlu mengenali perusahaan baru yang potensial memasuki pasar, memonitor strategi perusahaan baru yang menjadi pesaing, melakukan serangan balasan sesuai dengan keperluan, dan memanfaatkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Adapun perusahaan yang termasuk pendatang baru adalah Movie Line, Stallion, Unicorn, dan Video One.

Ancaman Produk Pengganti

Produk dan jasa sangat berpengaruh pada bisnis, tetapi hal ini tergantung kembali pada para penikmat hiburan tersebut. Adapun produk pengganti lainnya adalah TV Kabel, VCD/DVD bajakan yang banyak beredar di pasaran dengan harga yang relatif murah, serta bioskop yang menawarkan kenyamanan.

Analisis Rantai Nilai Porter

Aktivitas utama

Aktivitas utama (*primary activities*) termasuk *inbound logistic, operation, outbound logistic, marketing and sales*, dan *services*.

Inbound Logistic

Aktivitas logistik masuk yang ada pada perusahaan yaitu menerima barang dari *supplier* sesuai dengan pesanan yang dilakukan sebelumnya dari jenis film tertentu yang dipasok oleh *supplier* tertentu. Secara berkala, *supplier* akan mengirimkan daftar film-film terbaru kepada perusahaan melalui *fax*. Kemudian bagian *product and logistic* akan menyeleksi daftar-daftar film tersebut untuk dipesan. Daftar pesanan yang telah dibuat oleh bagian produk akan dikirimkan kembali oleh perusahaan kepada *supplier* melalui *fax* untuk diproses.

Operation

Barang yang diterima perusahaan dari *supplier* akan dicatat dalam database *inventory control*, kemudian film-film yang baru masuk tersebut akan diklarifikasikan berdasarkan jenis film sebelum didistribusikan ke setiap *outlet*.

Outbound Logistic

Aktivitas logistik keluar adalah mendistribusikan koleksi VCD/DVD baru ke *outlet-outlet*. Perusahaan juga akan merecord data film-film yang didistribusikan ke *outlet* mereka. Setelah menerima VCD/DVD dari kantor pusat, *outlet* akan mengecek jumlah data yang

diterima dengan produk fisik. Setelah cocok, maka pihak *outlet* akan memberikan laporan ke kantor pusat melalui *e-mail* atau *fax*.

Marketing and Sales

Perusahaan akan melakukan proses pembukaan *outlet* baru untuk perluasan cabang kepada para *investor* melalui sistem *franchise*. Dimana sebelumnya akan dilakukan *survei* terhadap pangsa pasar dan penentuan lokasi yang strategis untuk dibangun *outlet*. Sedangkan untuk promosi produk, pihak perusahaan akan menerbitkan bulletin setiap dua minggu sekali yang berisikan informasi dan sinopsis dari koleksi film-film terbaru mereka. Promosi juga dilakukan dengan melakukan aliansi atau kerjasama dengan pihak ketiga pada *event* atau kondisi tertentu. Misalnya perusahaan bekerja sama dengan LG, dimana setiap pembelian DVD *player* merk LG, pembeli akan mendapatkan *voucher* sewa gratis selama satu tahun di perusahaan tsb dengan mengikuti ketentuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Services

Apabila di setiap *outlet* terdapat koleksi VCD/DVD yang rusak, *outlet* dapat melaporkan hal tersebut melalui telepon kepada kantor pusat untuk mendapatkan pengganti film yang baru dengan judul dan kuantitas barang yang sama. Hal ini untuk meningkatkan pelayanan dari perusahaan agar komplain dari pelanggan mengenai kerusakan VCD/DVD yang disewa dapat dihindari.

Aktivitas Pendukung

Aktivitas pendukung (*support activities*) termasuk *administration and infrastructure*, *human resources management*, *technology development*, dan *procurement*.

Administration and Infrastructure

Perusahaan seharusnya telah memiliki peralatan dan jaringan komunikasi berbasis *Local Area Network* (LAN) dan memiliki puluhan unit komputer untuk membantu aktivitas perusahaan. Sedangkan dalam aktivitas komunikasi antara kantor pusat dengan tiap-tiap *outlet* dilakukan melalui *e-mail*. Jaringan listrik di kantor pusat harus bebas dari gangguan pemadaman dengan menyediakan mesin pembangkit listrik sendiri. Perusahaan sebaiknya hanya menyediakan UPS pada *server*, sedangkan pada *user* tidak disediakan UPS.

Human Resource Management

Merekrut dan menyeleksi sumber daya yang kompeten dengan bidang yang sesuai dengan aktivitas perusahaan, memberikan pelatihan manajemen, dan juga mengatur mengenai tugas dan tanggung jawab bagi tiap-tiap personil dan juga fungsi-fungsi bisnis yang harus dilakukannya. Karyawan yang direkrut oleh perusahaan langsung dicatatkan pada database karyawan.

Technology Development

Pengembangan sistem informasi berbasis komputer akan membantu kinerja perusahaan dan juga mempercepat proses operasional. Pada saat ini perusahaan sebaiknya mengembangkan sistem informasi yang terintegrasi baik pada tiap divisi kantor pusat termasuk tiap-tiap *outlet* yang ada.

Procurement

Melakukan kerjasama dengan para *distributor* film yang berperan sebagai *supplier* VCD/DVD *original* yang merupakan sumber dari pelaksanaan kegiatan utama. Selain itu menjaga hubungan baik itu amat penting untuk tetap mendapatkan kepercayaan dari para *supplier* yang berpotensi.

Analisis SWOT

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai hasil analisis *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman) dari perusahaan. Pada umumnya bentuknya sebagai berikut:

Strength (Kekuatan)

Strength termasuk (1) sistem penyewaan yang menarik, karena penyewa dapat menentukan sendiri lama penyewaan; (2) memiliki koleksi film *original* dari hampir seluruh produsen film terkemuka; (3) menyewakan koleksi VCD/DVD *original* yang berkualitas baik; (4) harga sewa VCD/DVD yang terjangkau dan kompetitif; (5) memiliki *outlet-outlet* yang tersebar di Jakarta dan di berbagai daerah; (6) *outlet-outlet* penyewaan terletak di tempat yang strategis, seperti di daerah pemukiman atau berdekatan dengan jalan besar, termasuk pemukiman yang jauh dari tempat hiburan.

Weakness (Kelemahan)

Weakness yaitu masih kurangnya informasi mengenai perusahaan ini, kurangnya kegiatan promosi, serta pelayanan di internet belum optimal.

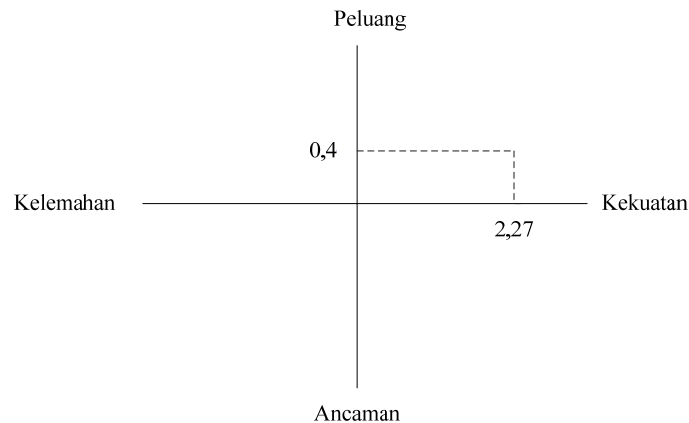
Opportunity (Peluang)

Opportunity termasuk: (1) minat masyarakat yang tinggi terhadap VCD/DVD *original*; (2) pangsa pasar yang cukup luas sehingga memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan calon *investor*; (3) menonton VCD/DVD merupakan hiburan yang mudah dan murah, khususnya bagi kalangan masyarakat yang tinggal jauh dari tempat hiburan; (4) harga dari VCD/DVD *original* yang dijual di pasaran cukup mahal.

Threat (Ancaman)

Threat yaitu: (1) adanya perusahaan sejenis yang bergerak di bidang yang sama, termasuk *rental-rental* yang menyediakan VCD/DVD bajakan yang menawarkan harga sewa yang lebih ekonomis; (2) adanya beberapa alternatif tontonan yang lebih disukai oleh sebagian orang, seperti program televisi (*cable vision*), bioskop; (3) maraknya peredaran VCD/DVD bajakan yang sekarang mudah didapat dengan harga yang murah dan film yang lebih *up to date* dengan film-film yang sedang diputar bioskop, sehingga pelanggan lebih suka membeli daripada menyewa; (4) globalisasi pasar bebas akan mempengaruhi pergerakan persaingan bisnis dan perdagangan termasuk dalam bisnis *rental*.

Pemetaan SWOT



Gambar 3 Pemetaan SWOT

Analisis Critical Success Factor (CSF)

Perusahaan memiliki faktor-faktor kritis yang perlu diperhatikan, dimana keadaan tersebut akan memberikan pengaruh terhadap keberhasilan fungsi maupun manajemen perusahaan dalam mencapai tujuannya. Adapun faktor-faktor kritis tersebut adalah jaringan *outlet*, persediaan film, kehandalan sumber daya manusia, dan harga sewa.

Jaringan Outlet

Perusahaan perlu meningkatkan pembukaan outlet-outlet baru di daerah yang belum dijangkau oleh pesaingnya. Khususnya pembukaan di daerah-daerah potensial yang jauh dari tempat hiburan dan strategis yang dekat jalan besar maupun di daerah pemukiman. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan jaringan yang luas pada sistem penyewaan VCD/DVD *original* perusahaan.

Persediaan Film

Kantor pusat bertanggung jawab untuk menyediakan film sesuai dengan kebutuhan outlet. Dan untuk terus-menerus mendapatkan masukan koleksi VCD/DVD *original* yang lengkap dan berkualitas baik, perusahaan perlu untuk meningkatkan dan menjaga hubungan baik dengan sumber-sumber supplier yang berpotensi.

Kehandalan Sumber Daya Manusia

Perlu pemberdayaan Sumber Daya Manusia (SDM) dengan memberikan program pelatihan yang meliputi managerial, operasional dan *customer service* bagi personil-personil yang ada dalam perusahaan. Hal ini dilakukan guna menjaga kualitas pelayanan dan standar operasi yang ada.

Harga Sewa

Harga sewa, dan kelengkapan koleksi merupakan salah satu faktor utama bagi pelanggan dalam menentukan tempat penyewaan yang sesuai dengan pilihannya. Penetapan

harga sewa yang terjangkau yang disesuaikan dengan mutu dan jenis film merupakan salah satu upaya menjaga loyalitas pelanggan dan dapat meraih pelanggan lebih banyak lagi.

Usulan Pengembangan Produk dan Jasa

Untuk mendukung bisnis pada masa yang akan datang dengan memanfaatkan teknologi dan sistem informasi seperti pembuatan website, yang akan memberikan *trailer* film terbaru dengan kategori *new release*. Di samping itu juga terdapat penilaian film oleh para kritikus film dunia.

Pengembangan Fungsi Bisnis

Setelah menganalisis kebutuhan perusahaan maka kami mengusulkan adanya penambahan dan penggabungan fungsi bisnis seperti penambahan fungsi *Purchasing* (pembelian), dan penggabungan HRD and *General Affair*, dengan adanya perubahan tersebut maka sedikit akan merubah fungsi lain untuk itu diperlukan pelatihan SDM guna meningkatkan pengetahuan karyawan yang bekerja pada bidangnya.

Departemen *Purchasing* bertanggung jawab untuk melakukan perencanaan perlengkapan kantor, bertanggung jawab melakukan pemesanan film ke pemasok, dan melakukan penerimaan film dari pemasok dan memeriksa kesesuaiannya dengan yang di pesan. Sementara itu, HRD dan *General Affair* bertanggung jawab terhadap mengembangkan dan mengatur kebijakan perusahaan mengenai karyawan, melakukan perekrutan dan penggajian karyawan, dan mengatur pelatihan untuk karyawan.

Usulan Pengembangan Jaringan Komunikasi

Jaringan komunikasi yang dimiliki oleh perusahaan sebenarnya saat ini sudah cukup memadai, tetapi jaringan komunikasi antara kantor pusat dan *outlet* yang dimiliki belum terhubung secara Online. Jaringan komunikasi yang dilakukan masih secara manual, hal itu tentunya memakan waktu contohnya seperti penggunaan E-mail. Dengan menerapkan sistem Online maka diharapkan informasi yang dikirimkan oleh kedua belah pihak dapat selalu *up to date* dan mempermudah kantor pusat dalam pengontrolan *outlet* yang tersebar luas (*Internal control*).

Rencana Penerapan Aplikasi Sistem Informasi

Di dalam pembuatan aplikasi sistem informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan dapat diperhatikan bahwa terdapat beberapa aplikasi yang benar-benar harus ada dan dipertimbangkan. Oleh sebab itu maka kami membuat beberapa prioritas yang perlu diperhatikan. Berikut adalah urutan prioritas dalam implementasi dari setiap sistem informasi yang diperlukan oleh perusahaan.

Pembuatan Website

Penyebaran informasi melalui website selama ini kurang mendapatkan perhatian pihak perusahaan padahal media tersebut memiliki potensi yang cukup baik dalam membawa perusahaan ke dalam posisi kompetitifnya sesuai tuntutan teknologi. Untuk itu, penggunaan website perlu diefektifkan sehingga dapat memberikan informasi yang akurat, serta meningkatkan komunikasi dengan perusahaan.

Pembuatan *Decision Support System* (DSS) Lokasi

Aplikasi yang berupa simulasi maupun modelling mengenai informasi tentang tata letak dan lokasi strategis yang akan dibangun *outlet* baru.

Pengembangan *Technical Support System*

Sistem pendukung teknis ini diadakan untuk memberdayakan kinerja perusahaan dalam melakukan pemeliharaan data, jaringan dan software perusahaan. Salah satu contohnya adalah penerapan aplikasi untuk kebutuhan back-up dan recovery data.

Pembuatan Teknologi Keamanan Jaringan (*security network*)

Seiring pengembangan jaringan komputer perusahaan, teknologi pengamannya juga harus ikut berevolusi agar mampu mengatasi masalah-masalah yang mungkin dapat terjadi saat pengoperasian jaringan dilakukan. Untuk itu, *security network* diperlukan, seperti mencegah akses data perusahaan oleh pihak yang tidak terotorisasi.

Pembuatan *Executive Information System* (EIS)

Sistem informasi yang dimaksud adalah untuk mendukung penyediaan informasi bagi para eksekutif dalam bentuk laporan yang siap pakai sehingga mempermudah proses pengambilan keputusan dan pemecahan masalah. Yang dimaksud laporan yang siap pakai adalah laporan yang disajikan dalam bentuk yang sederhana namun efektif (mudah dipahami dan tidak bermakna ganda), seperti grafik tingkat kinerja outlet, informasi detail mengenai keuangan perusahaan, dan pemasaran.

Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi (SIA)

Sistem Informasi Akuntansi ini dikembangkan untuk memberdayakan fungsi akuntansi atau administrasi perusahaan, dimana sistem ini akan melakukan pengolahan data transaksi perusahaan sehingga dapat menghasilkan informasi untuk manajemen perusahaan serta untuk perorangan dan organisasi di lingkungan perusahaan kecuali pesaing.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah disampaikan pada paragraf sebelumnya, maka dapat diambil beberapa simpulan, yaitu (1) perusahaan merupakan salah satu perusahaan penyewaan VCD/DVD *original* yang menawarkan konsep penyewaan yang menarik bagi pelanggan dan calon pelanggan; (2) perusahaan menerapkan sistem *corporate* dan *franchise* dalam upaya untuk memperluas jaringan usahanya; (3) masalah kritical pada perusahaan adalah kantor pusat mengalami masalah dalam hal penanganan pengendalian internal (*internal control*) pada outlet yang berada di luar area jangkauan; (4) perencanaan Strategis Sistem dan Teknologi Informasi dilakukan untuk membuat manajemen perusahaan dalam menganalisa dan menentukan langkah-langkah yang tepat dalam perencanaan strategis perusahaan dan pengambilan keputusan yang penting bagi perusahaan dalam melaksanakan fungsi bisnis secara efektif; (5) yang pada umumnya menjadi faktor-faktor kritis bagi perusahaan dalam mencapai keberhasilan pencapaian sasarannya adalah perluasan jaringan outlet, persediaan/ kelengkapan film, kehandalan SDM dan juga harga sewa.

Sedangkan beberapa saran yang dapat menunjang keberhasilan kegiatan perusahaan adalah (1) dengan pembuatan situs perusahaan dapat meningkatkan promosi perusahaan tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu; (2) untuk mengantisipasi masalah pengendalian internal dan memperlancar komunikasi antara kantor pusat dan outlet maka haruslah dirancang jaringan komunikasi yang terintegrasi dengan kantor pusat; (3) agar perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya perlu mengikuti perkembangan SI/TI mengingat justru dengan SI/TI terobosan pada bisnis dapat dilakukan; (4) untuk mengantisipasi agar data penting perusahaan dapat terpelihara, diharapkan dapat meningkatkan sistem proteksi jaringan; (5) membangun DSS dalam penetapan lokasi dan EIS untuk memudahkan pengambilan keputusan yang terbaik bagi kelangsungan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Madura, J. (2001). *Pengantar Bisnis Buku Satu*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Martin, J. (1990). *Information Engineering, Book II: Planning and Analysis*. Prentice Hall.
- Porter, M. E. (1993). *Teknik Menganalisis Industri dan pesaing*. Jakarta: Erlangga.
- Tozer, E. E. (1996). *Strategic IS/IT Planning*. USA: Butterworth-Heinemann.