

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Layanan Sistem dan Teknologi Informasi

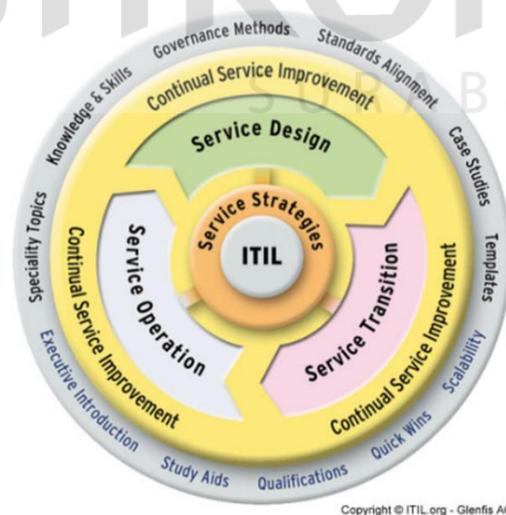
Layanan yang memanfaatkan penggunaan *software*, *hardware*, dan fasilitas komunikasi yang berguna dalam akses informasi kepada pelanggan/ pengguna layanan/ proses bisnis melalui penciptaan, manajemen, dan optimalisasi merupakan Layanan Sistem dan Teknologi Informasi (ITIL, 2012). Evans dan Macfarlane (2001) menjelaskan dan memastikan bahwa layanan STI merupakan komposit terpadu yang terdiri dari sejumlah komponen, seperti proses manajemen, *hardware*, *software*, fasilitas, dan orang yang menyediakan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan manajemen.

2.2 IT Service Management

Terdapatnya panduan pada *Service Strategic* memberikan kemudahan pada aktor *IT Service Management (ITSM)* dalam memahami dan memandang bahwa konsep *ITSM* bukan hanya sebagai sebuah kemampuan organisasi (dalam memberikan, mengelola serta mengoperasikan layanan TI), tapi juga sebagai sebuah aset strategis perusahaan, *ITSM* merupakan pemanfaatan proses yang ada dalam melakukan peningkatan kualitas yang selaras dengan tingkatan/ *level* yang telah disepakati bersama pengguna layanan TI, dengan tujuan dapat menyajikan layanan TI yang berkualitas dan tepat guna (Evans, Macfarlane, Ivor, 2001).

2.3 ITIL V3

Information Technology Infrastructure Library (ITIL) merupakan sebuah standar kerangka kerja yang digunakan dalam bidang TI. ITIL berfungsi untuk menyelaraskan pelayanan TI dengan kebutuhan bisnis. ITIL menyediakan kerangka kerja bagi tata kelola TI, mengemas layanan, dan berfokus pada pengukuran berkelanjutan dan perbaikan kualitas layanan TI yang diberikan, baik dari sisi bisnis dan perspektif pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ITIL dapat memberikan diskripsi secara rinci sejumlah proses kegiatan TI dan menyediakan daftar komprehensif tugas dan prosedur yang didalam setiap organisasi dapat menyesuaikan kebutuhannya sendiri. Fokus ini merupakan faktor utama dalam keberhasilan ITIL di seluruh dunia dan telah memberikan kontribusi untuk penggunaan produktif dan memberikan manfaat yang diperoleh organisasi dengan pengembangan teknik dan proses sepanjang berjalannya kegiatan organisasi (Cartlidge, 2007).



Gambar 1 ITIL *Service Lifecycle* (Sumber : ITIL.org)

2.4 Service Strategy

Service Strategy merupakan salah satu tahapan di dalam siklus hidup ITIL, dimana *Service Strategy* memberikan panduan kepada organisasi dalam memberikan, mengelola, ataupun mengoperasikan layanan TI sebagai sebuah aset strategis perusahaan. Selain itu, *Service Strategy* juga mendefinisikan bagaimana penyedia layanan akan memanfaatkan layanan untuk mencapai hasil akhir bisnis sesuai dengan keinginan dari pelanggan dan penyedia layanan.

Dalam *Service Strategy*, terdapat lima proses untuk menentukan layanan yang menjadi acuan untuk mencapai hasil akhir bisnis, yaitu :

1. Manajemen strategi untuk layanan TI bertujuan agar penyedia layanan dapat membantu organisasi dalam mencapai tujuan atau keberhasilan bisnis, serta bertujuan untuk menentukan pelayanan yang paling tepat dan efektif untuk diterapkan di dalam organisasi. Dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi adalah proses mendefinisikan dan mengelola perusahaan sesuai dengan layanan yang diberikan.
2. Manajemen *Service Portfolio* merupakan proses pengelolaan *Service Portfolio* mulai dari pelayanan apa yang akan digunakan dan bagaimana pelayanan yang digunakan tersebut berjalan (siklusnya). Manajemen *Service Portfolio* bertujuan untuk memastikan bahwa perusahaan memiliki layanan TI yang seimbang dengan bisnis yang dicapai.
3. Manajemen finansial layanan TI merupakan proses pengelolaan sumberdaya yang bertujuan dalam memastikan penggunaan sumberdaya yang sesuai dalam mencapai tujuan organisasi atau keberhasilan bisnis. Pada tahap ini, semua departemen pada perusahaan ikut serta dalam proses manajemen finansial.

Proses ini bertujuan untuk menyesuaikan biaya yang digunakan untuk desain, pembuatan, dan penyampaian layanan yang digunakan untuk memenuhi strategi perusahaan.

4. Manajemen permintaan merupakan proses untuk memahami, mengantisipasi, dan mempengaruhi permintaan pelanggan untuk pelayanan dan kapasitas yang disediakan untuk memenuhi permintaan tersebut. Tujuannya adalah memastikan bahwa permintaan pelanggan dapat ditampung oleh kapasitas yang dimiliki oleh perusahaan.
5. Manajemen hubungan bisnis merupakan proses untuk membuat dan mempertahankan hubungan antara manajer bisnis dengan pelanggan pada tingkat strategis dan taktis. Manajemen hubungan bisnis bertujuan untuk dapat menciptakan hubungan bisnis antara penyedia layanan dan pelanggan berdasarkan kebutuhan pengguna akan kebutuhannya, dan dapat mengidentifikasi kebutuhan pelanggan serta bisa memastikan bahwa perubahan kebutuhan bisnis dapat diikuti oleh penyedia layanan.

2.5 Service Portofolio

Service Portfolio merupakan daftar layanan TI yang dibuat oleh penyedia layanan yang berasal dari hasil representasi berdasarkan siklus hidup layanan. Service Portofolio merupakan dokumen terstruktur yang terdiri dari 3 komponen, yaitu;

1. *Service Pipeline* yang merupakan jenis-jenis pelayanan yang masih dalam fase pertimbangan atau pengembangan, tetapi belum disediakan bagi pelanggan.
2. *Service Catalogue* merupakan jenis-jenis pelayanan yang aktif, termasuk pelayanan yang dalam pengembangan namun bisa diimplementasikan. *Service*

Catalogue digunakan untuk mendukung pelayanan TI. Jenis-jenis pelayanan yang masuk ke dalam kategori ini merupakan pelayanan yang telah diperhitungkan biaya dan resikonya.

3. *Retired Services* merupakan jenis pelayanan yang sudah tidak dipergunakan lagi, jenis pelayanan yang ada di kategori ini masih digunakan pada pelanggan lama yang pernah menerima layanan tersebut atau pelanggan yang memiliki perjanjian bisnis.

2.6 Demand Management

Demand management merupakan metodologi perencanaan yang digunakan untuk mengelola dan meramalkan permintaan produk dan jasa, *Demand management* adalah proses yang bertanggung jawab untuk memahami, mengantisipasi dan mempengaruhi permintaan pelanggan untuk layanan. *Demand management* menjalin kerjasama dengan manajemen kapasitas untuk memastikan bahwa penyedia layanan memiliki kapasitas yang cukup untuk memenuhi permintaan yang diperlukan (David Cannon, 2011).

Pada tingkat strategis, *Demand Management* dapat melibatkan analisis *Patterns of Business Activity* (PBA) dan *User Profile* (UP), sementara pada tingkat taktis dapat melibatkan penggunaan pemenuhan diferensial untuk mendorong pengguna menggunakan layanan TI disaat sibuk, atau memerlukan kegiatan/aktivitas untuk menanggapi permintaan tak terduga atau kegagalan layanan TI.

Pada proses *Demand Management* terdapat tahapan proses pengembangan dalam pengerjaannya, yaitu :

1. Identifikasi sumber informasi dari prediksi permintaan,

Pada proses ini bertujuan membantu dalam memprediksi tingkat permintaan. Informasi yang telah didapat akan digunakan untuk menentukan, memantau dan memperbaiki komponen lain dari manajemen permintaan yang diuraikan pada proses ini.

2. Pembuatan *Patterns of Business Activity* (PBA).

Pada proses ini melakukan identifikasi aktivitas bisnis pada layanan TI terhadap kebutuhan pengguna. Dengan mengklasifikasikan jenis layanan TI terhadap pengguna, atribut, permintaan, *service asset requirement*.

3. Pembuatan *User Profile*.

Pembuatan dokumentasi UP bertujuan untuk memberikan informasi tentang peran, tanggung jawab, interaksi, jadwal, lingkungan kerja dan konteks sosial dari pengguna terkait.

4. Aktivitas berdasarkan manajemen permintaan.

Pada tahapan ini peneliti mempelajari kegiatan atau aktivitas para pengguna untuk mendapatkan informasi yang cukup untuk manajemen kapasitas layanan, dalam mempengaruhi pola permintaan permintaan pengguna pada layanan TI.

5. Membuat penawaran layanan baru.

Pada tahapan ini pihak *Demand Management* memberikan dan membuat penawaran terhadap layanan TI yang ada pada PPTI, berdasarkan kebutuhan pengguna.

6. Manajemen permintaan Operasional.

Pada tahapan ini peneliti akan mengelola atau mempengaruhi permintaan di mana pelayanan atau sumberdaya dimanfaatkan lebih optimal.