

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Perencanaan Strategis Sistem Informasi

Perencanaan strategi sistem informasi adalah suatu proses penetapan tujuan organisasi/perusahaan, menentukan strategi untuk pencapaian tujuan organisasi secara menyeluruh, serta merumuskan sistem perencanaan yang menyeluruh untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan seluruh pekerjaan organisasi hingga tercapainya tujuan organisasi. Dan strategis adalah rencana komprehensif dalam mencapai tujuan organisasi yang dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi. (Cassidy, 2006)

Ward and Peppard (2002) Menyebutkan bahwa Perencanaan strategis STI merupakan proses identifikasi portofolio aplikasi STI berbasis komputer yang akan mendukung organisasi dalam pelaksanaan rencana bisnis dan merealisasikan tujuan bisnisnya. Perencanaan strategis STI mempelajari pengaruh STI terhadap kinerja bisnis dan kontribusi bagi organisasi dalam memilih langkah-langkah strategis. Selain itu, perencanaan strategis STI juga menjelaskan berbagai alat, teknik, dan kerangka kerja bagi manajemen untuk menyelaraskan strategi STI dengan strategi bisnis, bahkan mencari kesempatan baru melalui penerapan teknologi yang inovatif. Beberapa alasan mengapa sebuah organisasi memerlukan perencanaan strategis STI yaitu:

1. Adanya investasi untuk pengadaan STI yang tidak mendukung sasaran bisnis suatu organisasi.
2. STI yang ada tidak terkontrol.

3. Sistem tidak teintegrasi sehingga data bersifat tersebar sehingga sangat mungkin terjadi kerangkapan data dan hilangnya keterkaitan antar sumber daya informasi.
4. Organisasi tidak memiliki skala prioritas dalam mengembangkan proyek STI, sehingga sangat sering terjadi perubahan dan tambal sulam yang akhirnya menurunkan produktivitas organisasi.
5. Tidak ada mekanisme untuk menentukan sumber daya yang optimal.
6. Manajemen informasi yang buruk dan tidak akurat.
7. Kesalahpahaman antara pengguna dan spesialis IT yang mengarah ke konflik dan ketidakpuasan.
8. Strategi Teknologi inkoheren dan membatasi pilihan.
9. Investasi infrastruktur yang tidak memadai
10. Proyek STI hanya dievaluasi untuk kepentingan keuangan semata.
11. Masalah yang disebabkan oleh investasi IS / IT dapat menjadi sumber konflik antara bagian-bagian dari organisasi.
12. Pembeneran lokal investasi dapat menghasilkan manfaat yang sebenarnya kontraproduktif dalam konteks bisnis secara keseluruhan.
13. Rata-rata sistem memiliki umur yang pendek dari yang diharapkan dan diperlukan, secara keseluruhan kebutuhan belanja SI/TI untuk membangun kembali sistem lebih sering dari yang seharusnya.

Menurut penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perencanaan Sistem informasi adalah sebuah rancangan tentang kebutuhan data dan informasi yang sudah diolah dengan sistem tertentu, yang bertujuan guna menunjang proses bisnis dan daya saing perusahaan.

2.2 Perencanaan Strategi Teknologi Informasi

Strategi teknologi informasi adalah strategi yang berfokus pada penetapan visi tentang bagaimana teknologi dapat mendukung dalam memenuhi kebutuhan informasi dan sistem dari sebuah informasi (Ward dan Peppard, 2002).

Teknologi informasi adalah perangkat keras dan piranti lunak yang dikemas sebagai sebuah alat untuk menangkap, menyimpan, memproses dan menghasilkan data digital (Thompson dan Cats-Baril, 2003).

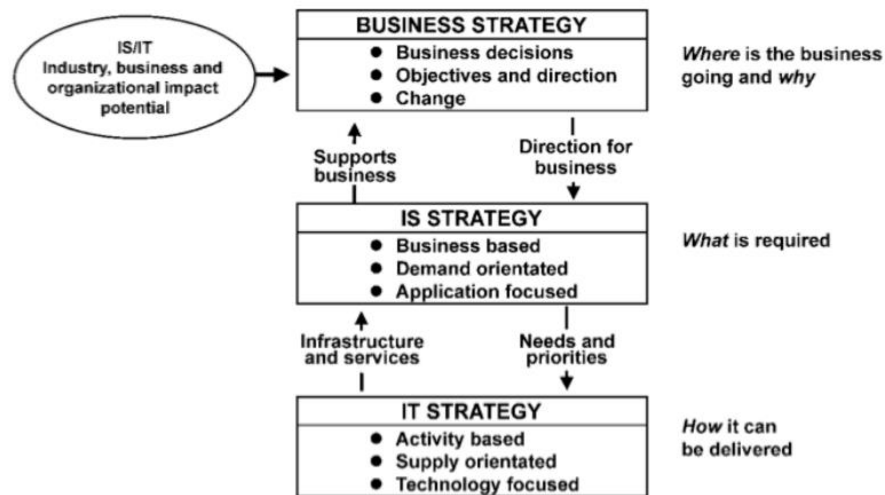
Dari penjelasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perencanaan strategi teknik informasi adalah suatu rancangan piranti-piranti (*Hardware*) yang pendukung suatu sistem informasi yang diterapkan dapat menjadi lebih maksimal dalam mendukung setiap kebutuhan informasi pada perusahaan.

2.3 Strategi Bisnis

Strategi bisnis adalah strategi fungsional yang berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan dari suatu bisnis (Rangkuti, 2013).

Strategi bisnis adalah sekumpulan tindakan terintegrasi yang bertujuan untuk mencapai tujuan jangka panjang dan kekuatan perusahaan untuk menghadapi pesaing (Ward dan Peppard, 2002).

2.4 Hubungan Antara Strategi Bisnis, Strategi SI Dan TI



Gambar 2. 1 Hubungan antara Strategi bisnis. strategi SI dan TI
(sumber: Ward and Pepar, 2002)

Menurut Gambar 1 diatas, menjelaskan tentang hubungan antara strategi bisnis, strategi SI dan TI yang meliputi beberapa hal diantaranya :

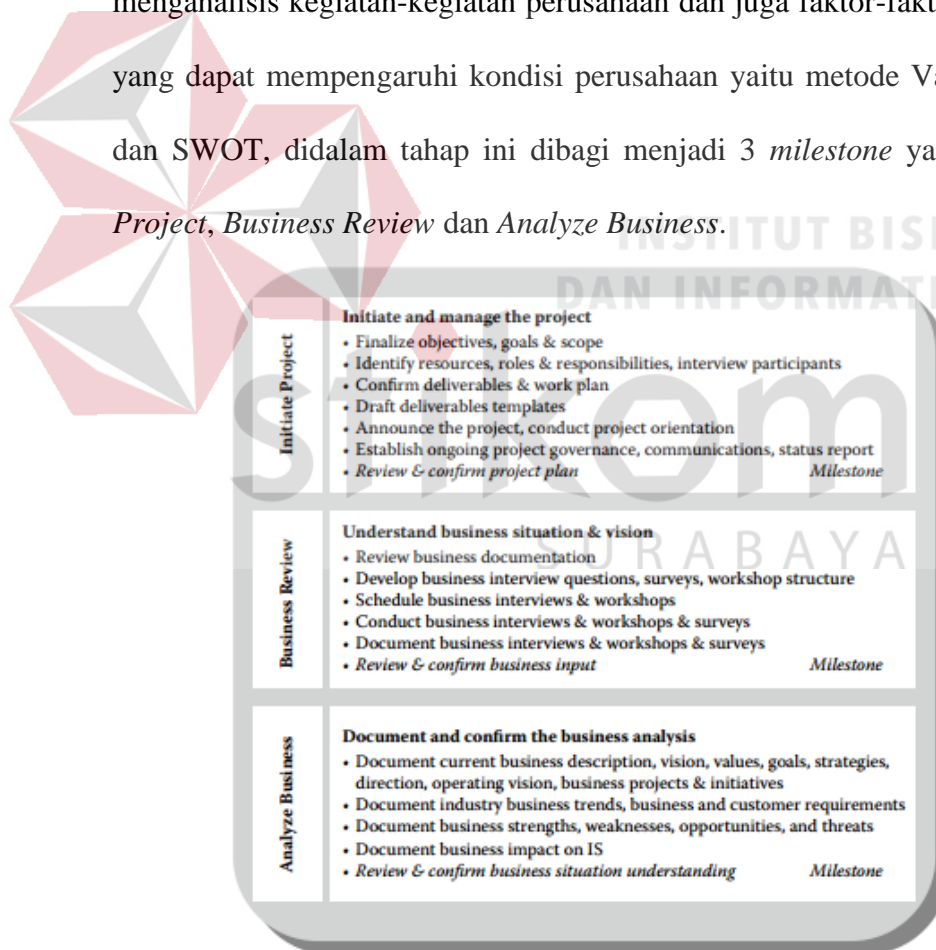
- Strategi Bisnis Untuk merencanakan suatu strategi SI/TI terlebih dahulu perlu diketahui kondisi lingkungan, arah dan tujuan bisnis perusahaan, informasi apa yang dibutuhkan, peluang dan hambatan bisnis yang dihadapi serta alternatif solusinya.
- Strategi SI Setelah mengetahui kondisi lingkungan, arah dan tujuan dari kegiatan bisnis perusahaan, maka kita dapat mengevaluasi sistem informasi apa yang sesuai dengan kebutuhan dan pendukung strategibisnis perusahaan dalam pencapaian visi dan misi perusahaan.
- Strategi TI untuk menghasilkan suatu sistem informasi yang strategis bagi perusahaan maka kita perlu menyeleksi dan memilih secara tepat teknologi apa yang paling sesuai untuk digunakan dalam menunjang sistem informasi tersebut.

2.5 Tahapan Anita Cassidy

Kerangka kerja dan tahapan yang dikemukakan anita cassidy memuat empat tahapan yang akan dibagi menjadi beberapa fase antara lain :

1. *Fase visioning*

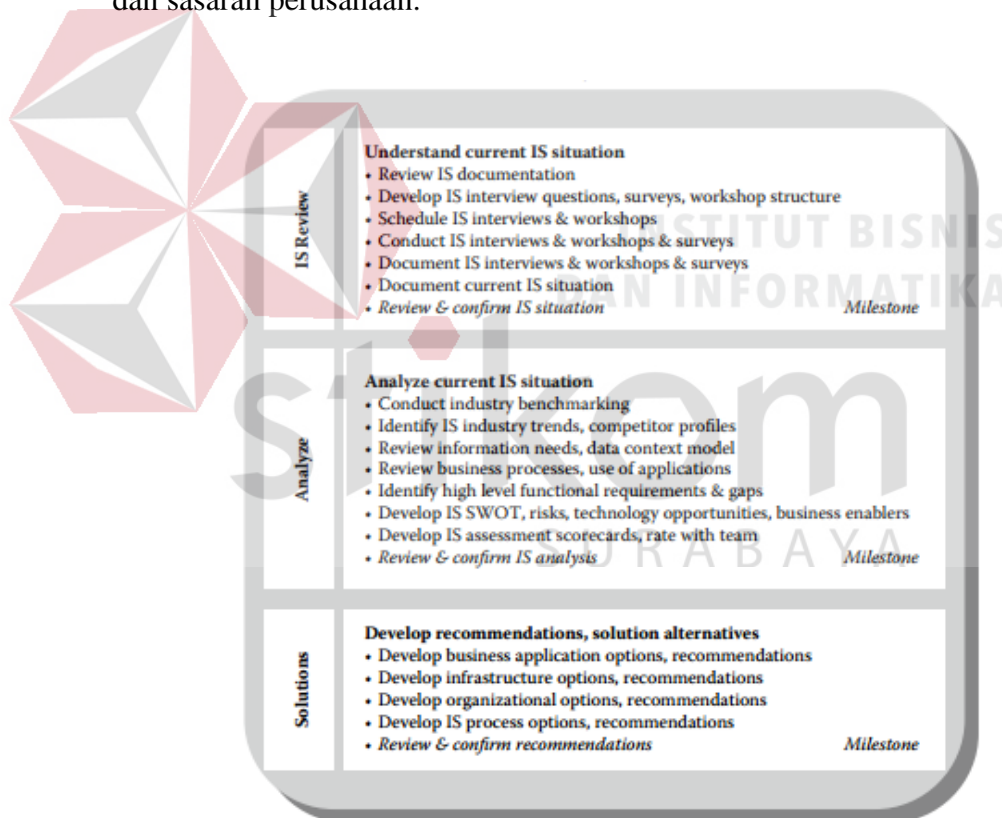
Ini adalah tahapan awal dalam proses perencanaan strategis sistem dan teknologi informasi, Pokok kegiatan yang ada didalamnya adalah mengidentifikasi kondisi bisnis serta posisi perusahaan saat ini, didalam tahapan ini menggunakan beberapa metode yang digunakan untuk menganalisis kegiatan-kegiatan perusahaan dan juga faktor-faktor external yang dapat mempengaruhi kondisi perusahaan yaitu metode Value Chain dan SWOT, didalam tahap ini dibagi menjadi 3 *milestone* yaitu *Initiate Project, Business Review* dan *Analyze Business*.



Gambar 2.2 Detail Tahap *Visioning*
(sumber: Cassidy, 2006)

2. *Fase Analysis*

Tahapan kedua dalam proses perencanaan strategis sistem dan teknologi informasi adalah fase analysis dimana tujuan dari fase ini adalah mengidentifikasi kondisi STI perusahaan saat ini. Dalam fase ini juga mencakup perencanaan pembuatan aplikasi yang bersifat potensial, tentunya perencanaan aplikasi yang dibuat harus disesuaikan dengan hasil analisis kondisi dan posisi perusahaan saat ini seperti yang sudah dijelaskan pada fase pertama sehingga dalam pembuatannya tidak melenceng dari misi dan sasaran perusahaan.

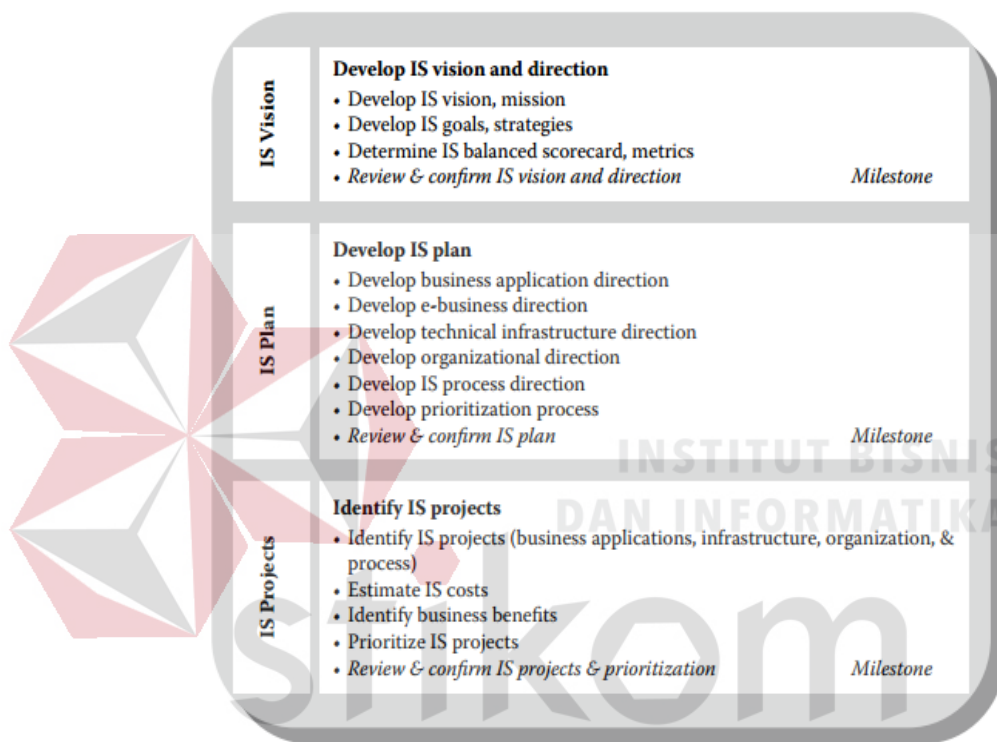


Gambar 2. 3 Detail Tahap *Analysis*
(sumber: Cassidy, 2006)

3. *Fase Direction*

Tahapan ketiga dalam proses perencanaan strategis sistem dan teknologi informasi adalah fase direction dimana pada tahapan ini akan dibuatkan visi,

misi dan tujuan sistem informasi sesuai dengan kesepakatan seluruh pihak yang berwenang dalam perusahaan dengan memperhatikan hasil analisis yang sudah. Pada tahapan ini juga akan disusun portofolio aplikasi yang akan diterapkan pada waktu yang akan datang sesuai dengan prioritas dan juga kebutuhan perusahaan.



Gambar 2. 4 Detail Tahap *Recomendation*
(sumber: Cassidy, 2006)

4. Fase *Recomendation*

Tahapan ini adalah tahapan terakhir dalam proses perencanaan strategis sistem dan teknologi informasi, Dalam tahapan ini akan dilakukan proses perencanaan implementasi yang akan menghasilkan *Roadmap* secara detail tentang pelaksanaan proyek TI yang akan dilaksanakan dari setiap tahunnya lengkap dengan ringkasan biaya, sumber daya manusia yang dibutuhkan serta waktu pelaksanaan dari setiap proyek aplikasi tersebut.

Roadmap	<p>Develop roadmap</p> <ul style="list-style-type: none"> • Document detailed roadmap • Summarize costs • Summarize organizational impact • Identify risks, concerns, risk mitigation, readiness assessment • <i>Review & confirm roadmap</i> <p style="text-align: right;"><i>Milestone</i></p>
Business Case	<p>Develop business case</p> <ul style="list-style-type: none"> • Summarize business benefits, business case for action • Develop communication plan, presentation summary • Develop on-going planning process, steering committee • <i>Review & confirm business case</i> <p style="text-align: right;"><i>Milestone</i></p>
Communication	<p>Communicate the plan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Finalize detailed plan document • Develop summary presentation • <i>Present plan, discuss</i> <p style="text-align: right;"><i>Milestone</i></p>

Gambar 2. 5 Detail Tahap Recommendation
(Sumber: Cassidy, 2006)

2.6 Analisis Matrik SWOT

Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) disebut juga dengan analisis KEKEPAN (KEkuatan, KElemahan, Peluang, ANcaman) digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi (Jogiyanto, 2005).

Menurut Rangkuti (2013), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisa ini dilakukan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Analisis ini terbagi atas 4 komponen dasar yaitu :

1. S (*Strength*) merupakan kekuatan dari organisasi.
2. W (*Weakness*) merupakan kelemahan dan kekurangan dari organisasi.

3. O (*Opportunity*) merupakan peluang dari luar organisasi dan memberikan peluang kepada organisasi untuk berkembang dimasa mendatang.
4. T (*Threat*) merupakan ancaman dari luar bagi organisasi dan dapat mengancam eksistensi organisasi dimasa mendatang.

Proses pertama adalah melakukan proses masukan empat elemen diatas kedalam Matrik EFE (External Factor Evaluation) dan Matrik IFE (Internal Factor Evaluation), setelah memasuka dalam matrik tersebut selanjutnya adalah melakukan proses pembobotan. Berikut ini adalah urutan cara melakukan pembobotan menurut David (2009) :

1. Buat daftar faktor-faktor eksternal utama, kemudian masukkan 10 sampai 20 faktor, termasuk peluang dan ancaman, yang mempengaruhi perusahaan dan industrinya.
2. Berilah pada setiap faktor tersebut bobot yang berkisar daro 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Peluang sering kali mendapat bobot yang lebih tinggi dari pada ancaman, tetapi ancaman bisa diberi bobot tinggi terutama jika mereka sangat parah atau mengancam. Jumlah total seluruh bobot yang diberikan pada faktor itu harus sama dengan 1,0.
3. Berilah peringkat antara 1 sampai 4 pada setiap faktor eksternal utama untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespons faktor tersebut, di mana 4 = *responsnya sangat bagus*, 3 = *responsnya di atas rata-rata*, 2 = *responsnya rata-rata*, dan 1 = *responsnya di bawah rata-rata*. Peringkat didasarkan pada keefektifan strategi perusahaan.
4. Kalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot.

5. Jumlahkan skor rata-rata untuk setiap variabel guna menentukan skor bobot untuk organisasi.

Terlepas dari jumlah peluang dan ancaman utama yang dimasukkan dalam Matriks Evaluasi Faktor Eksternal, skor bobot total tertinggi yang mungkin dicapai untuk sebuah organisasi adalah 4,0 dan skor bobot terendah adalah 1,0. Rata-rata bobot total adalah 2,5. Skor bobot total sebesar 4,0 mengindikasikan bahwa sebuah organisasi merespons secara sangat baik peluang dan ancaman yang ada di industrinya. Sedangkan skor total sebesar 1,0 menandakan bahwa strategi perusahaan tidak mampu memanfaatkan peluang yang ada atau menghindari ancaman yang muncul. Cara perhitungan yang sama juga dilakukan untuk Evaluasi Faktor Internal (IFE) seperti pada gambar dibawa ini.

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
1. Kebijakan yang mendukung	0,20	3	0,6
2. Jumlah permintaan yang besar baik domestik maupun ekspor	0,20	3	0,6
3. Potensi SDA yang belum dimanfaatkan	0,05	2	0,1
4. Dukungan internasional terhadap pelestarian sumber daya laut	0,05	2	0,1
Ancaman			
1. Persaingan usaha dengan luar daerah atau Negara lain	0,20	2	0,4
2. Penangkapan liar yang dilakukan oleh nelayan asing	0,20	2	0,4
3. Pencemaran laut yang mengurangi populasi ikan	0,05	2	0,1
4. Keterbatasan infrastruktur	0,05	2	0,1
J U M L A H	1,00		2.4

Gambar 2.6 Contoh Perhitungan IFE

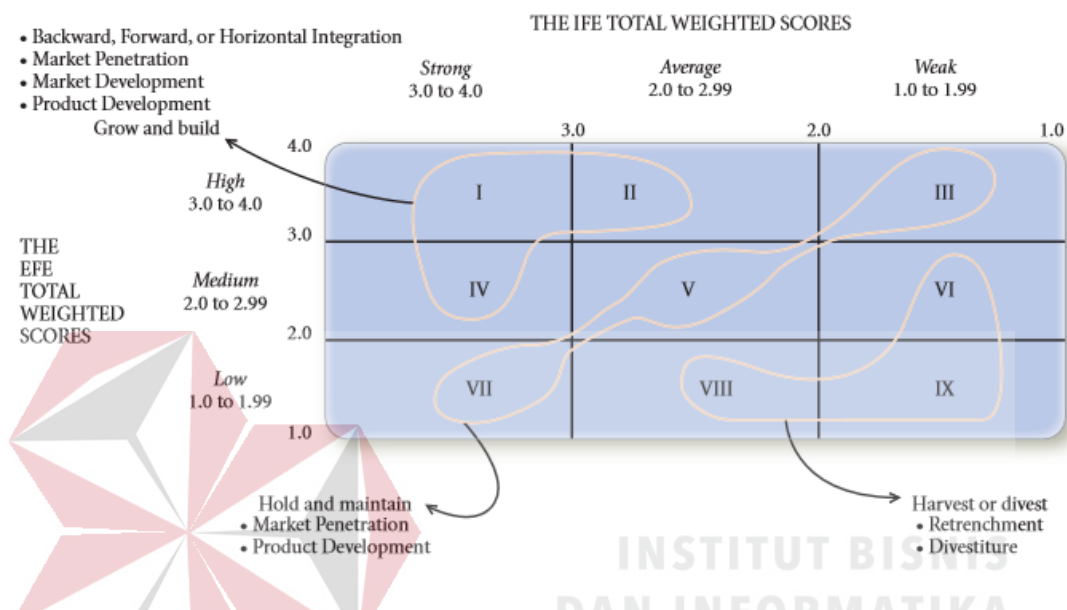
Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
1. Bahan Baku yang merupakan SDA melimpah	0,20	2	0,4
2. Jumlah pelaku usaha (RTP) banyak	0,20	3	0,6
3. Kondisi pantai dan ombak	0,10	3	0,3
4. Jaringan kemitraan	0,10	3	0,3
Kelemahan			
1. Akses permodalan nelayan	0,10	1	0,1
2. Tidak jelasnya kontrak kerja dengan pasar	0,10	2	0,2
3. Skill SDM dan kewirausahaan	0,10	2	0,2
4. Akses Teknologi	0,10	2	0,2
J U M L A H	1,00		2,3

Gambar 2. 7 Contoh Perhitungan EFE

Menurut David (2009) Matrik Internal-Eksternal (*Internal-External Matrix/IE Matrix*) memosisikan berbagai divisi suatu organisasi dalam tampilan sembilan sel (sembilan kuadaran). Matriks IE didasarkan pada dua dimensi kunci: skor bobot IFE total pada sumbu x dan skor EFE total pada sumbu y. Ingat kembali bahwa setiap divisi dalam suatu organisasi harus membuat Matriks IFE dan Matriks EFE dalam kaitannya dengan organisasi.

Matriks IE dapat dibagi menjadi 3 bagian besar yang mempunyai implikasi strategi yang berbeda-beda. Pertama, keuntungan untuk divisi-divisi yang masuk dalam sel I, II, atau IV dapat digambarkan sebagai tumbuh dan membangun (*grow and build*). Strategi yang intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal) bisa menjadi yang paling tepat bagi divisi-divisi ini. Kedua, divisi-divisi yang masuk dalam sel III, V, atau VII dapat ditangani dengan

baik melalui strategi menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*); penetrasi pasar dan pengembangan produk adalah dua strategi yang paling banyak digunakan. Ketiga, ketentuan umum untuk divisi yang masuk dalam sel VI, VIII, atau IX adalah panen atau divestasi (*harvest or divest*).



Gambar 2. 8 Matriks Internal Eksternal
(Sumber : Fred R.David, 2009)

Langkah selanjutnya adalah membuat matrik SWOT Cara membuat untuk membuatnya adalah dengan menggunakan faktor-faktor strategis eksternal maupun internal sebagaimana telah dijelaskan dalam tabel EFAS dan IFAS, yaitu dengan mentransfer peluang dan ancaman dari tabel EFAS serta mentransfer kekuatan dan kelemahan dari Tabel IFAS ke dalam sel yang sesuai dalam matrik SWOT . Kemudian dengan membandingkan faktor-faktor strategis tersebut selalu diberikan empat set kemungkinan alternatif strategi (SO, ST, WO, WT) :

- a. Strategis SO : strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan seluruh kekuatan merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

- b. Strategis ST : strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategis WO : strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada.
- d. Strategis WT : strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Tabel 2. 1 Pembagian Strategi SWOT

	<p>STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal</p>	<p>WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal</p>
<p>OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal</p>	<p>STRATEGI (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang</p>	<p>STRATEGI (WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang</p>
<p>TREATHS (T) Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal</p>	<p>STRATEGI (ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman</p>	<p>STRATEGI (WT) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman</p>

2.7 Matrik Portofolio Mcfarlan

Ward and Peppard (2002) Menyebutkan bahwa aplikasi dalam keseluruhan data processing, STI manajemen dan STI strategis perlu direncanakan dan dikelola sesuai dengan proses bisnis sekarang dan yang akan datang.

Model portofolio tradisional yang digunakan untuk mempertimbangkan hubungan antara sistem satu dengan yang lain dan tugas-tugas yang dilakukan sehubungan dengan keberhasilan bisnis. Berdasarkan model tersebut, aplikasi dikelompokkan menjadi empat kategori yaitu:

1. *Strategic* adalah aplikasi yang memiliki pengaruh kritis terhadap keberhasilan bisnis organisasi di masa yang akan datang. Aplikasi strategic akan memberikan keunggulan bersaing (*competitive advantage*). Aplikasi dikatakan strategic bukan karena teknologi yang digunakan melainkan dampaknya terhadap proses bisnis organisasi.
2. *Key operational* adalah aplikasi yang menunjang kelangsungan hidup organisasi. Apabila aplikasi ini terhenti, maka perusahaan tidak akan berjalan dengan normal dan menurunkan keunggulan bersaing.
3. *Support* adalah aplikasi yang mendukung perusahaan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas namun tidak memberikan *competitive advantage*.
4. *High potential* adalah aplikasi yang mungkin dapat menciptakan *competitive advantage* bagi organisasi di masa yang akan datang.

STRATEGIC	HIGH POTENTIAL
<ul style="list-style-type: none"> - Applications that are critical to sustaining future business strategy 	<ul style="list-style-type: none"> - Applications that may be important in achieving future success
<ul style="list-style-type: none"> - Applications on which the organization currently depends for success 	<ul style="list-style-type: none"> - Applications that are valuable but not critical to success
KEY OPERATIONAL	SUPPORT

Gambar 2.9 Matrik Portofolio *Mcfarlan*
(Sumber: Ward and Pepard, 2002)

Berdasarkan empat kuadran tersebut, pengelompokan SI/TI dilakukan menurut kontribusi SI/TI terhadap keberhasilan perusahaan. Untuk membantu mengelompokkan SI/TI ke dalam masing-masing kuadran tersebut, digunakan beberapa pertanyaan berikut ini :

1. Apakah SI/TI memberikan keunggulan kompetitif yang jelas bagi organisasi?
2. Apakah SI/TI memungkinkan mencapai tujuan bisnis dan/atau menjadi faktor penentu keberhasilan?
3. Apakah SI/TI dapat mengatasi kerugian bisnis yang terkait dengan pesaing?
4. Apakah SI/TI dapat menghindarkan dari resiko bisnis yang akan menjadi masalah utama dalam waktu dekat?
5. Apakah SI/TI dapat meningkatkan produktifitas sehingga memungkinkan adanya penurunan biaya untuk jangka panjang?
6. Apakah SI/TI memungkinkan organisasi memenuhi regulasi yang berlaku?

7. Apakah SI/TI belum memberikan manfaat, tetapi mungkin memberikan keunggulan kompetitif atau memungkinkan pencapaian tujuan bisnis dan/atau menjadi faktor penentu keberhasilan?

Menurut *Ward and Peppard* yang dikutip oleh Sutomo (2016, h.138) Jawaban dari tujuh pertanyaan tersebut hanyalah “ya” dan “tidak”, setiap SI/TI akan dikenakan semua pertanyaan tersebut. Berdasarkan semua pertanyaan tersebut, setiap SI/TI hanya akan mendapat satu jawaban “ya” jika terdapat lebih dari satu jawaban “ya” maka SI/TI tersebut harus dipecah menjadi SI/TI yang lain.

Untuk pertanyaan (1) dan (2), perhatikan tanda (i) pada tabel 3, apabila jawabannya “ya” maka ada pertanyaan tambahan yaitu: “apakah terlihat jelas keuntungan bisnis dan bagaimana cara keuntungan tersebut diperoleh?”. Jika jawabannya “ya” SI//TI masuk *Strategic*, apabila “tidak” maka masuk *high potensial*. Untuk pertanyaan (3) dan (4) apabila jawabannya “ya” maka SI/TI masuk *key operational*. Untuk pertanyaan (5) apabila jawabannya “ya” maka SI/TI masuk *support*. Untuk pertanyaan (6), perhatikan tanda (ii) pada tabel 3 apabila jawabannya “ya” maka SI/TI bisa masuk *key operational* dan *support*. Untuk itu perlu diberikan pertanyaan tambahan yaitu “Apakah kegagalan memenuhi regulasi mengakibatkan resiko bisnis yang signifikan?”, jika “ya” maka masuk *key operational* jika “tidak” masuk *support*. Dan pada pertanyaan (7), apabila jawabannya “ya” maka SI/TI masuk *high potensial*.

Tabel 2. 2 Tabel Untuk Menentukan Portofolio SI/TI

Pertanyaan	<i>High potensial</i>	<i>Strategic</i>	<i>Key operational</i>	<i>Support</i>
1		Yes (i)		
2		Yes (i)		
3			Yes	
4			Yes	
5				Yes
6			Yes (ii)	Yes (ii)
7	Yes			

Dengan menggunakan matrik portofolio *Mcfarlan* akan menghasilkan nilai prioritas dari skala I sampai dengan IV. Skala I adalah skala yang memiliki prioritas tertinggi. Pemberian nilai prioritas I adalah *high*, prioritas II & III adalah *medium*, dan prioritas IV adalah *low*.

2.8 Analisis Value Chain

Anita (2004) Rantai nilai adalah kombinasi proses bisnis yang menciptakan nilai dengan memberikan barang atau jasa kepada pelanggan. Proses ini dari awal bahan baku, mungkin melewati beberapa perusahaan, untuk produk jadi di tangan pelanggan. Banyak perusahaan telah menggunakan teknologi untuk mengotomatisasi atau mengubah rantai nilai. Organisasi dalam rantai nilai adalah mitra kolaboratif, atau perusahaan yang diperluas, dan berbagi informasi untuk mencapai kelincahan, kecepatan, dan mengurangi biaya. Bila menggunakan teknologi untuk menyederhanakan rantai nilai, pastikan Anda tidak mengasingkan bagian penting dari rantai nilai. Misalnya, sebelum menawarkan pelanggan

memesan di Web, mempertimbangkan dampak pada saluran distribusi dan dampak disintermediasi.

Value chain ini tidak saja dapat dijadikan sebagai sarana untuk memahami bagaimana sebuah bisnis dijalankan, namun dapat dijadikan sebagai basis dalam mengembangkan Sistem Informasi yang selaras dengan kebutuhan perusahaan (prinsip alignment) melalui beragam cara, seperti: (Indrajit, 2015)

- a. Setiap aktivitas proses pasti akan membutuhkan sejumlah aplikasi untuk membantu aktivitas pelaksanaannya.
- b. Antara satu aktivitas proses dengan lainnya memiliki keterhubungan yang sangat erat sehingga diperlukan koneksi elektronik yang membangunnya. (terintegrasi)
- c. Aktivitas proses dapat dianggap sebagai sebuah modul.
- d. Hubungan keterkaitan antara proses inti dan aktivitas penunjang dapat menjadi panduan dalam mengembangkan arsitektur sistem informasi.
- e. Jika didetailkan lebih lanjut, turunan dari value chain adalah proses bisnis, yang merupakan tulang punggung dari pengelolaan bisnis perusahaan.

Tabel 2. 3 Struktur Value Chain (Sutomo, 2016)

AKTIVITAS UTAMA	KETERANGAN
<i>Inbound Logistic</i>	Kegiatan menerima, menyimpan, memilah dan mendistribusikan bahan baku dalam organisasi.
<i>Operation</i>	Kegiatan mengubah bahan baku menjadi produk akhir.

Tabel 2.3 (Lanjutan)

AKTIVITAS UTAMA	KETERANGAN
<i>Outbound Logistic</i>	Kegiatan menyimpan dan mendistribusikan produk.
<i>Marketing and Sales</i>	Kegiatan promosi dan penjualan
<i>Service</i>	Kegiatan untuk mempertahankan/meningkatkan manfaat produk.
AKTIVITAS PENDUKUNG	KETERANGAN
<i>Coorporate Infrastructure</i>	Dukungan terhadap <i>value chain</i> , berupa manajemen, perencanaan, keuangan, akuntansi, hukum, hubungan dengan pemerintah, dan manajemen kualitas.
<i>Human Resource Management</i>	Kegiatan perekrutan, pelatihan dan pengembangan SDM.
<i>Technology Development</i>	Kegiatan menyempurnakan produk dan proses produksi.
<i>Procurement</i>	Kegiatan pengadaan/pembelian.

2.9 Analisis ROI

Sartono (2001) Meyebutkan bahwa Salah satu rasio profitabilitas yang sering digunakan dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh laba terhadap investasi adalah *Return On Investment* (ROI). *Return on Investment* (ROI) menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang

dipergunakan. Dengan mengetahui rasio ini, akan dapat diketahui 11 perusahaan efisien atau tidak dalam memanfaatkan aktivitya dalam kegiatan operasional perusahaan. Rasio ini juga memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektifitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan.

