

Perencanaan Strategis Sistem Informasi dan Teknologi Informasi pada PT Goldfindo Intikayu Pratama dengan Menggunakan Tahapan Anita Cassidy

Sara Zetira Irawan¹⁾ Pantjawati Sudarmaningtyas²⁾ Erwin Sutomo³⁾
S1 / Jurusan Sistem Informasi

Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya

Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email: 1) 11410100057@stikom.edu, 2) pantja@stikom.edu, 3) sutomo@stikom.edu

Abstract: PT Goldfindo Intikayu Pratama is a company engaged in the production of furniture, such as furniture for household and office supplies. The company's main processes namely, marketing and sales, purchasing, and production. Problems faced by the company is the systems and information technology (SIT) that failed to implement because it can not help in running the business processes of the company, so it can not align business processes with existing SIT. The failure in the implementation of the SIT cause the company suffered losses in developing SIT. Efforts are needed to improve the situation is to make strategic planning SIT, it aims to be able to align the company's business processes with SIT. Therefore, this study uses the stage Anita Cassidy and using analytical methods such as value chain analysis, SWOT, Five Forces Model, Portfolio McFarlan, Owners Estimate that can help identify and analyze SIT that is consistent with the company's business. The results of this study in the strategic planning documents SIT which includes 12 SIT projects, the total estimated cost of SIT, portfolio STI, there are directives development of SIT and there is a roadmap SIT for 3 years from now at the start of 2017, namely a total of 860 days ended in 2019.

Keywords: IT Strategic Planning, Anita Cassidy, Value Chain Analysis, SWOT, Five Forces Model, Portfolio McFarlan, owners estimate.

PT Goldfindo Intikayu Pratama adalah perusahaan yang bergerak dibidang produksi mebel (*furniture*). Produk yang dihasilkan oleh perusahaan PT Goldfindo Intikayu Pratama yaitu berupa *furniture* untuk rumah tangga dan *furniture* untuk perlengkapan kantor. Dengan memiliki jumlah pegawai yang lebih dari 800, perusahaan ini mampu menghasilkan produk hingga 1500 produk setiap bulan dengan berbagai jenis *furniture*. Secara keseluruhan produk yang diproduksi tidak hanya dipasarkan di dalam negeri melainkan dipasarkan hingga pasar internasional.

PT Goldfindo Intikayu Pratama saat ini memiliki beberapa divisi yaitu *Purchasing Manager, Chief Accountant & Finance, Marketing Manager, Factory Head, Quality Control* dan *HRD Manager*. Untuk menjalankan proses bisnis sehari-hari, tiap divisi menggunakan Microsoft Office seperti Excel untuk penyimpanan data-data. Sistem dan Teknologi Informasi (STI) yang digunakan PT Goldfindo Intikayu Pratama masih sangat sederhana. PT Goldfindo Intikayu Pratama sebelumnya mempunyai sistem informasi yang

digunakan di bagian penjualan dan pembelian, namun dengan berkembangnya perusahaan, sistem informasi yang ada tidak dapat digunakan kembali, karena implementasi STI yang digunakan telah gagal dalam menjalankan proses bisnis perusahaan sehingga sudah tidak sesuai untuk memenuhi kebutuhan proses bisnis dalam menghasilkan pengolahan informasi yang dibutuhkan. Hal tersebut dikarenakan belum adanya sebuah perencanaan yang sesuai dalam memenuhi kebutuhan bisnis perusahaan.

Produk *furniture* PT Goldfindo Intikayu Pratama tidak dipasarkan di dalam negeri saja melainkan dipasarkan hingga ke luar negeri. Saat ini PT Goldfindo Intikayu Pratama belum mempunyai STI yang mendukung dalam menjalankan proses bisnis perusahaan, sehingga dalam pengembangan STI di perusahaan menjadi tidak terkontrol dan pengolahan data menjadi tidak terintegrasi.

Alasan lain adalah masalah anggaran yang tidak terkontrol untuk melakukan pengembangan STI, karena pada pengalaman sebelumnya PT Goldfindo Intikayu Pratama pernah mengalami kegagalan dalam

menjalankan implementasi STI yang ada, dari hal tersebut perusahaan mengalami kerugian dalam melakukan pengembangan STI. Dengan semakin banyaknya persaingan kompetitor dalam melakukan perkembangan STI, PT Goldfindo Intikayu Pratama ini belum mempunyai sebuah gambaran mengenai STI apa saja yang dibutuhkan perusahaan agar tujuan bisnis dan tujuan STI dapat selaras, serta untuk dapat mendukung proses bisnis yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

Dengan permasalahan yang telah diuraikan di atas maka dalam proses pengembangan Sistem dan Teknologi Informasi (STI) diperlukan adanya sebuah perencanaan STI yang sesuai. Dalam hal ini diharapkan tujuan STI dan tujuan bisnis dapat diselaraskan dengan adanya Perencanaan Strategis STI. Karena dengan adanya Perencanaan Strategis STI ini sebagai alat bantu sebuah pedoman dalam pengembangan STI kedepannya serta membantu dalam mendapatkan sebuah analisis atau perkiraan anggaran biaya yang akan dikeluarkan sebagai bentuk pengembangan STI di perusahaan. Sehingga data dan informasi yang diberikan ke masing-masing kinerja organisasi/divisi menjadi terkontrol dan terintegrasi dengan divisi yang lain.

Untuk membuat Perencanaan Strategis STI ini diperlukan adanya sebuah tahapan yang terkait dalam perencanaan startegis sistem dan teknologi informasi. Penelitian yang digunakan untuk permasalahan ini adalah tahapan dari Anita Cassidy yang tidak hanya berfokus pada perencanaan dan pengembangan di sisi teknologi informasi, tetapi juga mengarah pada tujuan bisnis PT Goldfindo Intikayu Pratama terhadap teknologi informasi yang selaras. Menurut (Cassidy, 2006) ada 4 tahapan proses yaitu tahap *visioning, analysis, direction, recommendation*.

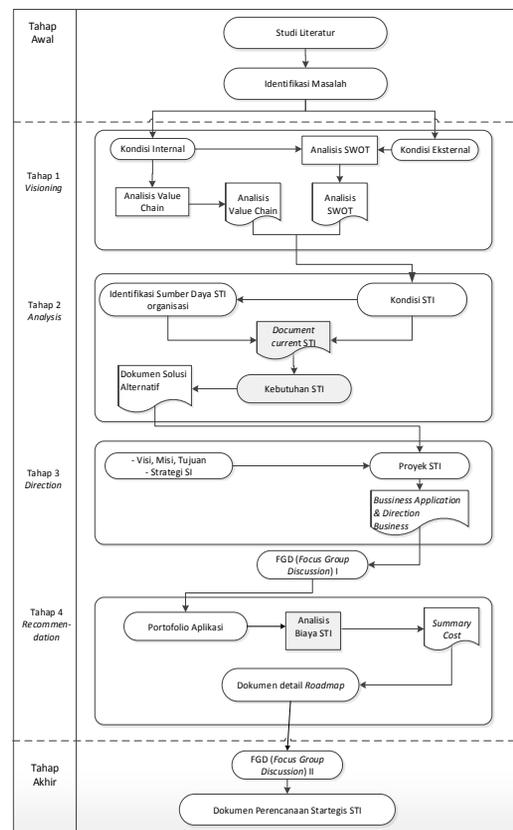
Dengan penggunaan tahapan Anita Cassidy diharapkan dalam pembuatan perencanaan strategis sistem dan teknologi informasi ini adalah agar PT Goldfindo Intikayu Pratama dapat mengetahui proses bisnis yang dilakukan selaras dengan STI, serta dapat melakukan pengembangan sistem informasi sesuai visi dan misi perusahaan pada PT Goldfindo Intikayu Pratama di masa yang akan datang.

Tujuan dari perencanaan strategis ini adalah dapat memberikan sebuah pedoman atau acuan dalam melakukan pengembangan STI yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Dimana hasil dari perencanaan strategis ini selanjutnya dapat meminimalkan kerugian dalam pengembangan STI dengan menyelaraskan strategi bisnis dengan strategi STI, guna dalam mencapai visi, misi, serta tujuan perusahaan. Hasil dari penelitian ini adalah berupa dokumen perencanaan strategis STI.

METODE

Beberapa tahapan-tahapan serta metode-metode yang digunakan dalam penyelesaian perencanaan strategis STI meliputi tahap awal yaitu studi literatur dan identifikasi masalah. Tahap kedua terdapat tahap *visioning, analysis, direction, dan recommendation*. Tahap akhir berupa *Forum Group Discussion (FGD)* dan hasil perencanaan strategis STI atau hasil ringkasan. Berikut ini dapat dilihat pada gambar 1 metode penelitian.



Gambar 1. Metode Penelitian

Berikut ini adalah pemaparan mengenai tata cara penyelesaian perencanaan strategis sistem dan teknologi informasi dari tahapan dari

metode yang digunakan untuk penyelesaian dan penyusunan penelitian pada PT Goldfindo Intikayu Pratama.

Tahap Visioning

Pada tahap ini merupakan fase tahapan awal yaitu dimulai dari analisis proses bisnis internal perusahaan (Ward & Peppard, 2002) yaitu menghasilkan analisis *value chain*. Melakukan analisis kondisi bisnis eksternal menurut Porter (2004), menganalisis kondisi eksternal dengan menggunakan metode *Five Forces Model* yaitu menganalisis berdasarkan 5 poin dilihat dari segi pembeli, pemasok, produk pengganti, pendatang baru, dan pesaing sejenis.

Langkah selanjutnya yaitu menurut Rangkuti (2006) memahami situasi bisnis (situasi bisnis internal dan eksternal) dan menghasilkan SWOT yaitu faktor kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), serta ancaman (*threats*) serta mengkonfirmasi analisis bisnis PT Goldfindo Intikayu Pratama. Hal ini dapat diketahui kemana sebenarnya arah yang akan dilalui organisasi ini di masa akan datang dengan menghasilkan strategis bisnis. Strategi bisnis tersebut diperoleh dari hasil SWOT yaitu dengan menghasilkan strategi bisnis dalam matriks SWOT.

Tahap Analysis

Pada tahap kedua ini, mengidentifikasi dan menganalisis internal dan eksternal STI, berfokus pada sistem informasi yang akan diterapkan, dengan mengidentifikasi kebutuhan data dan informasi apa saja yang dibutuhkan perusahaan (Surendro, 2009). Selain itu, diharapkan juga peneliti dapat mengerti bagaimana situasi STI saat ini pada PT Goldfindo Intikayu Pratama, bagaimana menganalisis sistem informasi dapat menunjang kebutuhan bisnis, dan mengembangkan beberapa rekomendasi untuk solusi alternatif STI yang dapat menunjang sistem bisnis perusahaan.

Tahap Direction

Pada tahap ketiga ini, merupakan tahapan yang mengidentifikasi semua proyek STI dan diprioritaskan, mengembangkan visi dan arah sistem informasi, mengembangkan rencana STI, mengidentifikasi proyek sistem informasi, yaitu dengan menghasilkan tabel solusi proyek

STI yang sesuai dengan kebutuhan 3 divisi yang ada di perusahaan.

Dalam tahap penentuan arah STI (*direction phase*) ini dimulai dari perencanaan strategis SI dengan mengidentifikasi apakah proyek STI yang diusulkan sesuai kebutuhan proses kinerja, sehingga diketahui resiko apa saja yang kemungkinan terjadi terhadap proyek STI yang telah diusulkan.

Tahap Recommendation

Pada tahap keempat ini, merupakan yang dimana semua proyek STI yang telah teridentifikasi dan diprioritaskan dan menghasilkan portofolio aplikasi mendatang, analisis perkiraan biaya untuk proyek STI, dan kerangka waktu pelaksanaan direncanakan. Selanjutnya, pengaturan proyek-proyek bersama-sama pada waktu, atau pemetaan. Selain itu, pada tahap ini juga akan menghasilkan sebuah *roadmap* rencana strategis STI untuk 3 tahun kedepan yang didasarkan dengan analisa kebutuhan informasi pada rencana strategis bisnis yang dimiliki PT Goldfindo Intikayu Pratama.

Tujuan dari pembuatan *roadmap* pada PT Goldfindo Intikayu Pratama adalah membuat kemudahan dalam perencanaan bisnis yang telah ditetapkan, berisi kegiatan-kegiatan mana yang akan dikerjakan.

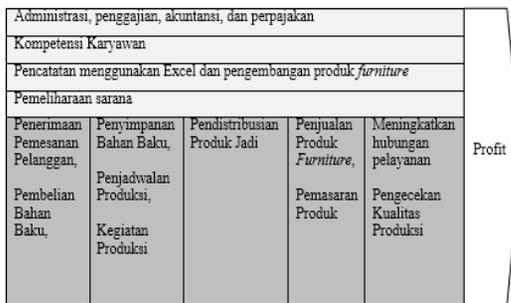
ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah hasil dari analisis dengan menggunakan tahapan-tahapan yang sudah dipaparkan pada metode penelitian, hal ini terkait dengan hasil pembahasan perencanaan strategis STI pada PT Goldfindo Intikayu Pratama.

Tahap Visioning

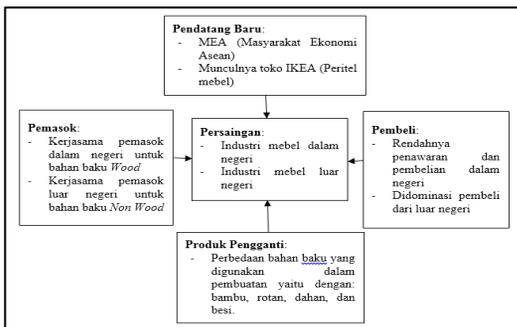
a. Analisis Proses Bisnis

Pada tahapan ini menganalisis proses bisnis perusahaan dengan ruang lingkup pada divisi *marketing manager* (divisi pemasaran dan penjualan), *purchasing manager* (divisi pembelian), dan *factory head* (divisi produksi). Proses bisnis tersebut menghasilkan analisis *value chain* yang dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Analisis Value Chain

Sedangkan untuk analisis kondisi eksternal perusahaan dapat dilihat pada gambar 3 di bawah.



Gambar 3. Analisis Kondisi Eksternal

Aktivitas-aktivitas bisnis pada gambar 2 selanjutnya digunakan pada tahapan yang ke 2 yaitu *analysis phase*. Berdasarkan dari beberapa aktivitas yang ada, tidak semua yang akan digunakan dalam tahap analisis.

Aktivitas-aktivitas yang selanjutnya digunakan pada tahap ke *analysis phase* pada aktivitas utama yaitu pemesanan pelanggan, pembelian bahan baku, penyimpanan bahan baku, penjadwalan produksi, kegiatan produksi, pendistribusian produk jadi, penjualan produk furniture, pemasaran produk, Meningkatkan hubungan pelayanan, dan pengecekan kualitas. Sedangkan pada aktivitas pendukung yaitu perpajakan.

b. Strategis Bisnis dalam Matriks SWOT

Selanjutnya menganalisis SWOT yaitu faktor kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), serta

ancaman (*threats*) dilihat dari segi bisnis perusahaan furniture. Berikut dapat dilihat pada tabel 1 strategi bisnis dalam matriks SWOT.

Tabel 1. Strategi Bisnis dalam Matriks SWOT

Strategi WO	Strategi WT
Memperbaiki penjadwalan produksi yang dapat mengurangi keterlambatan dalam penyelesaian, untuk meningkatkan dan mempertahankan kepercayaan pelanggan. (W1, O1)	Melakukan <i>monitoring</i> secara berkala dalam pembuatan produksi untuk menghindari dan meminimalkan keterlambatan dalam penyelesaian produksi. (W1, T2)
Memperbaiki strategi pemasaran untuk promosi produk di berbagai daerah dan berbagai negara guna meningkatkan serta memperluas pangsa pasar. (W2, O3)	Meningkatkan media promosi produk furniture dalam menghadapi persaingan MEA.(W2, T1)
Memanfaatkan dukungan pemerintah dalam menciptakan peluang dengan adanya industri kreatif dan memudahkan perusahaan dalam mengembangkan pembuatan produk furniture di dalam negeri guna untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. (W3, O2)	Perusahaan harus mengikuti tren produk di dalam maupun luar negeri untuk menghadapi pesaing yang telah banyak melakukan inovasi-inovasi produk. (W3, T3)

Analisis tersebut kemudian diberi penentuan tingkat bobot, sehingga dapat diketahui tingkat bobot yang terlebih dahulu dilakukan penanganan dengan memberikan strategis bisnis apa yang harus digunakan guna dalam menekan tingkat kelemahan proses bisnis perusahaan

Hasil dari tabel 1, diperoleh strategi bisnis *Weakness-Opportunity* (WO) dan *Weakness-Threats* (WT). Strategi bisnis tersebut diperoleh berdasarkan hasil analisis matriks SWOT

Setelah diketahui strategi bisnis pada tabel 1, kemudian strategi bisnis ini dilanjutkan pada tahap ke 2 yaitu *analysis phase*. Berdasarkan tahap *analysis* tersebut menggunakan strategi bisnis ini untuk menyelaraskan strategi bisnis dengan strategi STI yang akan di analisis pada tahap ke 2.

Tahap Analysis

a. Identifikasi Internal dan Eksternal STI

Pada tahapan ini menganalisis kondisi internal STI perusahaan dan eksternal STI. Analisis internal STI meliputi identifikasi *software* dan *hardware* yang digunakan saat ini, infrastruktur STI perusahaan saat ini.

Sedangkan eksternal STI yaitu meliputi analisis STI di luar lingkup perusahaan berdasarkan tren teknologi menurut Red Hat Summit dan *Business Group Head Windows Division Microsoft* Indonesia tahun 2015 dan dengan menggunakan metode *Five Forces Model* yang dimana mengidentifikasi dan menganalisis berdasarkan 5 poin yaitu dilihat dari segi pembeli, pemasok, produk pengganti, pendatang baru, dan pesaing sejenis.

b. Strategis STI dalam Matriks SWOT

Strategi STI ini sama seperti yang ada pada tahap 1 yaitu *visioning phase* dimana diperoleh dari hasil analisis SWOT STI. Berikut ini dapat dilihat strategi STI dalam matriks SWOT, terdapat pada tabel 2 Strategi STI dalam Matriks SWOT.

Setelah mendapatkan hasil strategi STI, kemudian dihitung berdasarkan perhitungan bobot, sehingga menghasilkan total bobot yang mana yang harus diberikan atau dikerjakan terlebih dahulu, guna untuk menekan kelemahan-kelemahan STI yang ada. Dari hasil tersebut diperoleh hasil strategi STI dalam matriks SWOT yaitu strategi STI pada *Weakness-Opportunity* (WO) dan *Weakness-Threats* (WT).

Setelah diketahui strategi STI tersebut kemudian menyelaraskan strategis STI dengan strategi bisnis, strategi bisnis diperoleh dari tahap 1 yaitu *visioning phase*. Berikut ini adalah strategi STI dalam matriks SWOT dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Strategi STI dalam Matriks SWOT

Strategi WO	Strategi WT
Memperbaiki kinerja proses bisnis perusahaan dengan penambahan aplikasi yang saling terhubung, penambahan hak akses karyawan, dan penggunaan <i>client-server</i> . (W1, O1)	Memperbarui STI perusahaan yang dapat memberikan kinerja bisnis yang lebih efektif, dengan penggunaan sistem yang terkomputerisasi, seperti penerapan <i>Cloud Computing</i> dan <i>Containerized IT</i> . (W1, T2)
Mendukung serta memberikan <i>training</i> kepada SDM untuk dapat memanfaatkan peluang STI yang ada. (W2, O2)	Perusahaan memberikan SDM pembekalan dan pelatihan STI untuk dapat menghadapi persaingan dari segi STI yang terus berkembang. (W2, T1)
Memanfaatkan dukungan dari pelanggan dan pemasok untuk memperbaiki serta memperbarui layanan berbasis STI. (W3, O3)	Memanfaatkan media internet untuk mengetahui perkembangan pasar MEA, tidak hanya internet tetapi perusahaan harus mampu bersaing dalam penggunaan proses bisnis berbasis STI yang dapat memberikan kemudahan layanan kepada pelanggan. (W3, T3)

Tujuan dari keselarasan strategi bisnis dan strategi STI ini adalah untuk sebagai acuan pada tahap ke 3 *direction phase* dalam penentuan visi, misi, tujuan, serta strategi SI.

c. Kebutuhan Proyek STI

Pada bagian ini tahap ke 2 memberikan solusi untuk kebutuhan proyek STI apa saja yang dibutuhkan. Kebutuhan solusi proyek STI yang dibutuhkan berdasarkan hasil analisis *value chain*, analisis internal STI perusahaan. Berdasarkan

hasil tersebut diperoleh 11 keterangan atas kebutuhan proyek STI yang dibutuhkan.

Tujuan dari adanya solusi kebutuhan proyek STI ini adalah untuk mempermudah tahap ke 3 *direction phase* dalam mengusulkan dan menentukan proyek STI yang diberikan sesuai dengan kebutuhan bisnis perusahaan.

Tahap Direction

a. Mengembangkan Visi, Misi, Tujuan, dan Strategi SI

Pada tahapan ini menentukan visi, misi, tujuan serta strategi SI. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk dapat mengetahui arahan STI dengan melihat visi bisnis yang selaras dengan visi STI. Berikut adalah visi dan misi perusahaan, yaitu:

1. Visi
 - Mewujudkan perkembangan STI yang maju untuk mendukung keunggulan kompetitif.
2. Misi
 - a. Terintegrasinya sistem antar divisi.
 - b. Memberikan inovasi baru dengan adanya penggunaan STI.
 - c. Meningkatkan sistem pelayanan dengan berbasis STI.
3. Tujuan
 - a. Memajukan aktivitas bisnis perusahaan dengan menerapkan STI.
 - b. Dapat mengikuti perkembangan tren STI.
 - c. Dapat selalu meningkatkan pelayanan perusahaan

b. Solusi Proyek STI

Pada bagian ini memberikan solusi mengenai STI apa saja yang dibutuhkan agar dapat digunakan untuk menjalankan aktivitas bisnis dengan kebutuhan STI.

Hal ini diperoleh dari bagian sub sebelumnya yaitu analisis kebutuhan bisnis dan kebutuhan STI pada tahap *analysis phase*.

Berikut ini dapat dilihat kebutuhan STI yang dibutuhkan oleh 3 divisi perusahaan, pada tabel 3 solusi proyek STI.

Hasil dari tabel 3 solusi proyek STI di peroleh 12 proyek STI yang dibutuhkan yaitu SI Pemesanan, SI Penjualan, SI Pemasaran, SI Pendistribusian, SI Perpajakan, SI Manajemen Pelayanan, SI Pembelian, SPK Bahan Baku, SIG

Pelanggan dan SIG Pemasok, SI Pengendalian Persediaan, SI Penjadwalan Produksi.

Tabel 3. Solusi Proyek STI

No.	Divisi	Proyek STI
1.	Marketing Manager	SI Pemesanan,
		SI Penjualan,
		SI Pemasaran,
		SI Pendistribusian,
		SI Perpajakan,
2.	Purchasing Manager	SI Manajemen Pelayanan,
		SI Pembelian,
		SPK Bahan Baku,
3.	Factory Head	SIG Pelanggan dan
		SIG Pemasok,
		SI Pengendalian Persediaan,
		SI Penjadwalan Produksi.

c. Perkiraan Penilaian Proyek STI

Setelah diketahui hasil 12 proyek STI yang dibutuhkan kemudian mengidentifikasi resiko kemungkinan terjadi perproyek STI, pengidentifikasian ini dilakukan terlebih dulu dari tahap pengerjaan aplikasi, hal ini bertujuan dapat melakukan tindakan preventif terhadap resiko yang kemungkinan terjadi. Metode yang digunakan dalam *risk register* ini adalah metode slip Crawford.

Pada kolom prioritas memiliki *range* yang berbeda dengan perkiraan penilaian proyek STI yaitu *high* (I), *medium* (II dan III), *low* (IV).

Selanjutnya penentuan nilai prioritas diperoleh berdasarkan nilai dari ketergantungan, nilai bisnis, resiko, dan *risk exposure* yang terdapat pada dokumen perencanaan strategis STI, sehingga menghasilkan hasil prioritas STI.

Metode ini melakukan pendataan beberapa risiko sehingga mendapatkan 1 risiko yang memiliki persentasi *risk score* tertinggi pada setiap solusi STI. Berikut ini adalah perkiraan penilaian proyek STI dapat dilihat pada tabel 4.

perhitungan biaya pajak	perpajakan	
-------------------------	------------	--

Tabel 4. Perkiraan Penilaian Proyek STI

Identifikasi Resiko	Proyek STI	Prioritas
Kesalahan dalam pencatatan pemesanan	SI pemesanan	High
Informasi data pelanggan kurang akurat	SIG pelanggan dan pemasok	Medium
Kesalahan saat pembelian bahan baku	SI pembelian	High
Kesalahan dalam penentuan bahan baku	SPK bahan baku	Medium
Informasi stok bahan baku tidak sesuai	SI pengendalian persediaan	Medium
Penjadwalan kurang optimal	SI penjadwalan produksi	High
Pengiriman tidak sesuai jadwal dan kesalahan dalam memilih rute menimbulkan pemborosan biaya	SI pendistribusian	Low
Infomasi barang yang dijual dengan barang terdistribusi tidak sesuai	SI penjualan	High
Salah dalam penentuan pangsa pasar	SI pemasaran	Medium
Distribusi barang jadi yang tidak layak	SI quality control	Medium
Informasi pelayanan terbatas.	SI manajemen pelayanan	Medium
Kesalahan dalam	SI	Low

Tahap Recommendation

a. Portofolio Aplikasi Mendatang

Pada bagian ini mengklasifikasikan proyek STI kedalam 4 matriks kuadran McFarlan yaitu *strategic, key operational, support, high potential*. Selanjutnya mengklasifikasikan tiap proyek ke dalam priotitas. Nilai prioritas diperoleh dari tahap *direction phase* yaitu perkiraan penilaian proyek STI.

Penggolongan terhadap pengklasifikasian matriks kuadran tersebut berdasarkan dari 7 pertanyaan yang berpedoman dari McFarlan, dan menghasilkan jawaban dari hasil wawancara dan diskusi oleh pihak perusahaan. Hasil wawancara tersebut kemudian dapat diketahui tiap proyek STI termasuk kedalam matriks kuadran McFarlan. Berikut dibawah ini adalah portofolio aplikasi dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Portofolio Aplikasi Mendatang

Strategic	Prioritas	High Potential	Prioritas
SI Pemasaran	II	SI Manajemen Pelayanan	III
		SI Perpajakan	IV
Key operational	Prioritas	Support	Prioritas
SI Pemesanan	I	SPK Bahan baku	II
SI Pembelian	I	SI Pendistribusian	IV
SI Pengendalian Persediaan	II		
SI Penjadwalan Produksi	I	SIG Pelanggan dan Pemasok	III
SI Penjualan	I		
SI Quality Control	III		

Tahapan ini memberikan acuan untuk pembuatan jadwal *roadmap* yang berdasarkan nilai prioritas dari portofolio aplikasi.

b. Analisis Perkiraan Biaya

Analisis perkiraan biaya ini meliputi biaya *resource* perproyek STI, biaya *software*, biaya *hardware*, biaya lain-lain, dan total perkiraan biaya strategi. Perkiraan biaya tersebut dihitung berdasarkan harga perkiraan sendiri (HPS) atau *Owners Estimate* dan standart biaya Kelly Services 2014.

Berikut ini adalah total hasil perkiraan biaya yang dikelurakan untuk 3 tahun kedepan. Dapat dilihat pada tabel 6 total biaya perkiraan strategis.

Pemasangan Kabel Lan			
----------------------	--	--	--

Tabel 6. Total Perkiraan Biaya Strategi

Total Perkiraan Biaya Strategi	
Nama Biaya	Total
Biaya <i>Resource</i>	Rp 116.796.472
Pelatihan	Rp 27.000.000
Pemeliharaan	Rp 46.718.589
Infrastruktur STI	Rp 1.285.000
Pemasangan Kabel LAN	Rp 1.100.000
Total Biaya	Rp 192.900.061

Tujuan dari adanya analisis biaya ini adalah untuk mengetahui berapa pengeluaran yang harus dikeluarkan perusahaan sehingga dapat menjalankan atau memenuhi seluruh proyek STI.

c. Roadmap

Roadmap pada bagian ini mangacu pada hasil jadwal pelaksanaan dalam pembuatan proyek STI. Terdapat 12 proyek STI yang direncanakan untuk skala 3 tahun mendatang dari tahun 2017 hingga 2019. Jadwal implementasi *roadmap* ini telah dirancang berdasarkan prioritas perproyek STI.

Roadmap ini berisi kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam melakukan perkembangan proyek STI yaitu biaya proyek STI, pelatihan, pemeliharaan, infrastruktur STI, dan pemasangan kabel Lan.

Berikut ini adalah *roadmap* pertahun dapat dilihat pada tabel 7 di bawah.

Tabel 7. Roadmap Pertahun

Nama Biaya	Tahun		
	2017	2018	2019
Proyek STI (<i>resource</i>)			
Pelatihan			
Pemeliharaan			
Infrastruktur STI			

SIMPULAN

Perencanaan strategis sistem informasi dan teknologi informasi pada PT Goldfindo Intikayu Pratama ini merupakan hasil akhir dari sebuah analisis yang telah dilakukan. Penelitian ini telah melakukan evaluasi dari 4 tahapan yang ada serta mendapat verifikasi dokumen oleh perusahaan.

Verifikasi tersebut dilakukan dengan cara *forum group discussion* (FGD), sehingga dokumen perencanaan strategis STI ini dapat digunakan sebagai pedoman untuk pengembangan STI kedepannya, guna tercapainya keselarasan visi dan misi bisnis perusahaan dengan STI.

Berdasarkan hasil dari perencanaan strategis STI ini menghasilkan kesimpulan, yaitu:

- Penelitian ini telah menghasilkan dokumen perencanaan strategis STI.
- Perencanaan strategis STI yang dihasilkan berfokus pada 3 divisi di PT Goldfindo Intikayu Pratama yaitu divisi *marketing manager* (divisi pemasaran dan penjualan), *purchasing manager* (divisi pembelian), dan *factory head* (divisi produksi).
- Solusi STI yang dihasilkan memiliki 12 proyek STI, yaitu 1 proyek aplikasi pada *strategic*, 6 aplikasi pada *key operational*, 3 aplikasi *support*, 2 aplikasi *high potential*.
- Dokumen perencanaan STI ini juga menghasilkan hasil dari analisis biaya dari tiap proyek STI yang ada. Biaya tersebut meliputi biaya *resource* proyek STI sebesar Rp 116.796.472, biaya pemeliharaan sebesar Rp 46.718.589, biaya pelatihan sebesar Rp 27.000.000. Total keseluruhan dari perkiraan biaya strategi untuk proyek STI ini sebesar Rp 192.900.061.
- Terdapat *roadmap* STI untuk mengetahui jadwal tahap pengerjaan proyek STI, serta arahan perkembangan bisnis untuk 3 tahun kedepan. Jadwal tersebut dimulai dari tahun 2017 yaitu dengan total 860 hari yang berakhir pada tahun 2019.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, perencanaan strategis STI pada PT Goldfindo Intikayu Pratama ini masih memiliki beberapa kekurangan, sehingga kedepan dapat dilakukan pengembangan berupa:

- a. Diharapkan PT Goldfindo Intikayu Pratama dapat menerapkan rencana STI yang telah diusulkan pada dokumen perencanaan strategis STI.
- b. Dokumen perencanaan strategis STI pada PT Goldfindo Intikayu Pratama ini dibuat dan diselesaikan hanya untuk 3 divisi perusahaan saja, yaitu divisi *marketing manager*, *purchasing manager*, dan *factory head*. Diharapkan penelitian akan datang dapat mengembangkan proyek STI secara keseluruhan pada tiap-tiap divisi yang ada pada PT Goldfindo Intikayu Pratama.

RUJUKAN

- Cassidy, A. (2006). *A Practical Guide to Information Systems Strategic Planning*. 6000 Broken Sound Parkway NW, Suite 300 Boca Raton, FL 9333487-2742: Auerbach Publications Taylor & Francis Group.
- Porter, M. (2004). *Keunggulan Bersaing: Menciptakan Kinerja Unggulan*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Surendro, K. (2009). *Pengembangan Rencana Induk Sistem Informasi*. Bandung: Informatika.
- Ward, J., & Peppard, J. (2002). *Strategic Planning for Information System* (2nd ed), John Wiley & Sons.