

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 1.1 Layanan Sistem dan Teknologi

Layanan Sistem dan Teknologi Informasi (STI) merupakan layanan yang berasal dari penggunaan *hardware*, *software*, dan fasilitas komunikasi lainnya yang mendukung akses informasi kepada pengguna dalam proses bisnis melalui penciptaan, manajemen, dan optimalisasi (ITIL, 2011). Definisi tersebut didukung oleh Evans dan Macfarlane (2001) tentang layanan STI yang merupakan suatu komposit terpadu yang terdiri atas sejumlah komponen, seperti proses manajemen, *hardware*, *software*, fasilitas, serta orang yang menyediakan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan manajemen.

Layanan STI yang terdapat di bagian PPTI berfungsi untuk mendukung proses bisnis Stikom Surabaya sehingga dapat mencapai visi dan tujuan yang ingin dicapai oleh PPTI. Pencapaian tujuan tersebut tentunya harus didukung mulai dari pengelolaan layanan STI yang baik dan tepat guna untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Pelayanan yang baik akan meningkatkan produktivitas dari PPTI Stikom Surabaya. Oleh karena itu, peningkatan layanan di PPTI Stikom Surabaya dilakukan dengan cara melakukan pembentukan *service strategy* yang bertujuan untuk membentuk sebuah *portfolio* tentang pelayanan yang akan digunakan oleh PPTI dalam mendukung visi, misi, dan tujuan Stikom Surabaya.

## 1.2 *IT Services Management*

Menurut Evans dan Macfarlane (2001) *IT Service Management* merupakan istilah umum yang menggambarkan pendekatan strategis untuk merancang, memberikan, mengelola, dan meningkatkan teknologi informasi yang digunakan di dalam sebuah organisasi. Manajemen layanan STI tidak hanya sekedar memberikan layanan saja, tetapi dalam setiap layanan, proses atau infrastruktur komponen terdapat siklus hidup (*Lifecycle*) 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 *output* berupa 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 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).

## 1.3 *Information Technology and Infrastructure Library*

ITIL (*Information Technology Infrastructure Library*) merupakan sebuah standar kerangka kerja yang digunakan dalam bidang teknologi informasi. ITIL berfungsi untuk menyelaraskan pelayanan TI dengan kebutuhan bisnis perusahaan. ITIL menyediakan kerangka kerja bagi tata kelola TI, dan berfokus pada

pengukuran terus - menerus dan perbaikan kualitas layanan TI yang diberikan, baik dari sisi bisnis hingga 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).

#### 1.4 *Service Strategy*

Menurut Cannon, (2011) *Service Strategy* adalah bagian dari *framework ITIL* yang memberikan panduan kepada pengimplementasi *Information Technology Service Management (ITSM)* tentang bagaimana memandang konsep ITSM bukan hanya sebagai sebuah kemampuan organisasi (dalam memberikan, mengelola serta mengoperasikan layanan TI), tapi juga merupakan 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.

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 tepat guna untuk diterapkan di dalam organisasi.
2. *Service Portfolio Management* merupakan suatu proses pengelolaan *Service Portfolio* mulai dari pelayanan mana yang akan digunakan dan bagaimana pelayanan yang digunakan tersebut berjalan. Tujuannya adalah memastikan

bahwa perusahaan memiliki layanan TI yang seimbang dengan bisnis yang dicapai.

3. *Financial Management* 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 *financial management*. 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 2, yaitu (1) Menciptakan hubungan bisnis antara penyedia layanan dan pengguna yang berdasarkan kebutuhan pelanggan akan bisnisnya, dan (2) *Survey* kepuasan pengguna dan edukasi bagi pengguna terhadap layanan yang telah disediakan PPTI Stikom Surabaya.

6. Proses Perencanaan dilakukan pada proses kelima yaitu *Business Relationship Management*. Pada proses ini dilakukan perumusan mekanisme hubungan antara penyedia layanan yaitu PPTI dengan pengguna. Hasil akhir dari proses ini adalah berupa dokumen *customer*

*portfolio* dan mekanisme hubungan antara penyedia layanan dengan pengguna.

### **1.5 Service Portfolio**

Menurut Cannon, (2011) *Service Portfolio* merupakan daftar pelayanan yang dibuat oleh penyedia layanan yaitu PPTI Stikom Surabaya dan merupakan hasil representasi dari siklus hidup pelayanan. *Service Portfolio* merupakan dokumen terstruktur yang terdiri atas 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 risikonya.
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.

### **1.6 Business Relationship Management**

BRM adalah proses yang memungkinkan BRM untuk menyediakan link antara penyedia layanan dengan pengguna pada level *strategic* dan *tactical* (Cannon, 2011). BRM bertujuan untuk memelihara hubungan yang positif dengan pengguna. ITIL BRM mengenali kebutuhan pelanggan yang sudah ada dan

pengguna potensial dan memastikan bahwa layanan yang sesuai dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Fokus BRM adalah keseluruhan relasi antara penyedia layanan dengan pengguna, dan layanan mana yang akan diberikan ke pengguna untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Tujuan dari proses ini ada 2, yaitu (1) Menciptakan hubungan bisnis antara penyedia layanan dan pengguna yang berdasarkan kebutuhan pelanggan akan bisnisnya, dan (2) *Survey* kepuasan pengguna dan edukasi bagi pengguna terhadap layanan yang telah disediakan. Cakupan BRM berfokus untuk memahami bagaimana pelayanan bisa disatukan dengan kebutuhan pengguna. Untuk mencapainya, proses BRM harus fokus untuk memahami dan mengkomunikasikan:

1. Hasil dari bisnis yang ingin dicapai oleh pelanggan.
2. Pelayanan yang ditawarkan ke pengguna, dan bagaimana layanan tersebut digunakan oleh pengguna.
3. Tingkat kepuasan pelanggan, dan rencana tindakan apa yang dilakukan disaat ada penanganan keluhan.
4. Bagaimana cara mengoptimasi pelayanan kedepannya.

Menurut Rangkuti (2006) Ukuran kepuasan pengguna, juga pengembangan minat pelanggan untuk penggunaan yang lebih baik atas layanan yang telah diberikan. Ukuran lainnya adalah apakah pengguna lain berkeinginan untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain.

