

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Layanan Sistem dan Teknologi Informasi

Layanan Sistem dan Teknologi Informasi (STI) adalah layanan yang terdiri atas penggunaan *software*, *hardware*, dan fasilitas komunikasi untuk mendukung segala akses informasi kepada pelanggan melalui penciptaan, manajemen, dan optimalisasi. Definisi tersebut didukung oleh Evans & Macfarlane (2001) tentang layanan STI yang merupakan suatu komposit terpadu yang terdiri atas sejumlah komponen, seperti proses manajemen, *hardware*, *software*, fasilitas, dan orang yang menyediakan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan manajemen.

Layanan TI pada PPTI berfungsi mendukung proses bisnis Stikom Surabaya sehingga dapat mencapai visi dan tujuan yang didukung oleh PPTI. Pencapaian tujuan tersebut tentunya harus didukung mulai dari pengelolaan layanan TI yang baik untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Pelayanan yang baik akan meningkatkan produktivitas dari perusahaan. Oleh karena itu, peningkatan layanan di PPTI Stikom Surabaya dilakukan dengan cara melakukan pembentukan *Service Strategy* yang bertujuan untuk membentuk sebuah portofolio tentang pelayanan yang akan digunakan oleh PPTI dalam mendukung visi, misi, dan tujuan Stikom Surabaya.

2.2 IT Services Management

Arti dari pelayanan yaitu memberikan nilai kepada pelanggan dengan memberikan fasilitas agar pelanggan dapat mencapai keinginannya. Pelayanan

memberikan fasilitas dengan cara meningkatkan performa dari kegiatan yang terkait dan menurunkan dampak dari batasan. Batasan yang dimaksud yaitu mulai dari terbatasnya teknologi yang digunakan, kurangnya biaya atau kapasitas, regulasi dan lainnya. Hasil akhir dari pelayanan ini yaitu meningkatkan probabilitas agar tujuan akhir dapat tercapai.

Dalam menjalankan sebuah pelayanan, tentunya dibutuhkan biaya yang nyata dan harus dikelola dengan baik. Biaya pelayanan jika digambarkan dalam bentuk finansial menjadi *Return on Investment (ROI)* dan *Total Cost of Ownership (TCO)*. Dengan terlihatnya biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan suatu pelayanan, pelanggan tentunya dapat melihat nilai yang didapatkannya berdasarkan pelayanan yang diberikan dan bagaimana pelayanan tersebut dapat mencapai keinginannya.

Dalam hal pelayanan, tentunya kepuasan pelanggan juga perlu untuk diperhatikan. Masalah yang seringkali dihadapi ketika memperhatikan kepuasan pelanggan yaitu permintaannya yang mudah berganti seiring berjalannya waktu, dan penyedia layanan merasa kesulitan untuk mengikuti perubahan tersebut. Pelayanan dikategorikan menjadi 3, yaitu: 1) *Core Services*; 2) *Enabling Services*; dan 3) *Enhancing Services*.

Manajemen layanan TI tidak hanya sekedar memberikan layanan saja, tetapi dalam setiap layanan, proses atau infrastruktur komponen terdapat siklus hidup yang perlu diatur dan dipertimbangkan dalam bentuk desain strategi dan transisi operasi untuk perbaikan berkelanjutan. *Input* dalam manajemen layanan STI adalah sumber daya dan kemampuan yang mewakili aset penyedia layanan. Sedangkan keluarannya adalah layanan yang memberikan nilai kepada pelanggan.

Manajemen layanan STI yang efektif itu sendiri merupakan aset strategis dari penyedia layanan STI yang menyediakan kemampuan untuk melaksanakan bisnis utama dalam memberikan nilai kepada pelanggan melalui pemenuhan kepuasan pelanggan yang ingin dicapai. Mengadopsi *best practice* yang baik dapat membantu penyedia layanan STI untuk membuat sistem manajemen pelayanan yang efektif. *Best practice* yang baik adalah yang telah terbukti dapat meningkatkan efektivitas kinerja. *Best practice* yang baik dapat datang dari berbagai sumber, termasuk kerangka umum (seperti ITIL, COBIT dan CMMI), standar (seperti ISO / IEC 20000 dan ISO 9000), dan pengetahuan milik individu dan organisasi (itSMF, 2007).

2.3 Information Technology Infrastructure Library

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, dan berfokus pada pengukuran terus - menerus dalam perbaikan kualitas layanan TI yang diberikan, baik dari sisi bisnis dan perspektif pelanggan. 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 organisasi ada (Cartlidge, 2007).

2.4 Services Strategy

Service Strategy memberikan panduan kepada pengimplementasi IT *Service Management* (ITSM) tentang bagaimana memandang konsep ITSM sebagai sebuah aset strategis perusahaan. *Service Strategy* mendefinisikan

bagaimana penyedia layanan akan menggunakan layanan untuk mencapai hasil akhir bisnis dari pelanggan, sehingga memungkinkan penyedia layanan untuk memenuhi tujuan tersebut (Cannon, 2011).

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

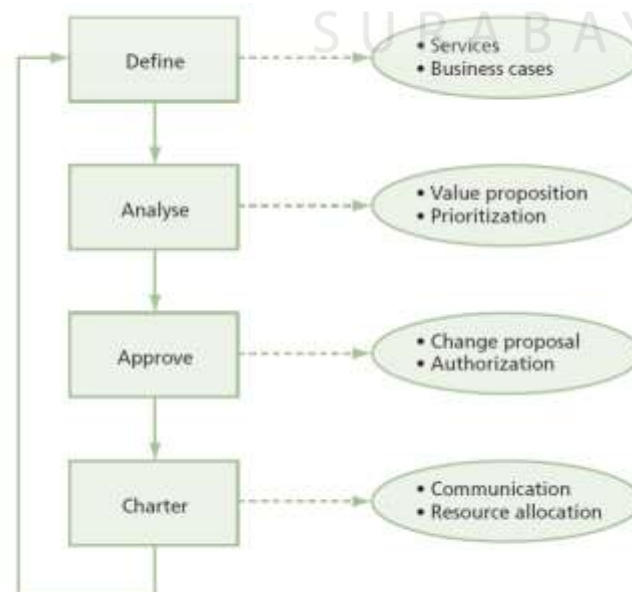
1. *Strategy management for IT services* yang merupakan proses mendefinisikan dan mengelola perusahaan sesuai dengan layanan yang diberikan. Tujuannya adalah agar penyedia layanan membuat organisasi mencapai tujuan akhir bisnis, dan untuk menentukan pelayanan yang paling cocok dan paling efektif untuk diterapkan di dalam organisasi.
2. *Service portfolio management* merupakan proses pengelolaan *Service Portfolio* mulai dari pelayanan mana yang akan digunakan dan bagaimana pelayanan yang digunakan tersebut berjalan (siklusnya). Tujuannya adalah memastikan bahwa perusahaan memiliki layanan TI yang seimbang dengan bisnis yang dicapai.
3. *Financial management for IT Services* merupakan proses pengelolaan sumber daya, untuk memastikan bahwa penggunaan sumber daya sesuai untuk mencapai tujuan. Dalam proses ini, semua departemen dalam perusahaan ikut terlibat dalam proses manajemen finansial. Tujuan dari proses ini yaitu menyesuaikan biaya yang digunakan untuk desain, pembuatan, dan penyampaian layanan yang digunakan untuk memenuhi strategi perusahaan.
4. *Demand management* 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. *Business relationship management* merupakan proses untuk membuat hubungan antara manajer bisnis dengan pelanggan pada tingkat strategis dan taktis. Tujuan dari proses ini ada dua, yaitu: 1) Menciptakan hubungan bisnis antara penyedia layanan dan pelanggan yang berdasarkan kebutuhan pelanggan akan bisnisnya; dan 2) Identifikasi kebutuhan pelanggan dan memastikan bahwa perubahan kebutuhan bisnis dapat diikuti oleh penyedia layanan.

2.5 Service Portfolio Management

Service portfolio management merupakan proses pengelolaan layanan, untuk memastikan bahwa penyedia layanan memiliki pengelolaan yang tepat serta memastikan layanan telah didefinisikan secara jelas. Dapat dilihat pada Gambar 2.1 menjelaskan proses dari *service portfolio management*.



Gambar 2.1 *Service Portfolio Management Process* (Cannon, 2011)

Dalam *service portfolio management* terdapat beberapa tahapan untuk menghasilkan *service portfolio* yaitu: 1) *Process initiation*; 2) *Define*; 3) *Analyse*; 4) *Approve*; dan 5) *Charter*. Pada penelitian ini akan dilakukan dalam beberapa tahapan, yaitu:

1. *Process initiation*, melakukan inisiasi masukan yang digunakan dalam pembuatan *service portfolio management*.
2. *Define*, mendefinisikan hasil yang diinginkan, peluang dan garansi dari layanan yang diberikan.
3. *Analyse*, menunjukkan apakah layanan yang diberikan mampu mengoptimalkan nilai dan menyeimbangkan permintaan dan penawaran.
4. *Approve*, memastikan setiap layanan disetujui dan sumber daya yang cukup untuk antisipasi layanan yang diberikan.
5. *Charter*, memastikan bahwa semua *stakeholder*, pengembang, tester dan staf memiliki pemahaman yang sama tentang apa yang akan dibangun, kapan dan berapa banyak biayanya.
6. Merumuskan mekanisme pengelolaan layanan TI, membuat perumusan tentang layanan TI pada PPTI Stikom Surabaya.

Dari semua tahap di atas, proses *service portfolio management* menghasilkan keluaran *service portfolio* dan mekanisme pengelolaan layanan TI.

2.6 Services Portfolio

Service Portfolio merupakan daftar layanan yang dibuat oleh penyedia layanan dan merupakan hasil representasi dari siklus hidup pelayanan. *Service Portfolio* merupakan dokumen terstruktur yang terdiri atas tiga 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.

2.7 Wawancara

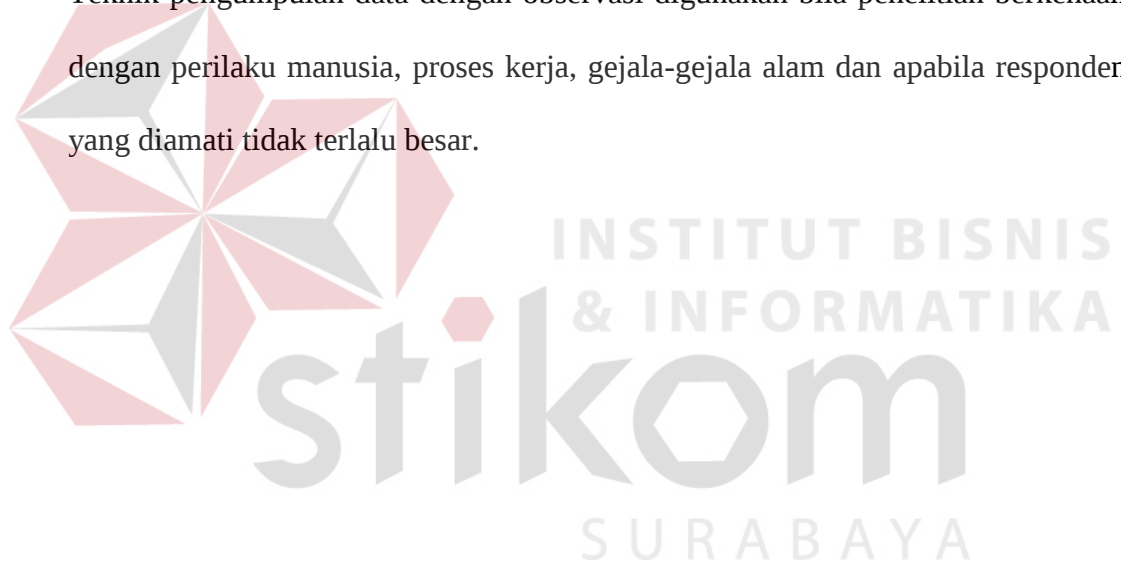
Wawancara merupakan salah satu teknik dalam pengumpulan data, dimana teknik ini digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2012).

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kegiatan bisnis pada PPTI. Wawancara dengan pihak penyedia layanan dilakukan secara langsung dengan Kepala Bagian, atau dengan anggota PPTI disesuaikan dengan informasi yang dibutuhkan untuk proses pengembangan.

2.8 Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2012).

Observasi ini dilakukan untuk mengetahui proses bisnis PPTI Stikom Surabaya secara nyata tidak berdasarkan rancangannya dan untuk mengetahui bagaimana kondisi saat ini PPTI Stikom Surabaya dalam menyediakan layanan. Observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan apabila responden yang diamati tidak terlalu besar.





INSTITUT BISNIS
& INFORMATIKA

stikom

SURABAYA