



UNIVERSITAS
Dinamika

**PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM DAN TEKNOLOGI INFORMASI
BERDASARKAN PENDEKATAN *WARD AND PEPPARD* PADA LEMBAH
MANAH BATIK**



TUGAS AKHIR

Program Studi

S1 Sistem Informasi

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

CHRISTABEL AZARINE WIBOWO

19410100002

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2024

**PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM DAN TEKNOLOGI INFORMASI
BERDASARKAN PENDEKATAN *WARD AND PEPPARD* PADA LEMBAH
MANAH BATIK**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana**



UNIVERSITAS

Dinamika

Oleh :

Nama : Christabel Azarine Wibowo

NIM : 19.41010.0002

Program Studi : S1 Sistem Informasi

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2024

Tugas Akhir

PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM DAN TEKNOLOGI INFORMASI BERDASARKAN PENDEKATAN WARD AND PEPPARD PADA LEMBAH MANAH BATIK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Christabel Azarine Wibowo

NIM: 19410100002

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui oleh Dewan Pembahas

Pada: Surabaya, 2024

Susunan Dewan Pembahas

Pembimbing

I. Yoppy Mirza Maulana, S.Kom., M. MT,
NIDN. 0725037505

II. Pantjawati Sudarmaningtyas, S.Kom., M.Eng.
NIDN. 0712066801

Pembahas

I. Dr. Haryanto Tanuwijaya, S.Kom., M.MT.
NIDN. 0710036602

Digitally signed by
Pantjawati
Sudarmaningtyas
Date: 2024.02.23
18:25:17 +0700

Digitally signed
by Haryanto
Tanuwijaya
Date: 2024.02.27
19:51:24 +0700

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana



Digitally signed by Anjik

Sukmaaji

Date: 2024.02.28 10:42:20 +07'00'

Dr. Anjik Sukmaaji, S.Kom., M.Eng.

NIDN. 0731057301

Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika
Universitas Dinamika



Tulus seperti merpati, Cerdik seperti ular
- Matius 10:16 -

UNIVERSITAS
Dinamika



Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada orang tua saya, dosen pembimbing saya, teman-teman saya, dan semua orang yang telah mendukung serta membantu saya selama ini.

UNIVERSITAS
Dinamika

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Christabel Azarine Wibowo**

NIM : **19410100002**

Program Studi : **S1 Sistem Informasi**

Fakultas : **Fakultas Teknologi dan Informatika**

Jenis Karya : **Tugas Akhir**

Judul Karya : **PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM DAN TEKNOLOGI INFORMASI BERDASARKAN PENDEKATAN WARD AND PEPPARD PADA LEMBAH MANAH BATIK**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, Saya **menyetujui** memberikan kepada **Universitas Dinamika** Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Surabaya, 21 Januari 2024



Christabel Azarine Wibowo
NIM : 19410100002

ABSTRAK

Sistem dan Teknologi Informasi (STI) memiliki peran penting dalam organisasi modern untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas. Penelitian ini bertujuan untuk membuat rencana strategis STI pada Lembah Manah Batik yang selaras dengan strategi bisnis organisasi, sehingga STI saling berhubungan dan menghasilkan portofolio aplikasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan Ward and Peppard yang terdiri dari analisis SWOT, analisis CSF, dan perumusan strategi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat sepuluh (10) strategi bisnis, sepuluh (10) sasaran strategi, tempat belas (14) CSF, empat belas (14) strategi SI bisnis, tiga (3) strategi TI, dan satu (1) strategi manajemen SI/TI yang saling berkaitan dan mendukung. Terdapat tiga belas (14) solusi STI, terdiri dari tiga (3) aplikasi dikategorikan sebagai *strategic*, tiga (3) dikategorikan sebagai *support*, tiga (3) *Key Operational*, lima (5) *High Potential*.

Kata Kunci: *Sistem dan Teknologi Informasi, Perencanaan Strategis, Ward and Peppard, Lembah Manah Batik*



UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa (TYME), karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Perencanaan Strategis Sistem dan Teknologi Informasi Berdasarkan Pendekatan Ward *and* Peppard Pada Lembah Manah Batik”. Tugas Akhir ini merupakan syarat untuk menyelesaikan program studi Strata Satu di Fakultas Teknologi dan Informatika pada Universitas Dinamika Surabaya.

Selama menyelesaikan Tugas Akhir ini, penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, masukan dan saran. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua dan adik penulis serta keluarga besar terkasih yang selalu mendoakan, memberi kasih sayang, mendukung serta memberikan semangat di setiap langkah dan aktivitas penulis.
2. Bapak Yoppy Mirza Maulana.,S.Kom., M. MT , selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah membimbing, memotivasi dan memberi arahan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
3. Ibu Pantjawati Sudarmaningtyas, S.Kom., M.Eng , selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah membimbing, memotivasi dan memberi arahan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
4. Bapak Dr. Haryanto Tanuwijaya, S.Kom., M.MT, selaku dosen penguji yang telah memberikan saran serta masukan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
5. Semua pihak yang berada pada Lembah Manah Batik yang telah memberikan ijin dan arahan kepada penulis.
6. FKAD, GB, APMA, RA, IKP, dan IR yang selalu memberikan dukungan, semangat dan menemani dalam menyelesaikan Tugas Akhir
7. Teman-teman yang terkasih yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis memohon saran dan kritik dari semua pihak pembaca yang bersifat membangun dan dapat menjadikan laporan ini sebagai referensi untuk penyusunan laporan tugas akhir.

Surabaya, 8 Januari 2024

Penulis



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan.....	3
1.5 Manfaat.....	3
BAB II LANDASAN TEORI.....	4
2.1 Penelitian Terdahulu.....	4
2.2 Kerangka Konseptual	6
2.3 Konsep Strategi Bisnis.....	7
2.3.1 Value Chain	7
2.3.2 Resource Based View	9
2.3.3 PEST (Political, Economic, Social, and Technological).....	10
2.3.4 Five Forces Porter.....	11
2.3.5 Gartner	13
2.3.6 SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats).....	15
2.3.7 IFAS (Internal Factor Analysis Summary).....	16

2.3.8 EFAS (External Factor Analysis Summary)	17
	Halaman
2.3.9 Grand Strategy	18
2.3.10 Balanced Scorecard	19
2.4 Konsep Strategi STI.....	21
2.4.1 Critical Success Factors.....	21
2.4.2 McFarlan Strategic Grid	22
2.5 Konsep Pendekatan Perencanaan Strategi STI.....	23
2.5.1 Ward And Peppard	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Tahap Awal.....	27
3.1.1 Studi Literatur.....	27
3.1.2 Pengumpulan Data.....	27
3.1.3 Identifikasi dan Analisis	27
3.2 Tahap Penyusunan.....	28
3.2.1 Analisis Lingkungan Bisnis Internal	28
3.2.3 Analisis Lingkungan Bisnis Eksternal.....	29
3.2.4 Analisis Lingkungan SI/TI Internal.....	29
3.2.5 Analisis Lingkungan SI/TI Eksternal	29
3.2.6 Analisis SWOT bisnis	30
3.2.7 Strategi Bisnis.....	30
3.2.7 Proses Strategi SI/TI.....	31
3.3 Tahap Akhir.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Tahap Awal.....	33
4.1.1 Hasil Studi Literatur	33
4.1.2 Hasil Pengumpulan Data	33
4.1.3 Hasil Identifikasi dan Analisis.....	40

4.2 Tahap Penyusunan.....	40
	Halaman
4.2.1 Analisis Lingkungan Bisnis Internal	40
4.2.2 Analisis Lingkungan Bisnis Eksternal.....	45
4.2.3 Analisis Lingkungan SI/TI Internal.....	48
4.2.4 Analisis Lingkungan SI/TI Eksternal	49
4.2.5 Analisis SWOT	51
4.2.6 Hasil Grand Strategy	52
4.2.7 Hasil Strategi Bisnis	55
4.2.8 Proses Strategi SI/TI.....	61
4.2.9 Future Application Portofolio.....	67
BAB V PENUTUP	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN	73



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	7
Gambar 2.2 Value Chain	8
Gambar 2.3 Resource Based View	10
Gambar 2.4 PEST	11
Gambar 2.5 Five Forces Porter.....	12
Gambar 2.6 Top 10 Tren Teknologi di 2023.....	14
Gambar 2.7 SWOT	15
Gambar 2.8 Grand Strategy	19
Gambar 2.9 Strategy Map Balanced Scorecard.....	21
Gambar 2.10 Critical Success Factors	22
Gambar 2. 11 McFarlan Strategic Grid	23
Gambar 3. 1 Metodologi Penelitian.....	26
Gambar 4. 1 Model Proses Bisnis Lembah Manah Batik.....	35
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Lembah Manah Batik	36
Gambar 4. 3 Value Chain	41
Gambar 4.4 Five Forces Porter.....	46
Gambar 4. 5 Hasil Grand Strategy Matrix.....	55
Gambar 4. 6 Strategy Map.....	59
Gambar 4. 7 Strategy Map dengan CSF	60
Gambar 4. 8 Strategy Map dengan Strategi SI	62
Gambar 4. 9 Usulan Arsitektur Jaringan Lembah Manah Batik	64
Gambar 4. 10 Usulan Struktur Organisasi IT	66

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 1.....	4
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu 2.....	5
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu 3.....	6
Tabel 2. 4 Matriks IFAS.....	16
Tabel 2. 5 Matriks EFAS.....	17
Tabel 4. 1 Visi dan Misi.....	34
Tabel 4. 2 Sistem Organisasi.....	37
Tabel 4. 3 PEST.....	47
Tabel 4. 4 Hasil Identifikasi Hardware.....	48
Tabel 4. 5 Spesifikasi Hardware.....	48
Tabel 4. 6 SWOT.....	51
Tabel 4. 7 Hasil Matriks IFAS.....	52
Tabel 4. 8 Hasil Matriks EFAS.....	53
Tabel 4. 9 Hasil Matriks SWOT.....	56
Tabel 4. 10 Fitur Strategi SI.....	63
Tabel 4. 11 Strategi SI, Kebutuhan Hardware dan Platform.....	65
Tabel 4. 12 Kebutuhan Hardware.....	65
Tabel 4. 13 Future Portofolio Aplikasi McFarlan.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Cek Plagiasi 1	73
Lampiran 2 Cek Plagiasi 2.....	74
Lampiran 3 Kartu Bimbingan.....	75
Lampiran 4 Biodata Penulis	76



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Secara mendasar sistem dan teknologi informasi (STI) memiliki peranan yang sangat penting dan merupakan kebutuhan bagi organisasi baik pemerintahan maupun bisnis (Medistra dkk., 2016; Machmudi, 2019). Penggunaan STI juga memberikan manfaat dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses bisnis, meningkatkan pengambilan keputusan, meningkatkan produktivitas dan kualitas layanan, serta menciptakan keunggulan kompetitif (Machmudi, 2019). Oleh sebab itu, STI merupakan alat bantu dan strategi bagi organisasi. Agar STI dapat diimplementasikan dengan baik maka organisasi perlu melakukan perencanaan strategis STI (Turban dkk., 2019).

Lembah Manah (LM) Batik merupakan usaha yang bergerak di bidang fashion berlokasi di Jl. H. Nawi Raya 55, Gandaria Utara, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. LM memiliki usaha pewarnaan alami batik dengan jasa pencelupan warna yang dilakukan *workshop*. Pada usaha ini tersedia produk selendang tulis, *bucket hat*, sarong pantai, kain warna, batik, tas, sepatu kain, menerima jasa pencelupan pewarnaan alami dan lain-lainnya sesuai kreativitas. Aktivitas LM masih berdasarkan pada permintaan dari pelanggan, pameran dan *gallery*. Lembah Manah (LM) Batik mempunyai beberapa proses bisnis yaitu: permintaan produk dari pelanggan, semua data transaksi di catat dalam sistem keuangan, memasarkan produk kepada calon pembeli melalui pameran, menyediakan produk melalui *gallery*, pengerjaan produk, serta melakukan *workshop*.

Permasalahan pertama yang dihadapi adalah saat ini LM Batik masih menggunakan *Google Sheets* untuk mengelola data pesanan. Sistem yang digunakan terbukti kurang informatif dan kurang valid dalam hal data karena masih dijalankan secara manual, seperti pengecekan data pesanan yang dilakukan berulang kali dan komunikasi yang terlalu sering via WA. Permasalahan kedua yaitu, keperluan STI LM Batik saat ini hanya didasarkan pada kebutuhan bagian tertentu saja bukan berdasarkan dari kebutuhan seluruh perusahaan.

Seperti yang sudah dijelaskan dalam permasalahan pertama, yang dibutuhkan organisasi saat ini hanya STI untuk bagian dalam data pesanan. Akan tetapi, hal ini tidak adanya keterkaitan antar sumber daya informasi sehingga menimbulkan kerangkapan data, integritas data yang rendah, tidak efisien dalam proses mengambil keputusan.

Berdasarkan permasalahan yang sudah dipaparkan, LM Batik memerlukan perencanaan strategis STI. Dalam perencanaan strategis STI alat yang penting untuk membantu organisasi mencapai tujuan bisnisnya, meningkatkan efisiensi, mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik. Dengan demikian, investasi di bidang STI dapat dioptimalkan dan mendukung proses bisnis secara efektif. Perencanaan strategis STI terdiri dari atas proses analisis input yang dibutuhkan untuk kemudian dirumuskan menjadi strategi SI bisnis, strategi manajemen STI, dan strategi TI, yang menghasilkan pemetaan portofolio aplikasi SI yang berguna untuk memetakan STI pada aplikasi proses bisnis saat ini dan memberikan rekomendasi aplikasi (Rabbani dkk., 2017). Dengan menggunakan *Ward and Peppard* dapat menghasilkan usulan-usulan strategis yang mendukung organisasi dan memiliki kerangka kerja yang jelas serta memiliki teknis analisis yang berfokus pada kebutuhan bisnis dan teknologi informasi untuk kedepannya (Kurniasih & Bhiswara, 2022). Pada penelitian ini akan dibuat perencanaan strategi STI pada LM Batik yang selaras dengan strategi bisnis organisasi, sehingga STI bisa saling berhubungan dan keterkaitan sumber daya informasi terjaga, dan dihasilkan portofolio aplikasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimana membuat keselarasan strategi bisnis dengan strategi STI yang di wujudkan dalam portofolio aplikasi?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Proses analisis lingkungan bisnis internal menggunakan metode *Value Chain* dan *Resource Based View*.

2. Proses analisis lingkungan bisnis eksternal menggunakan metode PEST dan Five Forces Porter
3. Proses analisis lingkungan SI/TI eksternal menggunakan metode PEST dengan parameter teknologi.
4. Proses analisis *strategy map* menggunakan metode *Balanced Scorecard*.
5. Proses strategi SI/TI menggunakan metode *Critical Success Factors*.
6. Proses pemetaan aplikasi menggunakan metode *McFarlan Strategic Grid*.

1.4 Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat rencana strategis STI pada Lembah Manah Batik dalam mendukung proses bisnis yang diwujudkan berupa Strategi SI bisnis, Strategi Manajemen SI/TI, Strategi IT dan Portofolio Aplikasi.

1.5 Manfaat

Berikut adalah beberapa manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Memberikan tambahan referensi yang dapat memperkaya pengetahuan dalam bidang perencanaan strategis STI.
2. Memberikan panduan yang jelas terhadap perencanaan strategis STI bagi UMKM Lembah Manah Batik untuk mendukung proses bisnis.

BAB II

LANDASAN TEORI

Pada bagian Landasan Teori terdapat 2 analisis, yaitu penelitian terdahulu dan kerangka konseptual. Dalam bagian penelitian terdahulu memiliki upaya untuk mencari perbandingan dan menemukan teori baru bagi penelitian. Bagian kerangka konseptual untuk menghubungkan atau menjelaskan tentang suatu topik yang akan dibahas. Berikut penjelasannya:

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori, selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 2.1 , Tabel 2.2 , Tabel 2.3.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 1

Penulis	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Analisis dan Sintesis
Jakob Brata Nainggolan, Chris Rudianto (2022)	Perencanaan Strategis Sistem Informasi Menggunakan Metode Ward and Peppard (Studi Kasus: Toko CJS Bandung)	Menganalisis, Menentukan, dan merencanakan Strategi dan portofolio STI	1. Analisis Internal: Value Chain 2. Analisis Eksternal: <i>Five Forces Porter</i> 3. Analisis Internal/Eksternal: SWOT 4. Analisis Strategi STI: <i>McFarlan Strategic Grid</i> 5. Portofolio STI : <i>McFarlan Strategic Grid</i>
Perbedaan	1. Peneliti ini untuk analisis Internal: <i>Value Chain</i> saja Sedangkan Penulis: <i>Value Chain</i> dan <i>Resource Based View</i> 2. Peneliti ini untuk analisis Eksternal : <i>Five Forces Porter</i> saja Sedangkan penulis: <i>Five Forces Porter</i> dan <i>PEST</i> 3. Peneliti ini untuk analisis Internal/Eksternal: SWOT Sedangkan penulis: SWOT dan <i>Grand Strategy</i>		
Elly, Handoko (2022)	Perencanaan Strategis SI UMKM Kalangan Millennial Terrarium pada Cacti Life dengan Ward and Peppard		

Perbedaan	<p>1. Peneliti ini untuk analisis Internal: <i>Value Chain</i> saja Sedangkan Penulis: <i>Value Chain</i> dan <i>Resource Based View</i></p> <p>2. Peneliti ini untuk analisis Eksternal: <i>PEST</i> saja Sedangkan Penulis: <i>PEST</i> dan <i>Five Forces Porter</i></p> <p>3. Peneliti ini untuk analisis Internal/Eksternal: SWOT saja Sedangkan penulis: SWOT dan <i>Grand Strategy</i></p> <p>4. Peneliti ini untuk Analisis Strategi STI: tidak ada Sedangkan Penulis: <i>McFarlan Strategic Grid</i></p>
------------------	---

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu 2

Penulis	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Analisis dan Sintesis
Adiatama Cahyo Setyo Waskito, Augie David Manuputy (2021)	Perencanaan Strategi Sistem Informasi Dengan Metode Ward And Peppard di Perusahaan Toko Surabaya cabang Surakarta	Menentukan perencanaan strategi dan portofolio STI sesuai kebutuhan perusahaan	<p>1. Analisis Internal: -</p> <p>2. Analisis Eksternal: <i>Five Forces Porter</i></p> <p>3. Analisis Internal/Eksternal: SWOT</p> <p>4. Analisis Strategi STI: <i>McFarlan Strategic Grid</i></p> <p>5. Portofolio STI : <i>McFarlan Strategic Grid</i></p>
Perbedaan	<p>1. Peneliti ini untuk analisis Internal: tidak ada Sedangkan Penulis: <i>Value Chain</i> dan <i>Resource Based View</i></p> <p>2. Peneliti ini untuk analisis Eksternal : <i>Five Forces Porter</i> saja Sedangkan penulis: <i>PEST</i> dan <i>Five Forces Porter</i></p> <p>3. Peneliti ini untuk analisis Internal/Eksternal: SWOT Sedangkan penulis: SWOT dan <i>Grand Strategy</i></p>		
Ign Excel Ekaristi Verares, Melkior N.N. Sitokdana (2021)	Perencanaan Strategis SI/TI di PT. Segoro Mas Solo menggunakan Metode Ward and Peppard	Menghasilkan pemetaan perencanaan strategi STI dan portofolio STI	<p>1. Analisis Internal: -</p> <p>2. Analisis Eksternal: <i>Five Forces Porter</i>, <i>PEST</i></p> <p>3. Analisis Internal/Ekste SWOT</p> <p>4. Analisis Strategi STI: <i>McFarlan Strategic Grid</i></p> <p>5. Portofolio STI : <i>McFarlan Strategic Grid</i></p>
Perbedaan	<p>1. Peneliti ini untuk analisis Internal: tidak ada Sedangkan Penulis: <i>Value Chain</i> dan <i>Resource Based View</i></p> <p>2. Peneliti ini untuk analisis Internal/Eksternal: SWOT Sedangkan Penulis: SWOT dan <i>Grand Strategy</i></p>		

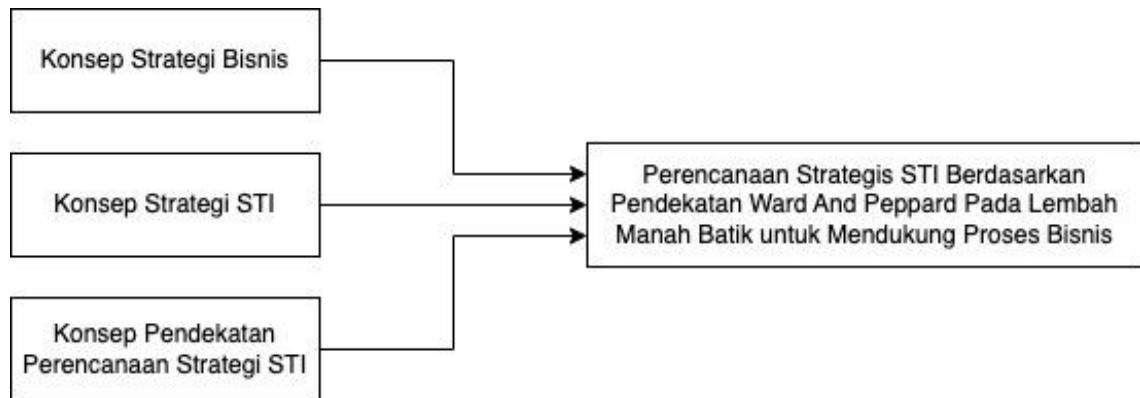
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu 3

Penulis	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Analisis dan Sintesis
Utin Kasma (2019)	Perencanaan Strategis Sistem Informasi Untuk Meningkatkan Persaingan Kompetitif	Membuat Perencanaan STI untuk keunggulan kompetitif dengan menyusun strategi dan portofolio STI	1. Analisis Internal: Value Chain 2. Analisis Eksternal: <i>PEST</i> 3. Analisis Internal/Eksternal: SWOT 4. Analisis Strategi STI: - 5. Portofolio STI : <i>McFarlan Strategic Grid</i>
Perbedaan	1. Peneliti ini untuk analisis Internal: <i>Value Chain</i> saja Sedangkan Penulis: <i>Value Chain</i> dan <i>Resource Based View</i> 2. Peneliti ini untuk analisis Eksternal: <i>PEST</i> saja Sedangkan Penulis: <i>PEST</i> dan <i>Five Forces Porter</i> 3. Peneliti ini untuk analisis Internal/Eksternal: SWOT Sedangkan Penulis: SWOT dan <i>Grand Strategy</i> 4. Peneliti ini untuk Analisis Strategi STI: tidak ada Sedangkan Penulis: <i>McFarlan Strategic Grid</i>		

Dari analisis perbedaan tabel penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini, maka perbedaannya adalah segi analisis internal, eksternal, internal/eksternal dan strategi STI. Dalam beberapa analisis penelitian terdahulu terdapat beberapa metode analisis yang tidak digunakan dalam penelitian saat ini. Jadi hal itulah yang membedakan dari penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu.

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dari penelitian ini adalah dalam melihat adanya pengaruh konsep strategi bisnis, konsep strategi STI, dan konsep pendekatan strategi STI terhadap perencanaan strategis STI berdasarkan pendekatan Ward *and* Peppard pada Lembah Manah Batik untuk mendukung proses bisnis. Gambaran dari kerangka konseptual selengkapny dapat dilihat pada Gambar 2.1



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

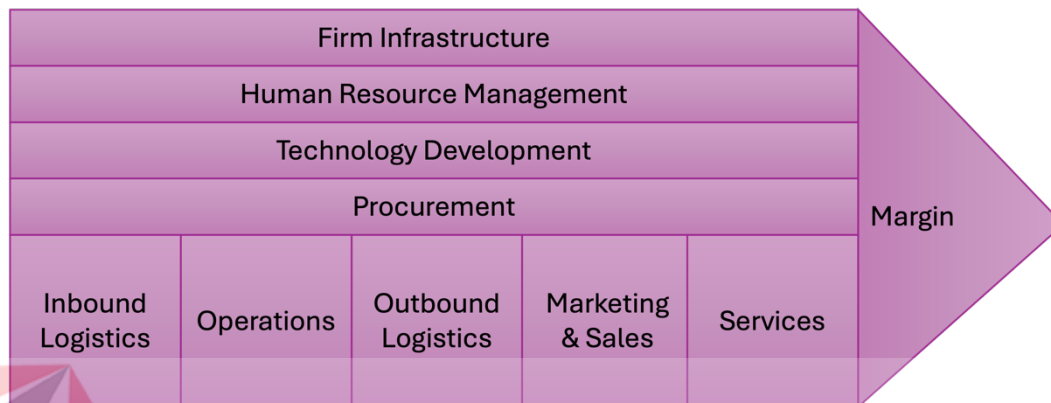
2.3 Konsep Strategi Bisnis

2.3.1 *Value Chain*

Value Chain dikemukakan oleh Michael Porter dalam bukunya yang terkenal, “Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance”. Value Chain adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan dan mengirimkan produk atau layanan yang berharga kepada pelanggannya. Value chain terdiri dari serangkaian aktivitas yang saling berhubungan yang menambah nilai pada setiap langkah proses, mulai dari bahan mentah hingga produk atau jasa yang sudah jadi. Dengan menggunakan *Value Chain*, suatu organisasi akan mengidentifikasi area yang ingin mereka tingkatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan meningkatkan nilai yang mereka berikan kepada pelanggan. Hal ini juga menciptakan keunggulan persaingan dalam industri mereka. *Value chain* terdiri dari kegiatan utama dan pendukung.

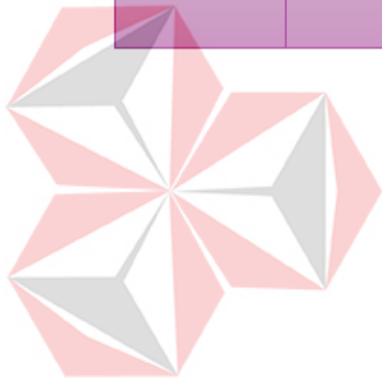
Aktivitas utama adalah kegiatan yang berhubungan langsung dengan produksi dan pengiriman produk atau jasa, seperti logistik masuk (penerimaan dan penyimpanan bahan baku), operasi (manufaktur atau pengiriman layanan), logistik keluar (pengiriman produk yang sudah jadi), pemasaran dan penjualan, dan layanan untuk pelanggan. Aktivitas pendukung adalah kegiatan yang tidak berhubungan langsung dengan produksi dan pengiriman produk atau layanan, tetapi diperlukan untuk mendukung aktivitas utama, seperti pengadaan (pembelian bahan mentah dan masukan lainnya), pengembangan

teknologi (penelitian dan pengembangan), manajemen sumber daya manusia (perekrutan dan pelatihan karyawan), dan infrastruktur (keuangan, akuntansi, hukum, dan fungsi administrasi lainnya) (Lihawa dkk., 2021). Untuk gambaran dari metode *Value Chain* dapat dilihat pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2 *Value Chain*

(Sumber: Lihawa dkk., 2021)



UNIVERSITAS
Dinamika

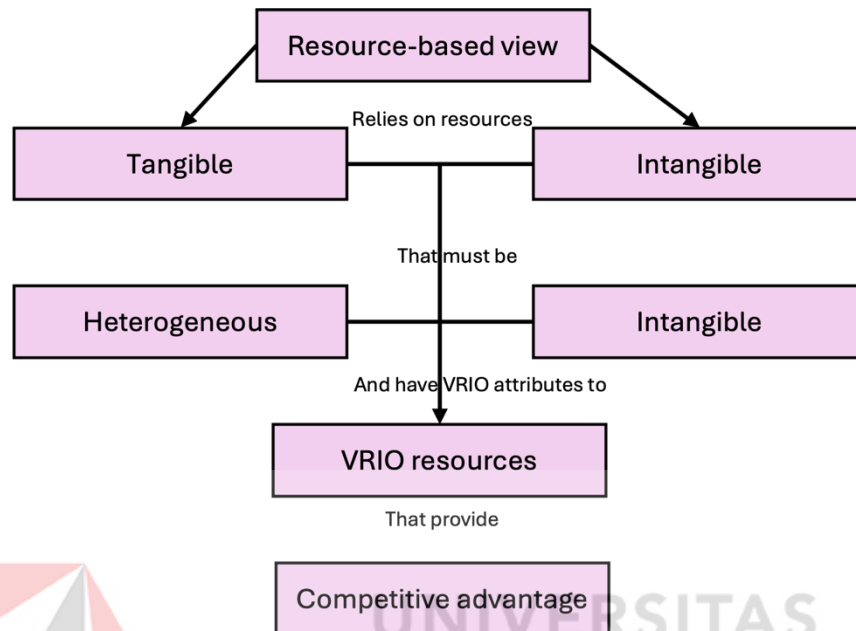
2.3.2 *Resource Based View*

Resource-Based View (RBV) dikemukakan oleh Wernerfelt dalam karyanya yang berjudul "*A Resource-based view of the firm*" dan Barney yang berjudul "*Firm Resource and Sustained Competitive Advantage*" menjelaskan sumber daya perusahaan membantu perusahaan meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasi perusahaan. *Resource-Based View* (RBV) adalah teori dalam manajemen strategi yang menyatakan bahwa sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. RBV menekankan pentingnya analisis internal perusahaan dalam mengembangkan strategi dan menciptakan nilai yang berkelanjutan.

Menurut RBV, sumber daya dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu sumber daya yang dapat diperbarui (*renewable resources*) dan sumber daya yang tidak dapat diperbarui (*non-renewable resources*). Sumber daya yang dapat diperbarui adalah sumber daya yang dapat diperbaharui melalui investasi atau pengembangan, seperti sumber daya manusia dan teknologi. Sumber daya yang tidak dapat diperbarui adalah sumber daya yang terbatas dan sulit untuk digantikan, seperti lokasi geografis dan merek dagang.

Pendekatan RBV juga menekankan pentingnya kombinasi sumber daya perusahaan dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Perusahaan yang memiliki

kombinasi sumber daya yang unik dan sulit untuk disaingi oleh pesaing memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Dasuki, 2021). Untuk gambaran dari metode *Resource Based View* dapat dilihat pada Gambar 2.3



Gambar 2.3 *Resource Based View*

(Sumber: Dasuki, 2021)

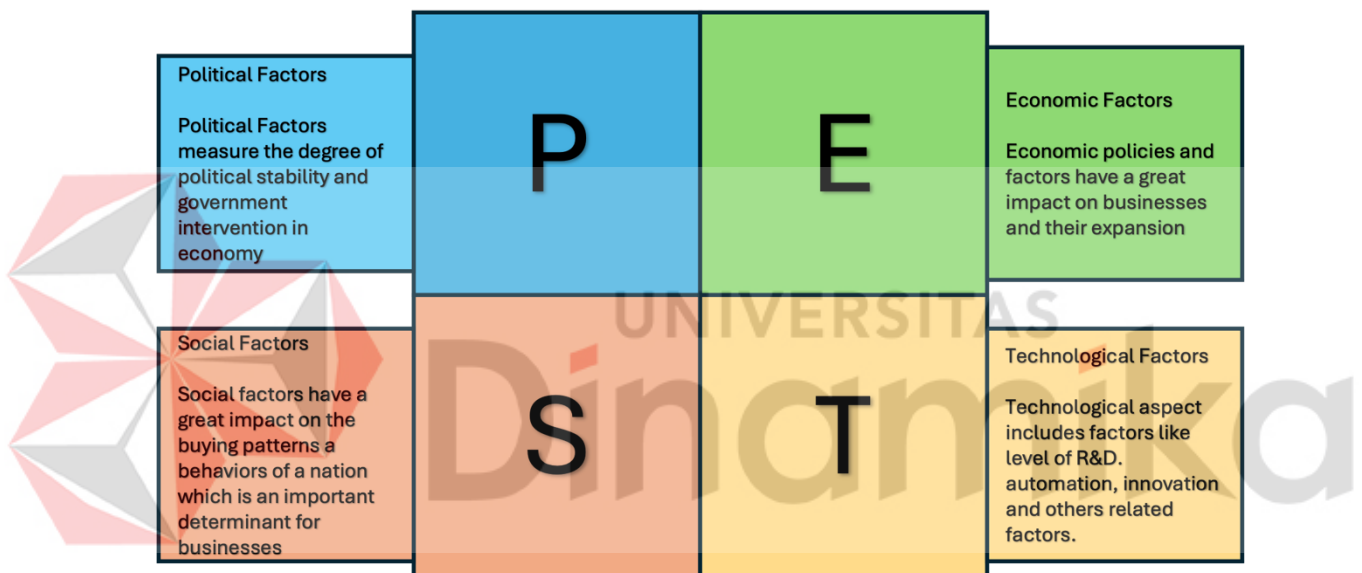
2.3.3 *PEST (Political, Economic, Social, and Technological)*

PEST dikemukakan oleh Aguilar (1967) yang mengidentifikasi pengaruh lingkungan terhadap aktivitas bisnis yang meliputi faktor politik, faktor ekonomi, faktor sosial dan faktor teknologi. *PEST* adalah suatu metode analisis lingkungan bisnis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu organisasi. Untuk gambaran dari metode *PEST* dapat dilihat pada Gambar 2.4

Dalam *PEST* menekankan pada pengaruh faktor-faktor eksternal yang dianalisis yang terdiri dari empat faktor, yaitu :

- a. Faktor Politik terdiri dari kebijakan pemerintah, hukum, regulasi, stabilitas politik, dan hubungan antar negara.

- b. Faktor Ekonomi terdiri dari pertumbuhan ekonomi, inflasi, suku bunga, dan kondisi pasar.
- c. Faktor Sosial terdiri dari tren sosial, budaya, demografi, dan perilaku konsumen.
- d. Faktor Teknologi terdiri dari inovasi teknologi, adopsi teknologi, dan pertumbuhan teknologi (Fauzi & Jumhuri, 2021).



Gambar 2.4 *PEST*
(Sumber: Fauzi & Jumhuri, 2021)

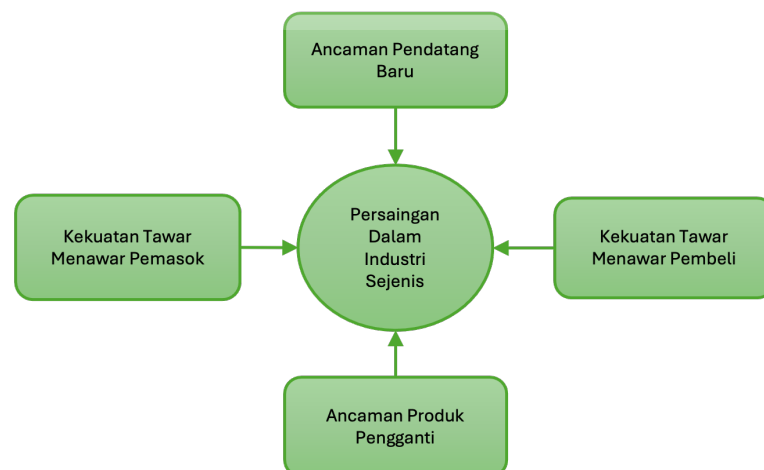
2.3.4 *Five Forces Porter*

Analisis Five Forces Porter adalah kerangka kerja strategi bisnis yang dikembangkan oleh Michael Porter pada tahun 1979. Analisis ini membantu organisasi untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman dalam lingkungan bisnis mereka serta mengembangkan strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan. Untuk gambaran dari metode Five Forces Porter dapat dilihat pada Gambar 2.5 Analisis ini memandang bahwa kekuatan persaingan di industri dapat di analisis dengan melihat lima faktor, yaitu:

- a. Ancaman dari pesaing: Perusahaan harus selalu siap menghadapi persaingan dari

pesaing mereka, terutama pesaing yang kuat dan dominan di pasar. Pesaing dapat mempengaruhi harga, kualitas produk, dan inovasi di industri.

- b. Ancaman dari produk atau jasa pengganti: Produk atau jasa pengganti dapat mengancam keberlangsungan bisnis perusahaan karena konsumen dapat beralih ke produk atau jasa pengganti yang lebih murah atau lebih baik kualitasnya
- c. Kekuatan tawar-menawar dari pemasok: Pemasok yang kuat dapat menaikkan harga bahan baku atau mengurangi kualitas produk yang diberikan kepada perusahaan, sehingga perusahaan harus mempertimbangkan kekuatan tawar-menawar pemasok dalam bisnisnya.
- d. Kekuatan tawar-menawar dari pembeli: Pembeli yang kuat dapat mempengaruhi harga, kualitas, dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan kekuatan tawar-menawar pembeli dalam bisnisnya.
- e. Ancaman dari masuknya pesaing baru: Masuknya pesaing baru dapat mengubah persaingan dalam industri dan dapat mempengaruhi pangsa pasar perusahaan. Perusahaan harus mempertimbangkan ancaman dari pesaing baru dan bagaimana cara menghadapinya (Gultom & Lumbanraja, 2022).



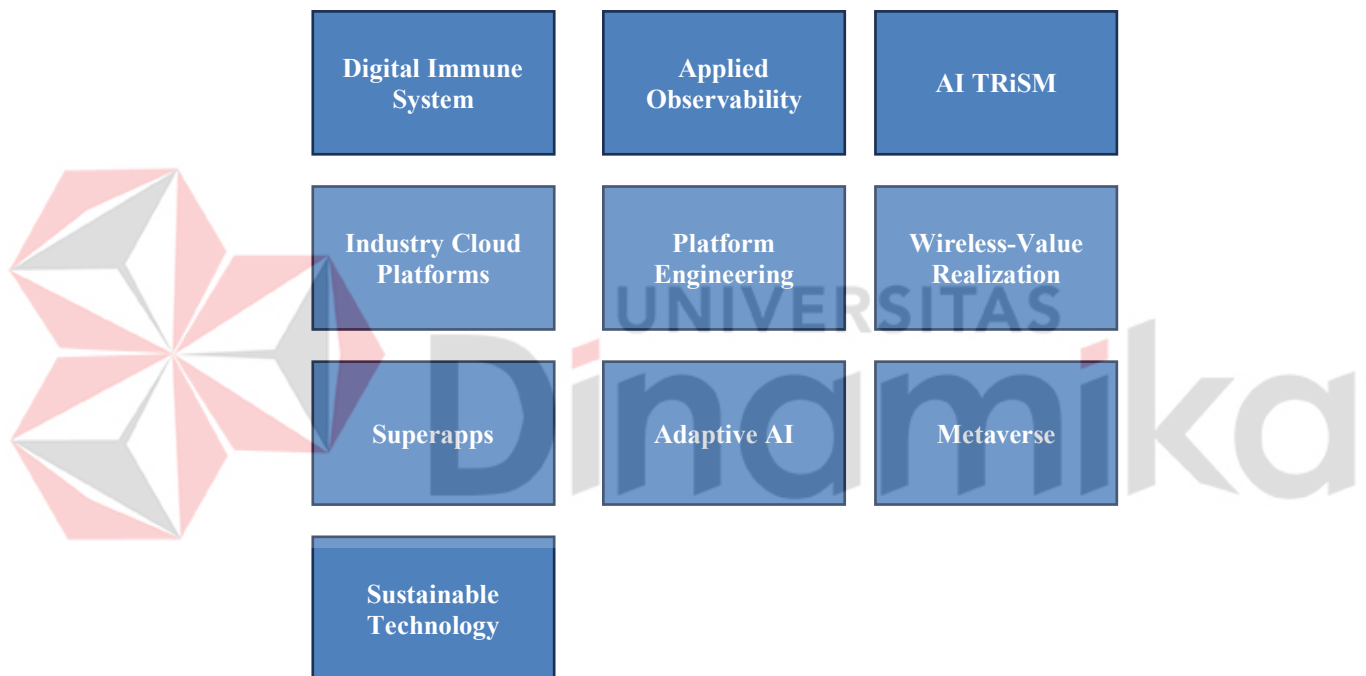
Gambar 2.5 *Five Forces Porter*
(Sumber: Gultom & Lumbanraja, 2022)

2.3.5 Gartner

Gartner adalah perusahaan riset dan penasihat global terkemuka yang berfokus pada teknologi informasi (TI) dan pemimpin dalam menyediakan wawasan, saran, dan alat untuk membantu pemimpin TI dalam membuat keputusan strategis. Gartner didirikan pada tahun 1972 dan berkantor pusat di Stamford, Connecticut, Amerika Serikat. Untuk penjelasan selengkapnya dapat dilihat dibawah ini dan gambarannya dapat dilihat pada Gambar 2.6 :

1. Riset dan Analisis: Gartner melakukan riset dan analisis mendalam tentang berbagai aspek TI, termasuk tren teknologi, pasar TI, vendor TI, dan praktik terbaik TI. Riset ini membantu pemimpin TI untuk memahami lanskap TI yang kompleks dan membuat keputusan yang tepat untuk organisasi mereka.
2. Saran dan Konsultasi: Gartner menawarkan berbagai layanan saran dan konsultasi untuk membantu pemimpin TI dalam mengatasi berbagai tantangan dan mencapai tujuan mereka. Layanan ini termasuk:
 - a. Perencanaan strategi TI: Membantu pemimpin TI dalam mengembangkan strategi TI yang selaras dengan tujuan bisnis organisasi.
 - b. Arsitektur dan desain TI: Membantu pemimpin TI dalam merancang dan membangun arsitektur TI yang mendukung kebutuhan bisnis organisasi
 - c. Manajemen risiko TI: Membantu pemimpin TI dalam mengidentifikasi, menilai, dan mengelola risiko TI
 - d. *Sourcing* dan pengadaan TI: Membantu pemimpin TI dalam memilih dan mengelola vendor TI
 - e. Implementasi dan operasi TI: Membantu pemimpin TI dalam mengimplementasikan dan mengoperasikan solusi TI
3. Alat dan Teknologi: Gartner menawarkan berbagai alat dan teknologi untuk membantu pemimpin TI dalam mengelola TI mereka secara lebih efektif. Alat ini termasuk:
 - a. Gartner *Magic Quadrant*: Alat yang membantu pemimpin TI dalam mengevaluasi vendor TI dan solusi TI
 - b. Gartner *Hype Cycle*: Alat yang membantu pemimpin TI dalam memahami kematangan dan adopsi teknologi baru.

- c. Gartner *Peer Insights*: Platform yang memungkinkan pemimpin TI untuk berbagai pengalaman dan praktik terbaik.
- d. Komunitas dan Jaringan: Gartner memiliki komunitas global yang luas dari pemimpin TI yang dapat saling berbagi pengetahuan dan pengalaman. Gartner juga menyelenggarakan berbagai acara dan konferensi yang memungkinkan pemimpin TI untuk belajar dari para pakar dan jaringan dengan kolega mereka (Gartner,2023).



Gambar 2.6 Top 10 Tren Teknologi di 2023

2.3.6 SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats)

Analisis *SWOT* dikemukakan oleh Albert Humphrey pada tahun 1960-1970. *SWOT* merupakan aktivitas untuk melakukan perencanaan strategi untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari suatu organisasi. Untuk gambaran dari metode *SWOT* dapat dilihat pada Gambar 2.7, berikut penjelasannya:

- a. *Strength* adalah faktor internal yang memberikan keunggulan persaingan bisnis dari para pesaingnya
- b. *Weakness* adalah faktor internal yang merupakan area bisnis yang masih kurang atau perlu ditingkatkan.
- c. *Opportunity* adalah faktor eksternal yang membantu bisnis untuk bertumbuh atau berkembang
- d. *Threats* adalah faktor eksternal yang berdampak negatif terhadap bisnis (Mukhlisin & Pasaribu, 2020).



Gambar 2.7 SWOT
(Sumber: Mukhlisin & Pasaribu, 2020)

2.3.7 IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

IFAS adalah analisis strategi bisnis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor internal suatu organisasi yang dapat memengaruhi kinerjanya. Metode ini mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan dalam empat kategori yaitu, faktor finansial, faktor pemasaran, faktor operasional, dan faktor sumber daya manusia. Analisis *IFAS* dilakukan dengan mengumpulkan data-data internal organisasi dan mengevaluasi setiap faktor dengan memberikan bobot tertentu. Bobot ini digunakan untuk menghitung total skor setiap faktor. Kemudian, skor total dijumlahkan untuk menghasilkan nilai *IFAS* keseluruhan perusahaan. Jika nilai *IFAS* perusahaan diatas 2,5 maka organisasi dianggap memiliki kekuatan internal yang baik. Namun, jika nilai *IFAS* organisasi dibawah 2,5 maka organisasi dianggap memiliki kelemahan internal (Kurniawan & Abidin, 2019). Untuk gambaran dari matriks *IFAS* dapat dilihat pada Tabel 2.4.

Tabel 2. 4 Matriks *IFAS*

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan:	0,0	0	0,0
1.			
2.			
3.			
Sub Total	0,0		
Kelemahan:	0,0	0	0,0
1.			
2.			
3.			
Sub Total	0,0		0,0
Total	1,0		0,0

(Sumber: Kurniawan & Abidin, 2019)

2.3.8 EFAS (External Factor Analysis Summary)

EFAS adalah analisis lingkungan eksternal yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja sebuah organisasi. Analisis EFAS dilakukan dengan mengumpulkan informasi tentang faktor-faktor lingkungan eksternal yang dapat mempengaruhi organisasi, seperti tren industri, persaingan, regulasi pemerintah, dan faktor-faktor sosial dan budaya. Setelah data dikumpulkan, organisasi melakukan evaluasi untuk menentukan faktor mana yang positif atau negatif dalam pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan.

Salah satu teori yang mendasari analisis EFAS adalah analisis lingkungan. Teori ini mengemukakan bahwa organisasi perlu memahami dan memperhatikan lingkungan eksternalnya, karena lingkungan tersebut dapat berpengaruh pada keberhasilan atau kegagalan organisasi. Menurut teori ini, lingkungan eksternal organisasi terdiri dari faktor-faktor yang bersifat umum dan bersifat khusus. Faktor-faktor lingkungan umum mencakup faktor-faktor makro seperti faktor ekonomi, politik, sosial, teknologi, dan lingkungan fisik. Sedangkan faktor-faktor lingkungan khusus mencakup faktor-faktor yang berhubungan dengan industri atau bisnis tertentu, seperti persaingan, pelanggan dan supplier (Kurniawan & Abidin, 2019). Untuk gambaran dari matriks EFAS dapat dilihat pada Tabel 2.5

Tabel 2. 5 Matriks EFAS

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang:	0,0	0	0,0
1.			
2.			
3.			
Sub Total	0,0		
Ancaman:	0,0	0	0,0
1.			
2.			
3.			
Sub Total	0,0		0,0
Total	1,0		0,0

(Sumber: Kurniawan & Abidin, 2019)

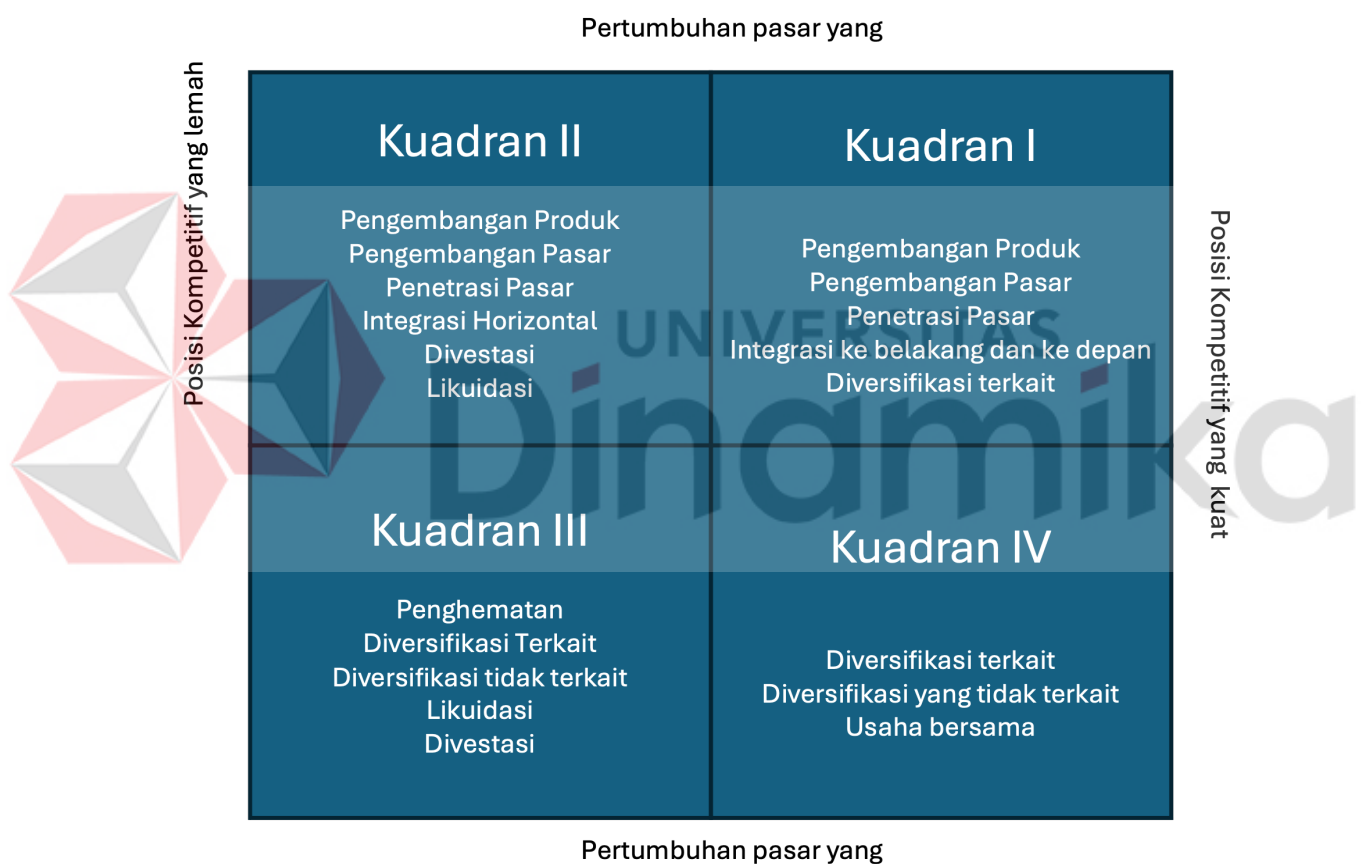
2.3.9 Grand Strategy

Grand Strategy adalah analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi dan memilih strategi bisnis yang tepat bagi suatu organisasi. Matriks ini dibuat dengan menggunakan dua variabel utama yaitu, faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan organisasi, lalu faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman yang dihadapi oleh organisasi. Dalam matriks ini dibagi menjadi 4 yaitu:

1. Kuadran I: Terdiri dari kekuatan dan peluang, untuk unit bisnis strategi yang berfokus pada keberlanjutan pada pasar saat ini. Strategi yang tepat yaitu strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar, dan strategi pengembangan produk.
2. Kuadran II: Terdiri dari kelemahan dan peluang, untuk unit bisnis strategi yang berfokus pada evaluasi pendekatan lebih serius dengan pasar yang dimana strategi ini mengalami pertumbuhan pasar yang cepat. Strategi yang tepat yaitu strategi intensif.
3. Kuadran III: Terdiri dari kekuatan dan ancaman, untuk unit bisnis strategi yang berfokus pada pertumbuhan yang melambat sehingga produk kurang mampu bersaing dengan pesaingnya. Strategi yang tepat yaitu strategi diversifikasi yang apabila tetap gagal, yang terakhir adalah strategi divestasi atau strategi likuidasi.
4. Kuadran IV: Terdiri dari kelemahan dan ancaman, untuk unit bisnis strategi yang

memiliki posisi bersaing kuat, namun berada dalam industri yang tumbuh dengan lambat. Strategi yang tepat yaitu strategi diversifikasi terkait atau tidak terkait dengan bisnis utama (*core business*) dan strategi *joint venture*.

Grand Strategy berguna untuk membantu manajemen dalam mengidentifikasi dan memilih strategi yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal organisasi. Maka, matriks ini membantu organisasi untuk mencapai tujuannya dengan lebih efektif dan efisien (Sanjaya dkk., 2020). Untuk gambaran dari metode *Grand Strategy* dapat dilihat pada Gambar 2.8



Gambar 2.8 *Grand Strategy*
(Sumber: Sanjaya dkk., 2020)

2.3.10 *Balanced Scorecard*

Balanced Scorecard dalam perencanaan strategis sistem dan teknologi informasi membantu organisasi mengukur dan memantau kinerja secara keseluruhan. BSC

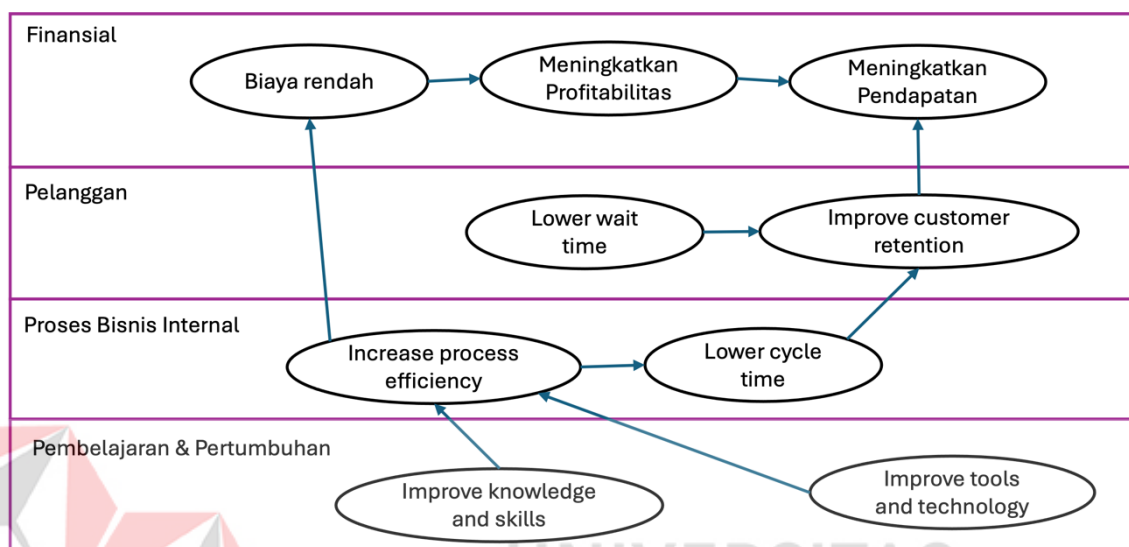
menghubungkan tujuan strategis organisasi dengan inisiatif dan mengukur kinerja yang terkait dengan sistem dan teknologi informasi.

Balanced Scorecard dikembangkan Robert Kaplan dan David Norton sebagai alat manajemen yang berfokus pada keseimbangan antara perspektif keuangan dan non-keuangan. Dalam konteks sistem dan teknologi informasi, BSC memperluas perspektif keuangan dengan mempertimbangkan dimensi operasional, pelanggan, dan pembelajaran dan pertumbuhan. Berikut penggunaan empat perspektif utama untuk mengukur kinerja organisasi secara keseluruhan, yaitu:

- a. **Perspektif Keuangan:** Melibatkan hitungan dan penunjuk yang terkait dengan kinerja keuangan organisasi. Dalam konteks sistem dan teknologi informasi, termasuk pengukuran seperti pengembalian investasi (*Return on Investment – ROI*), penghematan biaya operasional, atau pertumbuhan pendapatan melalui inisiatif TI
- b. **Perspektif Operasional:** Melibatkan hitungan dan penunjuk yang terkait dengan kinerja operasional organisasi, yang dapat dihubungkan dengan sistem dan teknologi informasi. Contoh hitungan operasional dapat mencakup waktu siklus pengembangan sistem, tingkat keberhasilan proyek TI, atau efisiensi proses bisnis yang ditingkatkan melalui implementasi teknologi informasi.
- c. **Perspektif Pelanggan:** Fokus pada kepuasan pelanggan dan nilai yang dihasilkan oleh sistem dan teknologi informasi. Hitungan dalam perspektif ini mencakup tingkat kepuasan pelanggan, waktu respons sistem, atau inovasi layanan yang meningkatkan pengalaman pengguna melalui pemanfaatan teknologi informasi.
- d. **Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan:** Melibatkan inisiatif yang mendukung pengembangan kapabilitas organisasi dalam sistem dan teknologi informasi. Termasuk pelatihan dan pengembangan karyawan, investasi dalam penelitian dan pengembangan teknologi baru, dan kecepatan adaptasi organisasi terhadap perubahan teknologi.

Dengan menggunakan *Balanced Scorecard* dalam perencanaan strategis sistem dan teknologi informasi, organisasi dapat mencapai keselarasan antara tujuan keuangan dan non-keuangan, serta memastikan bahwa investasi di bidang sistem dan teknologi informasi secara efektif mendukung pencapaian tujuan strategis organisasi secara

keseluruhan (Hanuma & Kiswara, 2011). Untuk gambaran dari metode *Balanced Scorecard* dapat dilihat pada Gambar 2.9



Gambar 2.9 *Strategy Map Balanced Scorecard*
(Sumber: Hanuma & Kiswara, 2011)

2.4 Konsep Strategi STI

2.4.1 *Critical Success Factors*

Critical Success Factors (CSF) merujuk pada faktor-faktor yang paling penting untuk mencapai kesuksesan dalam perencanaan strategis sistem dan teknologi informasi. Merupakan aspek kritis yang harus dipenuhi untuk mencapai tujuan organisasi. CSF berkaitan langsung dengan tujuan organisasi, mencakup faktor-faktor yang harus dipenuhi agar organisasi mencapai tujuan strategisnya dan pemahaman yang jelas tentang CSF membantu organisasi dalam mengarahkan upaya perencanaan strategis sistem dan teknologi informasi.

CSF memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja organisasi, dengan melibatkan visi, misi, dan tujuan organisasi. Dengan diukur dan diamati supaya organisasi memantau kemajuan dan mengidentifikasi proses dari CSF. Penggunaan CSF, organisasi dapat merencanakan STI yang dapat mendukung pencapaian tujuan strategisnya

(Natalia dkk., 2017). Untuk gambaran dari metode *Critical Success Factors* dapat dilihat pada Gambar 2.10



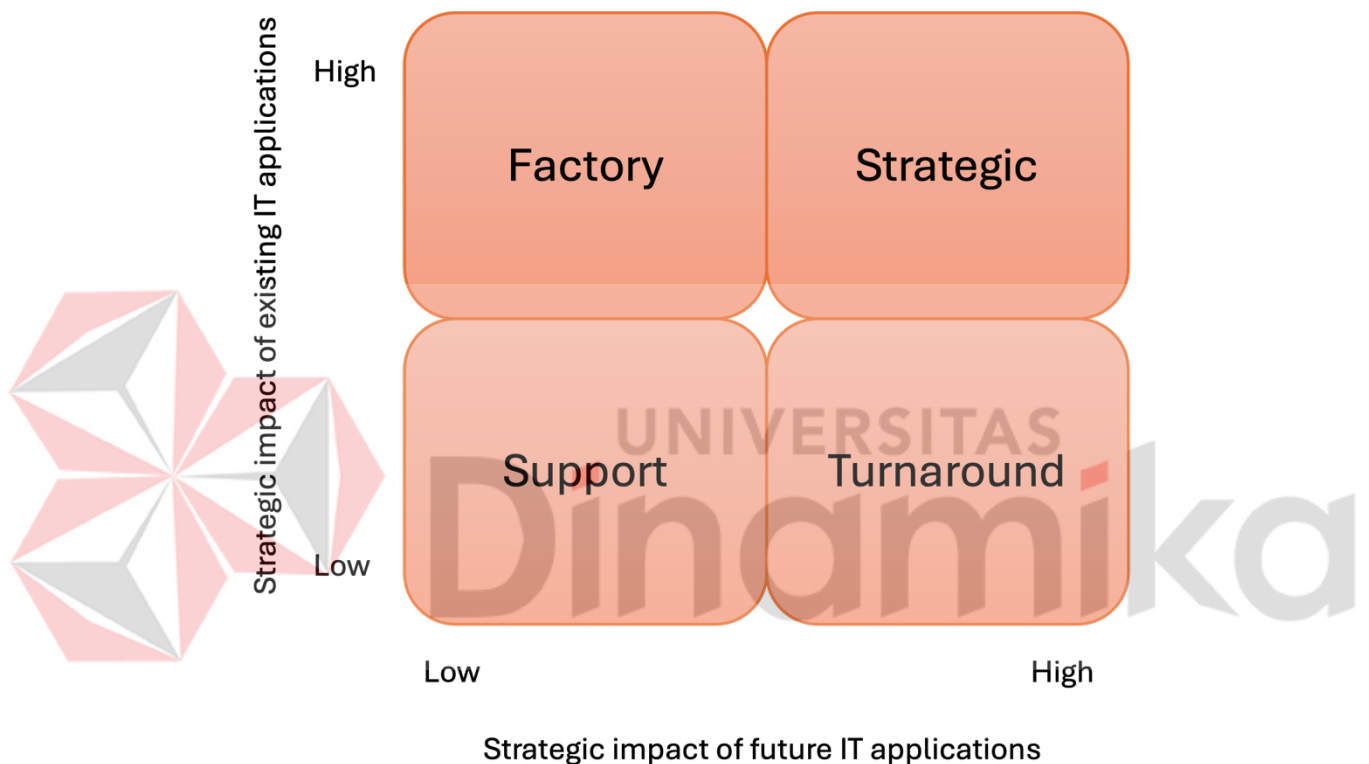
Gambar 2.10 *Critical Success Factors*
(Sumber: Natalia dkk., 2017)

2.4.2 *McFarlan Strategic Grid*

McFarlan Strategic Grid adalah Analisis yang digunakan untuk mengevaluasi penggunaan teknologi informasi (TI) dalam organisasi. Analisis ini dikembangkan oleh Richard L. Nolan dan Richard K. McFarlan. Menurut analisis ini, untuk gambaran dari metode *McFarlan Strategic Grid* dapat dilihat pada Gambar 2.11 dan penggunaan TI dalam sebuah organisasi dapat ditempatkan dalam salah satu kategori berikut:

- a. *Strategic*: Penggunaan TI dalam kategori ini membantu organisasi mencapai tujuan jangka panjangnya. Misalnya, penggunaan TI untuk meningkatkan efisiensi operasional atau menciptakan produk atau layanan baru yang inovatif.
- b. *Key Operational*: Penggunaan TI dalam kategori ini membantu organisasi dalam kegiatan operasional sehari-hari, seperti pengolahan data, penjualan, dan pengelolaan inventaris
- c. *Support*: Penggunaan TI dalam kategori ini digunakan untuk memperbaiki operasi bisnis yang sudah mapan dan terstruktur dengan baik. Contohnya adalah penggunaan TI untuk mengotomatiskan sistem akuntansi dan administrasi

- d. *High Potential*: Penggunaan TI dalam kategori ini belum sepenuhnya terwujud dan membutuhkan lebih banyak pengembangan. Contoh penggunaan TI dalam kategori ini adalah penggunaan teknologi yang belum sepenuhnya diadopsi oleh pasar, seperti teknologi virtual reality atau teknologi blockchain (Muzhaffar & Nurmiati, 2022).



Gambar 2. 11 *McFarlan Strategic Grid*

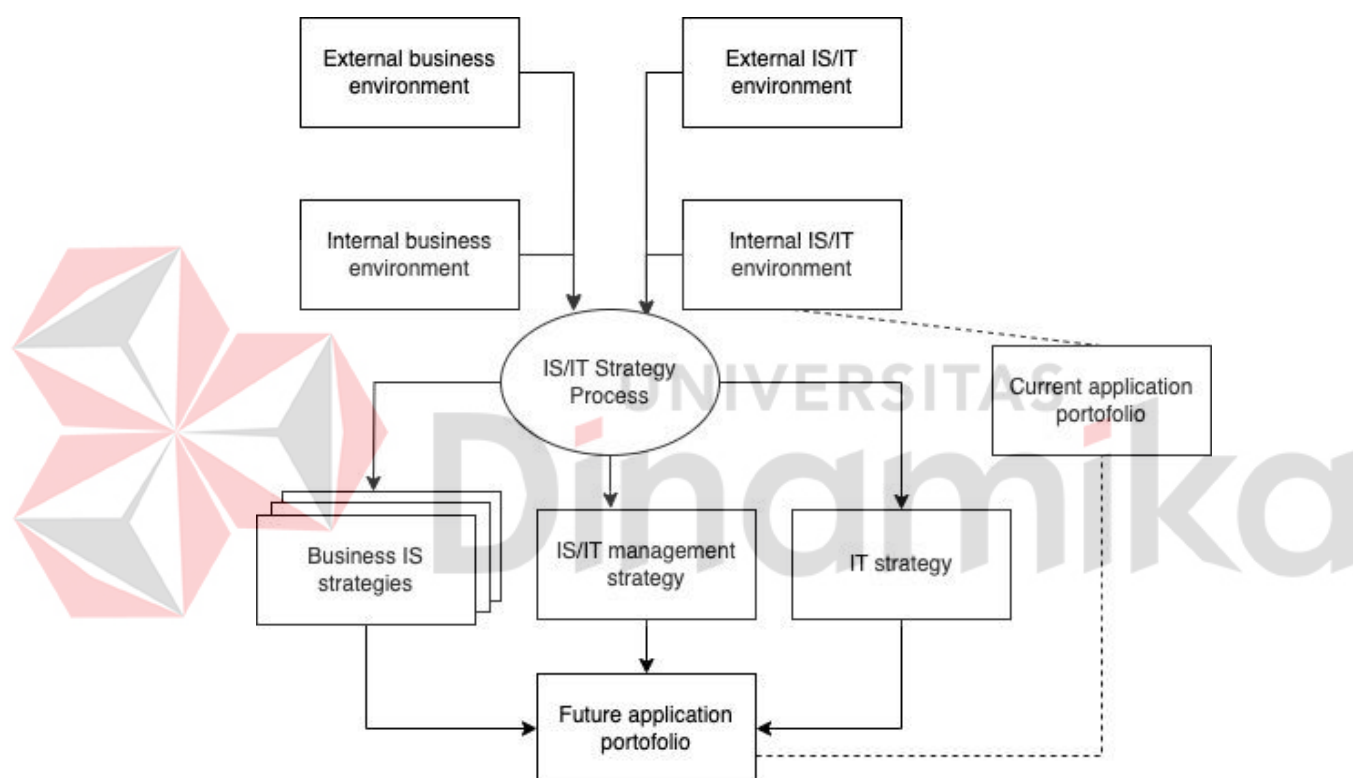
(Sumber: Muzhaffar & Nurmiati, 2022)

2.5 Konsep Pendekatan Perencanaan Strategi STI

2.5.1 Ward *And* Peppard

Metodologi yang digunakan dalam ini yaitu metodologi Ward *and* Peppard. Pendekatan ini dimulai analisis kondisi lingkungan bisnis internal dan eksternal kemudian analisis lingkungan sistem informasi dan teknologi informasi internal

dan eksternal. Pendekatan metodologi versi Ward *and* Peppard dimulai dari kondisi investasi SI/TI dimasa lalu yang kurang bermanfaat bagi tujuan bisnis organisasi dan menangkap peluang bisnis serta fenomena meningkatkan keunggulan kompetitif suatu organisasi karena mampu memanfaatkan SI/TI dengan maksimal. Untuk gambaran dari metode Ward *and* Peppard dapat dilihat pada Gambar 2.12



Gambar 2.12 *IS/IT Strategic Model Ward And Peppard*
(Sumber: Ward & Peppard, 2002)

Metodologi versi ini terdiri dari beberapa masukan yang terdiri dari:

1. Analisis lingkungan bisnis internal, berisi informasi tentang aspek strategi bisnis saat ini, sumber daya, proses, serta nilai budaya bisnis organisasi.
2. Analisis lingkungan bisnis eksternal, berisi informasi tentang aspek ekonomi, industri, dan persaingan perusahaan.
3. Analisis lingkungan SI/TI internal, berisi informasi tentang kondisi SI/TI

organisasi dari sudut pandang bisnis saat ini, bagaimana kontribusinya terhadap bisnis, sumber daya manusia, sumber daya dan infrastruktur teknologi, termasuk portofolio SI/TI saat ini.

4. Analisis lingkungan SI/TI eksternal, berisi informasi tentang tren teknologi dan peluang penggunaannya, serta penggunaan SI/TI oleh pesaing, pelanggan dan pemasok (Ward & Peppard, 2002).

Tahapan keluaran (*output*) dilakukan untuk menghasilkan portofolio perencanaan strategis SI yang terdiri dari:

1. Strategi bisnis SI, berisi informasi tentang bagaimana unit bisnis menggunakan sistem informasi yang berfungsi untuk mencapai tujuan bisnis, dokumen aplikasi ISSP dan gambaran arsitektur informasi.

2. Strategi TI, berisi informasi tentang kebijakan dan strategi untuk pengelolaan teknologi dan sumber daya manusia SI/TI.

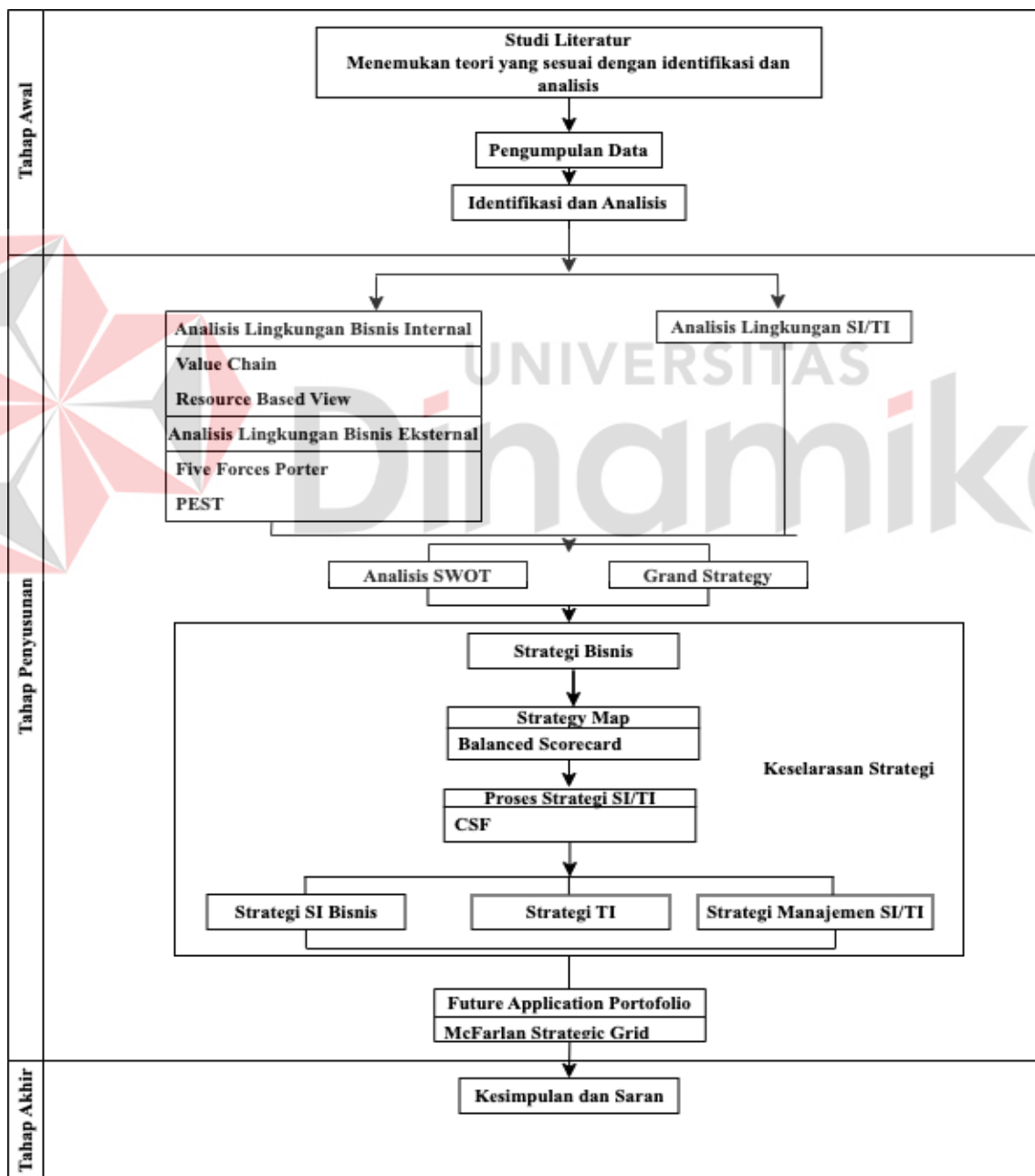
3. Strategi Manajemen SI/TI, berisi informasi tentang elemen umum yang diterapkan diseluruh organisasi untuk memastikan penerapan yang konsisten dari praktik SI/TI.

4. Portofolio Aplikasi Saat ini, berisi informasi tentang penggunaan aplikasi SI/TI saat ini di perusahaan.

5. Portofolio Aplikasi Masa Depan, berisi informasi tentang aplikasi yang diusulkan untuk digunakan di masa depan berdasarkan analisis (Ward & Peppard, 2002).

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini metodologi yang digunakan adalah Ward *and* Peppard. Kerangka kerja ini sebagai pedoman untuk melaksanakan proses Analisa Perencanaan STI. Berikut merupakan alur metodologi penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.1



Gambar 3. 1 Metodologi Penelitian

3.1 Tahap Awal

Pada tahap awal penelitian, peneliti akan mendapatkan gambaran mengenai perumusan masalah yang akan dikembangkan lebih detail. Kegiatan yang akan dilakukan oleh tahap ini terdiri dari Studi Literatur, Pengumpulan Data, dan Identifikasi dan Analisis.

3.1.1 Studi Literatur

Tahap ini peneliti melakukan studi literatur dengan penelitian terdahulu sesuai dengan perencanaan strategi STI. Melakukan studi literatur akan diharapkan untuk menemukan materi, metode atau penyelesaian yang berkaitan dengan identifikasi dan analisis dalam Lembah Manah Batik. Setelah melakukan studi literatur diharapkan dapat ditemukan teori-teori yang sesuai dengan permasalahan yang ada sebagai bahan referensi untuk pembahasan hasil penelitian.

3.1.2 Pengumpulan Data

Tahap ini peneliti melakukan pengumpulan data, pada proses ini membutuhkan pengumpulan informasi yang sesuai dan diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian atau mencapai tujuan yang sudah di tentukan. Metode untuk pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi dengan pihak Lembah Manah Batik. Berikut data yang akan diperoleh sebagai berikut:

- a. Profil Organisasi
- b. *Business Model*
- c. *Business Organization* (Struktur, Sistem, Staff)
- d. *Business Environment*

3.1.3 Identifikasi dan Analisis

Tahap ini peneliti mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh Lembah Manah

Batik. Dalam mengetahui identifikasi masalah dengan dilakukan metode wawancara dan observasi dengan pihak Lembah Manah Batik. Identifikasi masalah organisasi menggunakan pendekatan *Ward and Peppard* sebagai referensi dan analisis untuk organisasi membutuhkan perencanaan STI. Dalam pendekatan *Ward and Peppard* terdapat 13 permasalahan dan dari 13 permasalahan tersebut ditemukan 5 poin permasalahan yang dialami oleh Lembah Manah Batik yaitu:

1. Investasi sistem yang dilakukan tidak mendukung tujuan bisnis
2. Hilangnya pengaruh STI, menyebabkan individu sering berupaya untuk mencapai tujuan yang tidak sesuai melalui STI
3. Sistem yang digunakan tidak terintegrasi, menyebabkan duplikasi upaya dan data yang mengakibatkan ketidakakuratan dan tidak ada sumber informasi yang selaras
4. Tidak ada cara untuk menetapkan prioritas untuk proyek/sumber daya SI dan terus menerus mengubah rencana yang mengarah pada produktivitas yang lebih rendah
5. Tidak ada mekanisme untuk memutuskan tingkat sumber daya yang optimal atau cara terbaik untuk memasok sistem.

3.2 Tahap Penyusunan

Pada tahap kedua penelitian, peneliti akan menyusun perencanaan STI. Dalam kegiatan ini akan di jelaskan bagaimana menganalisis lingkungan bisnis, menganalisis lingkungan SI/TI dalam organisasi, menyusun strategi bisnis, menyusun strategi SI/TI, menyusun manajemen SI serta melakukan penyelarasan antara strategi dan melakukan pemetaan portofolio aplikasi SI/TI untuk proses bisnis ke depan.

3.2.1 Analisis Lingkungan Bisnis Internal

Tahap ini peneliti melakukan analisis yang bertujuan untuk mengetahui informasi

dari organisasi tentang proses bisnis, serta tujuan organisasi. Dalam menganalisis lingkungan analisis bisnis internal menggunakan analisis *Value Chain* dan *Resource Based View*. Hasil yang didapatkan dari tahap analisis ini adalah aktivitas proses bisnis terdiri dari aktivitas utama dan aktivitas pendukung, visi dan misi UMKM, ruang lingkup bisnis, struktur organisasi dengan peran dan tanggung jawabnya, dan sumber daya strategis organisasi.

3.2.3 Analisis Lingkungan Bisnis Eksternal

Tahap ini peneliti melakukan analisis yang bertujuan untuk mengetahui informasi dari pengaruh persaingan bisnis dan peluang bisnis. Dalam menganalisis lingkungan analisis bisnis eksternal menggunakan analisis *PEST* dan *Five Forces Porter*. Hasil yang didapatkan dari tahap analisis *PEST* adalah pengaruh lingkungan bisnis eksternal untuk proses bisnis menurut 4 aspek yaitu Politik, Ekonomi, Sosial, dan Teknologi. Lalu, untuk *Five Forces Porter* adalah mengetahui kekuatan kompetitif yang mampu menentukan kelemahan dan kekuatan dari organisasi.

3.2.4 Analisis Lingkungan SI/TI Internal

Tahap ini peneliti melakukan analisis yang bertujuan untuk mengetahui informasi kondisi SI/TI organisasi untuk proses bisnis organisasi saat ini. Hasil yang didapatkan dari tahap analisis ini adalah menghasilkan data tentang sumber daya yang di miliki oleh perusahaan. Dengan melakukan analisis ini akan di ketahui apa saja sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dengan cara melakukan wawancara bersama pihak Lembaga Manah Batik.

3.2.5 Analisis Lingkungan SI/TI Eksternal

Tahap ini peneliti melakukan analisis yang bertujuan untuk mengetahui informasi

perkembangan tren teknologi saat ini dan penggunaan SI/TI dari pesaing. Dalam tahap ini akan ditemukan beberapa tren teknologi yang sedang berkembang atau minat teknologi saat ini dalam masyarakat. Analisis ini menggunakan Gartner dengan top 10 tren teknologi di tahun 2023. Hasil yang didapatkan dari tahap analisis ini adalah mengetahui perkembangan teknologi saat ini.

3.2.6 Analisis SWOT bisnis

Sesudah melakukan analisis internal dan eksternal pada bidang bisnis dan pemanfaatan STI akan dilakukan analisis yang bertujuan untuk mengidentifikasi melihat peluang dan menghindari ancaman. Dalam analisis ini akan menggunakan SWOT dengan 4 parameter *Strength*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Threat*. Lalu, melakukan perbandingan antara faktor internal dan eksternal. Dalam melakukan perbandingan antara faktor internal dan eksternal akan menggunakan metode EFAS dan IFAS. Faktor internal akan dijadikan sebagai kekuatan dan kelemahan yang dihasilkan dari *Value Chain*, *PEST*, dan *Five Forces Porter*. Faktor eksternal akan dijadikan sebagai peluang dan ancaman yang dihasilkan dari *PEST* dan *Five Forces Porter*. Hasil yang didapatkan dari tahap analisis ini adalah menghasilkan perhitungan dari analisis IFAS dan EFAS dengan berdasarkan faktor internal(*strength* dan *weakness*) dan eksternal(*opportunity* dan *threat*) yang akan dimasukkan kedalam kuadran SWOT.

3.2.7 Strategi Bisnis

Dalam tahap ini menentukan strategi yang tepat untuk digunakan oleh organisasi. Tahap ini merupakan hasil dari strategi bisnis berdasarkan hasil analisis matriks SWOT dan digabungkan dengan menggunakan analisis matriks Grand Strategy. Hasil yang didapatkan dari tahap ini adalah menghasilkan strategi bisnis yang berdasarkan dari hasil posisi kuadran dalam analisis Grand Strategy.

Selanjutnya akan dimetakan dengan menggunakan Strategy Map Balanced Scorecard.

3.2.7 Proses Strategi SI/TI

Setelah menentukan strategi bisnis, tahap ini akan di analisis menggunakan *Critical Success Factors* yang bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang paling penting bagi kesuksesan organisasi dalam mencapai tujuannya dan menghubungkan strategi bisnis organisasi dengan strategi SI/TI sehingga nantinya akan di jabarkan portofolio aplikasi untuk organisasi.

3.2.7.1 Strategi SI Bisnis

Tahap ini peneliti akan menentukan aplikasi sistem informasi apa yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhan organisasi berdasarkan dari identifikasi CSF untuk organisasi. Hal ini akan mencakup bagaimana tiap fungsi bisnis memanfaatkan SI/TI untuk tujuan bisnisnya, dan portofolio aplikasi. Dalam tahap ini juga di harapkan dalam memanfaatkan SI maka strategi bisnis dan strategi STI saling mencapai sasarannya.

3.2.7.2 Strategi TI

Tahap ini peneliti akan menjabarkan bagaimana strategi bisnis untuk pengelolaan teknologi untuk organisasi yang tepat saat ini dan kedepannya. Dalam tahap ini juga akan dijabarkan hal-hal yang bersifat teknis seperti pemilihan teknologi, seperti hal yang mendetail seperti *database* dan *platform* aplikasi apa yang sesuai dengan organisasi.

3.2.7.3 Strategi Manajemen SI/TI

Tahap ini peneliti akan menjabarkan bagaimana gambaran yang tepat untuk diterapkan pada organisasi sesuai dengan sumber daya manusia yang dibutuhkan sehingga penerapan SI/TI akan konsisten. Dalam tahap ini juga akan terdapat arahan organisasi untuk melakukan perancangan struktur organisasi khusus yang menangani

SI/TI pada organisasi.

3.2.7.4 *Future Application Portofolio*

Tahap ini peneliti melakukan pemetaan yang sudah di analisis sebelumnya dan analisis sesuai dengan empat kuadran yaitu *Strategic, Factory, Support, dan Turnaround* pada portofolio aplikasi dengan metode *McFarlan Strategic Grid*. Dalam memetakan portofolio aplikasi menurut *McFarlan Strategic Grid* dan hasil nantinya akan di cocokkan dengan *Strategy Map Balanced Scorecard*.

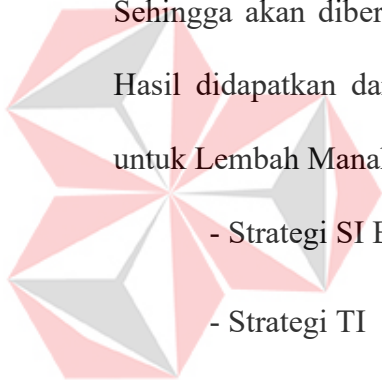
3.3 Tahap Akhir

Tahap ini peneliti akan menjabarkan hasil dari proses-proses tahap penyusunan.

Sehingga akan diberikan kesimpulan dan saran yang sudah dikerjakan dan dianalisis.

Hasil didapatkan dari proses tersebut akan menghasilkan perencanaan strategi SI/TI untuk Lembah Manah Batik terdiri dari :

- Strategi SI Bisnis
- Strategi TI
- Strategi Manajemen SI/TI
- Portofolio Aplikasi SI/TI



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Tahap Awal

4.1.1 Hasil Studi Literatur

Untuk hasil studi literatur sudah disampaikan dan dijelaskan pada bab 2.

4.1.2 Hasil Pengumpulan Data

Berikut hasil pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan ini ialah:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak lembah manah batik, hasil yang didapatkan dari wawancara adalah untuk mengetahui profil organisasi, proses bisnis pada Lembah Manah Batik, penggunaan STI dalam organisasi hanya minimalis, sasaran strategi yang diinginkan organisasi untuk kedepannya sebagai analisis internal dan persaingan bisnis yang sejenis dengan Lembah Manah Batik sebagai analisis eksternal.

2. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung untuk mendapatkan informasi tentang Lembah Manah Batik. Kegiatan ini hanya berfokus untuk menemukan informasi mengenai profil perusahaan, visi, misi, struktur organisasi dan tugas pokok dan instruksi (TUPOKSI).

Berikut data yang diperoleh untuk pengumpulan data berdasarkan wawancara dan observasi:

A. Profil Organisasi

a) Visi dan Misi Organisasi

Visi, misi, dan tujuan yang dimiliki oleh Lembah Manah Batik selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.1

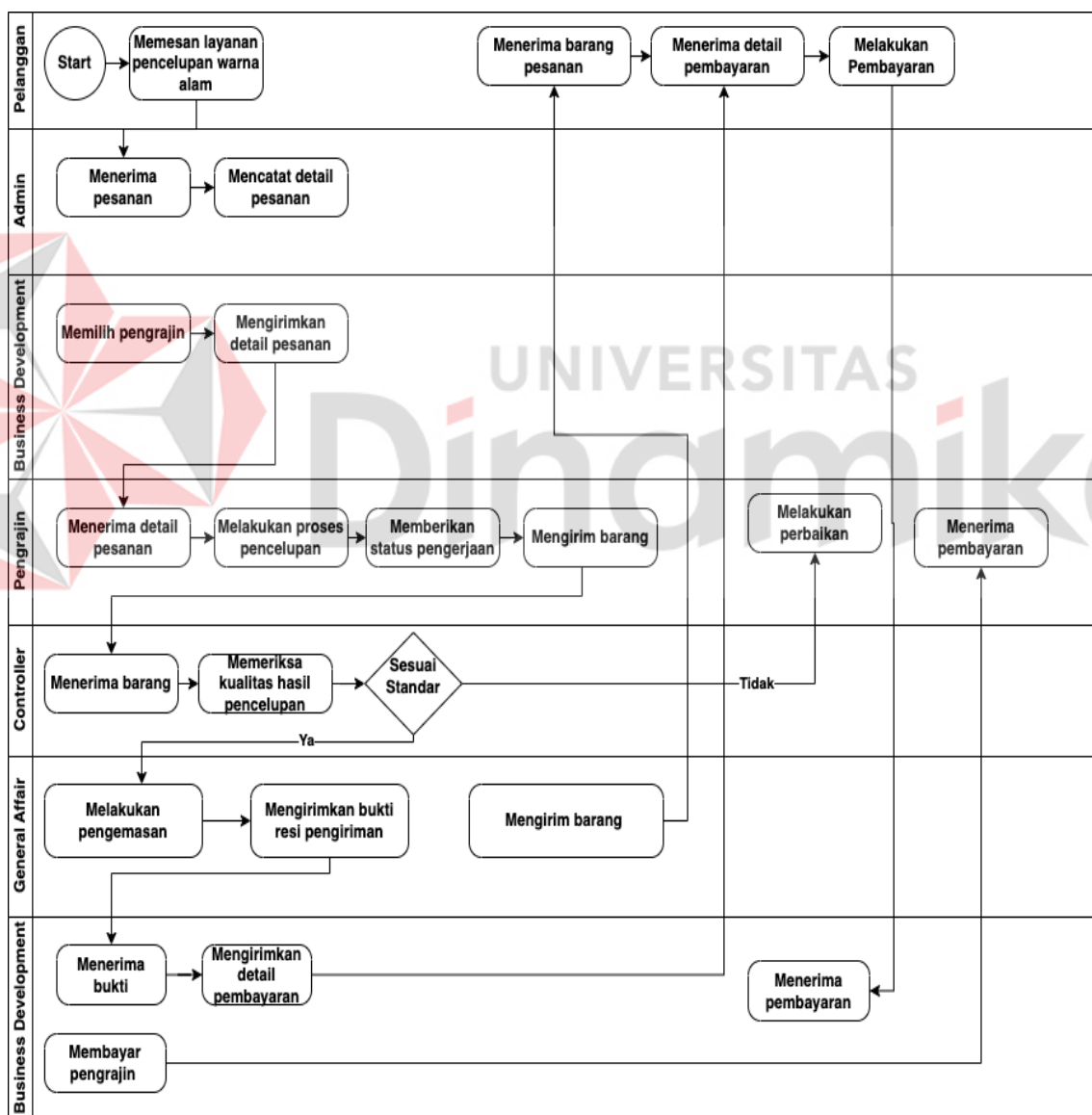
Tabel 4. 1 Visi dan Misi

Visi	<ul style="list-style-type: none"> - Menjadi distributor pakaian batik ramah lingkungan, nyaman, chic dengan harga pantas di pasar nasional dan internasional sekaligus menghidupkan semangat Women Self Empowerment memproduksi batik dengan pewarna alami Indonesia - Menjadi pelopor dalam industri pencelupan warna alam batik, memberikan keindahan melalui sentuhan warna alam yang ramah lingkungan dan mendukung keberlanjutan industri batik - Menjadi pilihan utama pelanggan dengan memahami kebutuhan mereka secara mendalam dan menawarkan solusi yang dipersonalisasi
Misi	<ul style="list-style-type: none"> - Mendistribusi pakaian batik yang selalu mengikuti trend terbaru - Memahami kebutuhan pelanggan - Membangun hubungan baik dengan pengrajin untuk mendukung pertumbuhan bersama - Menyediakan jasa pencelupan warna alam batik berkualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan pengrajin - Mempopulerkan budaya Indonesia dengan menghasilkan barang yang ramah lingkungan

B. *Business Model*

Model bisnis dalam organisasi ini adalah jasa pencelupan warna alam subkontrak melibatkan dengan organisasi yang menyediakan layanan pencelupan warna kain (Lembah Manah Batik) dan bekerja sama dengan pengrajin atau subkontraktor untuk melakukan keseluruhan proses pencelupan warna. Dalam model ini, Lembah Manah Batik hanya fokus pada pengelolaan dan pemasaran serta bekerja sama dengan beberapa pengrajin yang memiliki keahlian khusus dalam bidang pencelupan warna alam. Kesepakatan dengan pengrajin ditetapkan melalui kontrak yang mengatur rincian pekerjaan, kualitas yang di inginkan, dan aspek keuangan. Pengrajin bertanggung jawab atas produksi dan kualitas pencelupan warna sesuai dengan standar yang ditetapkan, sementara Lembah Manah Batik tetap mengelola aspek-aspek strategis seperti logistik, menerima pesanan dari pelanggan dan manajemen persediaan. Lembah Manah Batik

hanya fokus pada inti bisnis nya saja sambil memanfaatkan keahlian pengrajin. Kesuksesan model ini bergantung pada pemilihan pengrajin serta internal dari Lembah Manah Batik sehingga diperlukan manajemen yang baik supaya mencapai tujuan bisnis yang di inginkan. Model proses bisnis dari Lembah Manah Batik dalam bentuk BPMN selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 4.1.

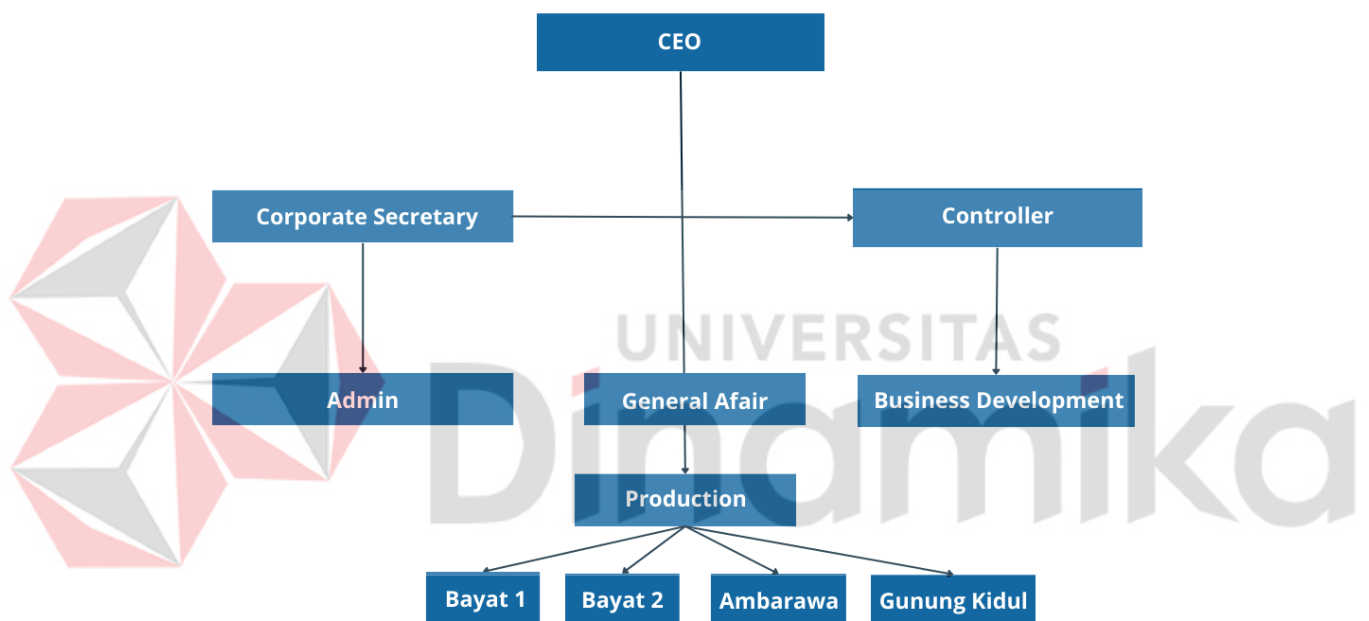


Gambar 4. 1 Model Proses Bisnis Lembah Manah Batik

C. *Business Organization*

a) Struktur Organisasi (*Structure*)

Struktur organisasi Lembah Manah Batiks selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 4.2



Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Lembah Manah Batik

Gambar struktur organisasi Lembah Manah Batik diatas, peneliti melakukan penelitian pada umkm yaitu pada bagian organisasi Lembah Manah Batik. Sehingga tidak melakukan penelitian pada seluruh bagian dari Lembah Manah Batik.

b) Sistem Organisasi (*System*)

Sistem Organisasi Lembah Manah Batik selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.2

Tabel 4. 2 Sistem Organisasi

Sistem Komunikasi	Lembah Manah Batik menggunakan platform atau perangkat lunak untuk berkomunikasi dengan tim secara efektif, terlepas dari lokasi mereka masing-masing. Tujuannya adalah untuk memfasilitasi komunikasi, berbagi informasi, dan kolaborasi dalam konteks bisnis atau proyek. Platform ini menyediakan berbagai fitur untuk mendukung produktivitas dan koordinasi dengan tim. Fitur yang digunakan oleh Lembah Manah Batik adalah <i>Whatsapp</i> , <i>Google Sheets</i> , <i>Google Calendar</i> , dan <i>Google Meet</i> atau <i>Zoom</i> .
Sistem Produksi	Lembah Manah Batik memiliki sistem produksi yang mengatur jadwal produksi berdasarkan permintaan pelanggan
Sistem Keuangan dan Akuntansi	Lembah Manah Batik memiliki sistem keuangan yang memantau transaksi keuangan dan membantu dalam pembuatan laporan keuangan bulanan menggunakan <i>google sheets</i> .
Sistem Pemasaran dan Penjualan	Lembah Manah Batik melibatkan promosi dengan menggunakan platform digital yang mendukung untuk penjualan, mengikuti pameran, dan menyediakan produk di <i>gallery</i> .
Sistem Logistik dan Distribusi	Lembah Manah Batik mengawasi produk dari pengrajin hingga ke pelanggan dengan tepat waktu.

c) Staf Organisasi (*Staff*)

Berikut Staf Organisasi Lembah Manah Batik ialah:

a. CEO

CEO mempunyai tugas pokok dan fungsi memimpin organisasi, mengelola alur aktivitas kerja, membuat keputusan untuk organisasi, dan memantau operasional organisasi.

b. *Corporate Secretary*

Corporate Secretary mempunyai tugas pokok melibatkan pengelolaan dan koordinasi berbagai aspek administratif dan komunikasi di dalam organisasi.

c. *Controller*

Controller mempunyai tugas pokok sebagai pengawas tata laksana organisasi, alur tugas, keuangan personalia dan lainnya agar tidak menyimpang dari ketentuan-ketentuan yang sudah disepakati organisasi.

d. Admin

Admin mempunyai tugas pokok mengatur semua aspek dokumen, membuat, menyimpan dokumen/filing, menerima dan mengirim dokumen/mengatur lalu lintas dokumen.

e. *General Afair/* Bagian Umum

General Afair/ Bagian Umum mempunyai tugas pokok mengatur kebutuhan perijinan organisasi/ karyawan, mengurus urusan perjalanan dinas, mengurus data personalia dan menyimpan data personalia, mengurus kebersihan/kerapian kantor dan lain-lain.

f. *Business Development* (Pengembangan Bisnis)

Business Development (Pengembangan Bisnis) mempunyai tugas pokok mengurus pemasaran produk, mengawasi penjualan dan melaporkannya kepada CEO, memberikan masukan aktivitas pesaing dan peluang usaha.

g. *Production*

Production mempunyai tugas pokok membuat produk-produk yang diperdagangkan oleh perusahaan.

D. *Business Environment*

1. Faktor Eksternal:

- a. Ekonomi: Kondisi ekonomi memengaruhi kemampuan UMKM Batik untuk menaikkan harga produk, terutama saat ekonomi stabil yang memungkinkan peningkatan harga untuk mengatasi biaya produksi yang naik.
- b. Sosial dan Budaya: Mendorong permintaan akan produk-produk yang ramah lingkungan, termasuk batik yang diwarnai dengan bahan alami, Perubahan dalam tren mode dan gaya hidup memengaruhi permintaan produk batik, termasuk preferensi warna dan desain, Acara budaya dan festival batik meningkatkan minat konsumen pada produk batik.
- c. Teknologi: Teknologi digital telah mengubah cara penjual berinteraksi

dengan pelanggan sehingga penjual memberikan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, Teknologi memungkinkan pemasaran online melalui berbagai saluran, membantu UMKM Batik mencapai pasar yang lebih luas, Keamanan data dan privasi konsumen memengaruhi manajemen data dan transaksi online UMKM Batik, Teknologi memungkinkan UMKM Batik untuk melacak tren pasar, preferensi pelanggan, dan analitik yang mendukung pengambilan keputusan strategis.

- d. Politik dan Hukum: Pemerintah Indonesia berupaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya batik sebagai warisan budaya nasional, jika batik menjadi produk wisata maka kebijakan pariwisata dapat memengaruhi bisnis batik, dan pemerintah membantu UMKM batik untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuannya.
- e. Persaingan: Dalam hal persaingan industri pakaian cukup tinggi karena banyak usaha yang bersaing dalam hal harga, kualitas, dan inovasi.

2. Faktor Internal:

- a. Sumber daya manusia: LM Batik memiliki tim yang berkualitas seperti hal dalam keterampilan, memiliki pengetahuan, dan memiliki pengalaman dalam proses pencelupan warna alam batik. Dari memiliki tim yang berkualitas dihasilkan produk-produk yang berkualitas.
- b. Sumber daya fisik: LM Batik dalam mengenalkan produknya melalui pameran dan *gallery*. Lokasi usaha berada di Jl. H. Nawi Raya 55, Gandaria Utara, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, teknologi yang digunakan LM Batik ialah laptop, printer, scanner, sosial media, handphone, dan internet.

4.1.3 Hasil Identifikasi dan Analisis

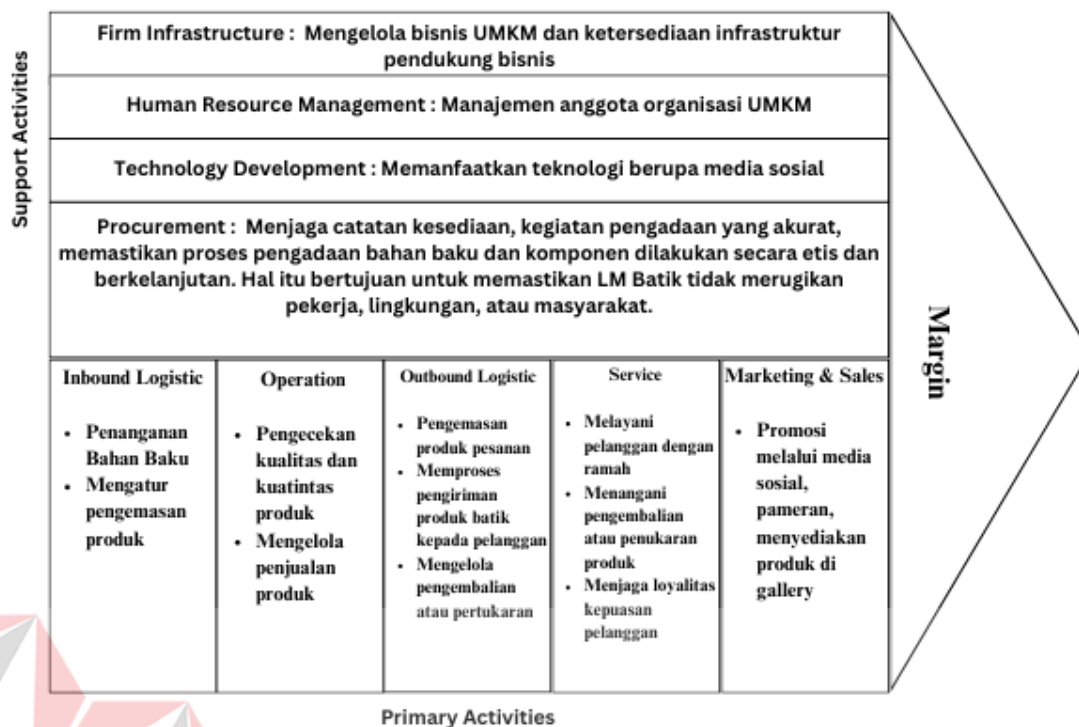
Identifikasi dilakukan kepada pihak Lembah Manah Batik. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang sudah dilakukan maka permasalahan dapat diidentifikasi dibawah ini :

1. Sistem organisasi yang dilakukan saat ini tidak mendukung pencapaian tujuan bisnis karena penggunaan sistem nya tidak memberikan nilai tambah atau tidak mendukung dalam hal terintegrasi antar divisi sehingga mengakibatkan terjadinya hambatan untuk proses bisnis termasuk dalam duplikasi upaya dan data yang mengakibatkan ketidakakuratan dan . Hal ini tiap divisi harus memiliki data yang saling terhubung.
2. Organisasi dalam memanfaatkan STI masih kurang sehingga mengalami kesulitan dalam mencapai tujuan bisnisnya.
3. Manajemen operasional Lembah Manah Batik sangat kurang dalam mendukung proses bisnis operasional serta manajemen mengambil keputusan sehingga menyebabkan terhambatnya proses bisnis organisasi.
4. Dalam hal divisi keuangan di Lembah Manah Batik selalu di evaluasi. Hal ini menimbulkan organisasi hanya berfokus pada bagian keuangan saja. Akan tetapi ada beberapa divisi juga perlu di evaluasi sehingga mengancam kinerja organisasi saat ini untuk menentukan strategi kedepannya.

4.2 Tahap Penyusunan

4.2.1 Analisis Lingkungan Bisnis Internal

A. *Value Chain*



Primary Activities

Gambar 4. 3 Value Chain

Berdasarkan *Value Chain*, aktivitas internal dibagi menjadi dua bagian, yaitu aktivitas utama dan aktivitas pendukung, uraian aktivitas *value chain* dari Lembah Manah Batik selengkapnya dapat dilihat dibawah ini.

1. Aktivitas Utama

Aktivitas Utama meliputi masuknya logistik (*inbound logistic*), pemrosesan (operasional), logistik keluar (*outbound logistic*), pemasaran dan penjualan, dan pelayanan (*service*) yang dijelaskan sebagai berikut:

a. *Inbound Logistic*

Pada aktivitas ini, Lembah Manah Batik menjalin hubungan dan bekerja sama dengan pengrajin sebagai subkontraktor, menetapkan standar kualitas untuk bahan baku dan produk batik, melakukan penanganan terhadap bahan baku, seperti pengecekan dan pengorderan. Lembah Manah Batik juga mengatur pengemasan produk kepada pelanggan. Akan tetapi, LM Batik hanya menerima pesanan melalui

permintaan dari pelanggan saja.

b. *Operation*

Pada aktivitas ini, Lembah Manah Batik melakukan pengecekan kualitas dan kuantitas produk, mengelola penjualan produk, dan berkoordinasi dengan pengrajin untuk menyelesaikan pesanan sesuai dengan jadwal yang ditentukan.

c. *Outbound logistic*

Pada aktivitas ini, Lembah Manah Batik melakukan pengemasan dan mencantumkan produk pesanan yang telah di pesan oleh pelanggan, memproses pengiriman produk batik kepada pelanggan, mengelola pengembalian atau pertukaran dengan efisiensi.

d. *Marketing and Sales*

Pada aktivitas ini, Lembah Manah Batik melakukan promosi melalui media sosial, pameran, dan menyediakan produk di *gallery*. LM Batik juga dapat menghasilkan produk yang unik sesuai dengan keinginan pelanggan melalui layanan *custom*.

e. *Service*

Pada aktivitas ini, Lembah Manah Batik melayani pelanggan dengan baik, ramah seperti melakukan penerimaan keluhan dengan tepat. Akan tetapi, ada hal yang kurang dalam merespon pelanggan maupun pengrajin seperti kurang nya respon cepat dan kurang tepat waktu. Aktivitas lainnya adalah dengan menangani pengembalian atau penukaran produk secara efisien dan menjaga loyalitas kepuasan pelanggan.

2. *Aktivitas Pendukung*

Aktivitas pendukung meliputi Infrastruktur Perusahaan, Manajemen Sumber Daya Manusia, Pengembangan Teknologi, dan *Procurement*. Yang dijelaskan sebagai berikut:

a. *Firm Infrastructure*

Pada aktivitas ini, Lembah Manah Batik mengelola bisnis UMKM dan ketersediaan infrastruktur pendukung bisnis.

b. *Human Resource Management*

Pada aktivitas ini, Lembah Manah Batik bekerja sama dengan pengrajin untuk memastikan pemahaman mereka tentang standar kualitas serta proses produksi, memberikan dukungan kepada pengrajin untuk meningkatkan keterampilan mereka, dan menetapkan kondisi kerja yang adil untuk pengrajin. Dalam hal pengurus UMKM masih dikatakan kurang, karena LM batik masih belum memiliki pengurus dalam hal bidang teknologi.

c. *Technology Development*

Pada aktivitas ini, Lembah Manah Batik memanfaatkan teknologi berupa media sosial dan memanfaatkan *google sheets* untuk efisiensi dan efektivitas dalam proses bisnis UMKM.

d. *Procurement*

Pada aktivitas ini, Lembah Manah Batik menjaga catatan kesediaan, kegiatan pengadaan yang akurat, memastikan proses pengadaan bahan baku dan komponen dilakukan secara etis dan berkelanjutan. Hal itu bertujuan untuk memastikan LM Batik tidak merugikan pekerja, lingkungan, atau masyarakat.

B. *Resource Based View*

Berikut hasil analisis *resource based view* pada Lembah Manah Batik :

B. Sumber Daya Manusia

1. Tim penjualan yang kompeten dan berpengalaman

Para *staff* penjualan mengembangkan strategi penjualan yang efektif, strategi yang dilakukan mencakup dengan berbagai elemen seperti target pasar, saluran penjualan. *Staff* akan membangun hubungan yang kuat

dengan pelanggan dengan cara mendengarkan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan dan memberikan layanan yang berkualitas.

2. Tim layanan terhadap pelanggan

Layanan yang diberikan kepada pelanggan ialah masih kurang dalam memberikan respon yang cepat dan tepat atas pertanyaan pelanggan, melalui berbagai platform komunikasi dan tim layanan juga harus dapat memberikan informasi yang akurat dan terkini tentang produk, layanan, dan proses pencelupan. Informasi tersebut diberikan melalui sosial media.

3. Tim pemasaran yang kreatif dan inovatif

LM batik mengembangkan produk atau layanan yang inovatif untuk menarik perhatian pelanggan sehingga memberikan nilai tambah untuk pelanggan dan meningkatkan daya saing organisasi. LM batik juga mengikuti pameran untuk menarik perhatian pelanggan serta menyediakan produk di *gallery*.

4. Pengrajin yang terampil

Produk yang dihasilkan dari bekerja sama dengan pengrajin menghasilkan produk-produk yang berkualitas karena menggunakan bahan-bahan alami yang berkualitas dan proses pencelupan yang terstandarisasi.

C. Sumber daya finansial

1. Modal yang cukup untuk menjalankan operasi bisnis

LM batik mengikuti *event* atau kegiatan pameran untuk promosi produk dan layanan.

D. Sumber daya fisik

1. Fasilitas teknologi yang digunakan

LM batik menggunakan teknologi hanya laptop dan wifi untuk mendukung proses bisnisnya. Tetapi, dalam mengelola toko online atau e-commerce masih kurang dalam menerapkan.

E. Sumber daya intelektual

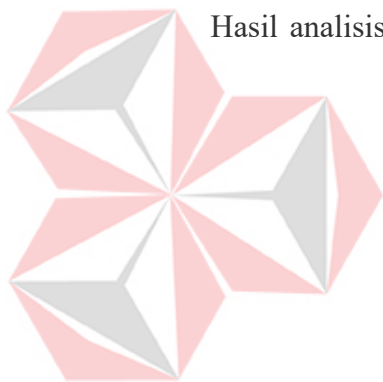
1. Hubungan dengan pengrajin dan pelanggan

LM batik bekerja sama dengan pengrajin lokal yang terampil untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan memenuhi kebutuhan pasar. Untuk pelanggan, LM batik mendengarkan kebutuhan pelanggan yang diinginkan sehingga membantu organisasi untuk menjual produk dan menciptakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

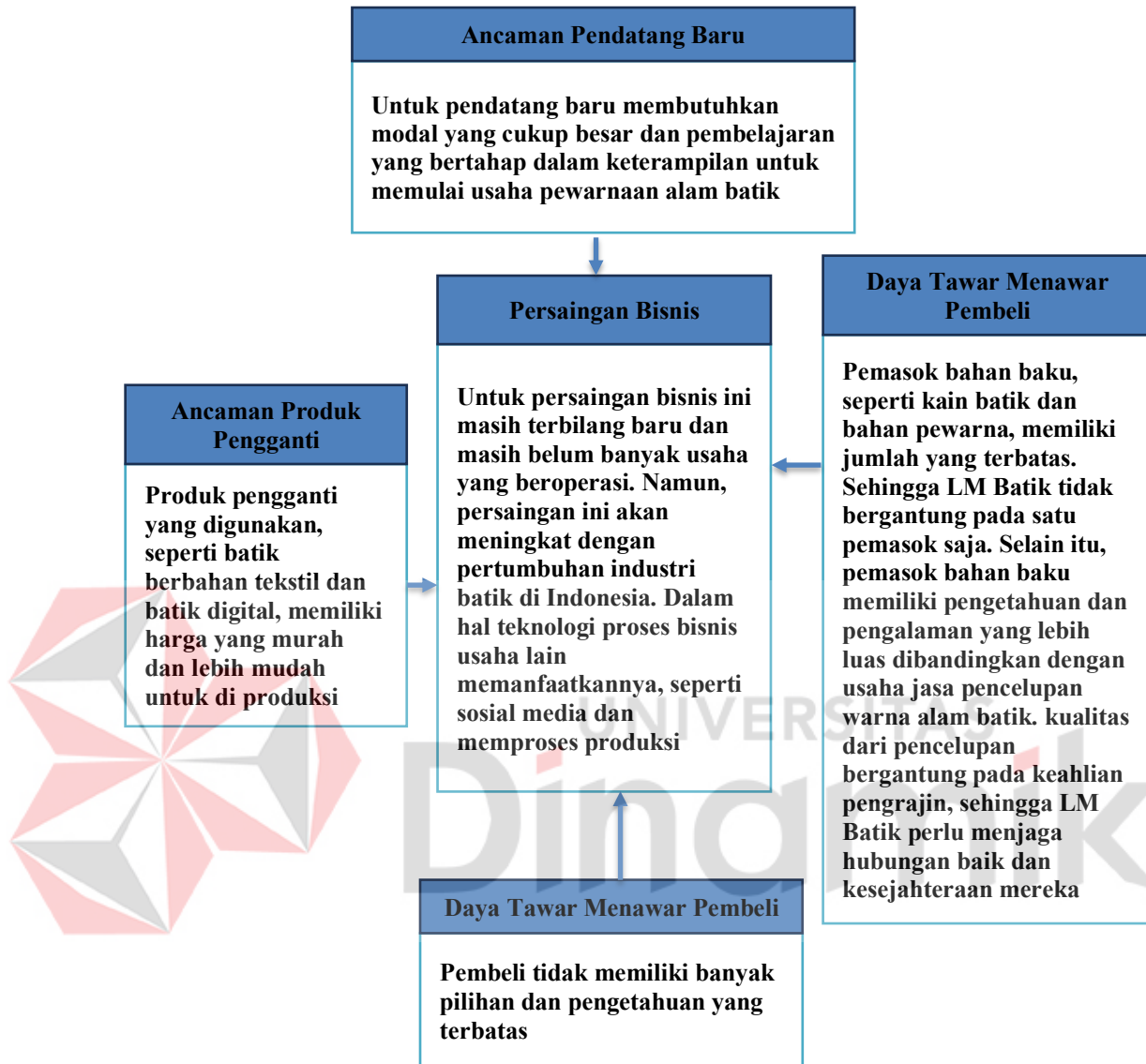
4.2.2 Analisis Lingkungan Bisnis Eksternal

A. *Five Forces Porter*

Hasil analisis *Five Forces Porter* selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 4.4



UNIVERSITAS
Dinamika



Gambar 4.4 *Five Forces Porter*

B. PEST

Hasil analisis PEST selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.3

Tabel 4.3 *PEST*

Faktor Politik	Faktor Ekonomi
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah Indonesia berupaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya batik sebagai warisan budaya nasional. 2. Jika batik menjadi produk wisata, kebijakan pariwisata dapat memengaruhi bisnis batik. 3. Pemerintah membantu UMKM batik untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuannya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi ekonomi memengaruhi kemampuan UMKM Batik untuk menaikkan harga produk, terutama saat ekonomi stabil yang memungkinkan peningkatan harga untuk mengatasi biaya produksi yang naik.
Faktor Sosial	Faktor Teknologi
<ol style="list-style-type: none"> 1. Perubahan dalam tren mode dan gaya hidup memengaruhi permintaan produk batik, termasuk preferensi warna dan desain. 2. Masyarakat semakin menyadari bahwa lingkungan hidup yang bersih dan sehat penting untuk kelangsungan hidup manusia sehingga mendorong permintaan akan produk-produk yang ramah lingkungan, termasuk batik yang diwarnai dengan bahan alami. 3. Acara budaya dan festival batik meningkatkan minat konsumen pada produk batik. 4. Dengan perkembangan tren baru di jaman sekarang seperti tren <i>sustainable fashion</i>, dapat mendorong permintaan akan produk-produk ramah lingkungan termasuk produk batik warna alami 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi digital telah mengubah cara penjual berinteraksi dengan pelanggan sehingga penjual memberikan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. 2. Teknologi memungkinkan pemasaran online melalui berbagai saluran, membantu UMKM Batik mencapai pasar yang lebih luas atau sampai ekspor. 4. Teknologi memungkinkan UMKM Batik untuk melacak tren pasar, preferensi pelanggan, dan analitik yang mendukung pengambilan keputusan strategis.

4.2.3 Analisis Lingkungan SI/TI Internal

Hasil analisis lingkungan SI/TI Internal dalam identifikasi *hardware* atau perangkat keras yang digunakan Lembah Manah Batik selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.4 dan hasil analisis spesifikasi dari perangkat keras yang terdapat di Lembah Manah Batik selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.5

Tabel 4. 4 Hasil Identifikasi Hardware

Nama Bagian	Hardware
<i>CEO</i>	1 Laptop
<i>Corporate Secretary</i>	1 Laptop 1 Set Printer
<i>Controller</i>	1 Laptop
<i>Business Development</i>	1 Laptop
<i>General Afair</i>	1 Laptop
Admin	1 Laptop 1 Set Printer

Tabel 4. 5 Spesifikasi *Hardware*

Hardware	Spesifikasi	
Laptop	Processor	Intel Core i5-1135G7
	RAM	8GB DDR4
	Penyimpanan	SSD 256GB
	Monitor	14 Inch Full HD
	Sistem Operasi	Windows 11 Home
Printer	-	HP Deskjet 1510
Jaringan	Router/Modem	ZTE F609

Berdasarkan hasil review software dan hardware milik Lembah Manah Batik, didapati bahwa UMKM memiliki spesifikasi hardware yang cukup minimalis untuk memadai dalam melakukan aktivitasnya. Semua perangkat seperti laptop dan printer dapat terhubung ke jaringan yang sudah tersedia, dari sisi software, Lembah Manah Batik hanya didukung dengan aplikasi spreadsheet, Gmail, Ms Office. LM Batik dalam ketenagakerjaan dalam pengetahuan dan keterampilan hanya terbatas saja, dalam hal sistem keamanan SI/TI masih belum optimal serta sistem manajemen data yang terintegrasi masih belum ada sehingga menimbulkan resiko.

4.2.4 Analisis Lingkungan SI/TI Eksternal

Identifikasi kondisi eksternal SI/TI pada Lembah Manah Batik berkaitan dengan kondisi SI/TI yang diimplementasikan oleh perusahaan agar dapat mengetahui manfaat dari tren teknologi yang terjadi pada saat ini yang berpengaruh pada Lembah Manah Batik. Tren teknologi diambil berdasarkan riset yang dilakukan oleh gartner. Menurut gartner terdapat 10 tren STI di tahun 2023. Berikut tren TI ditahun 2023 dapat dilihat dibawah ini:

1. *Digital Immunie System*

Seperti benteng pertahanan digital, melindungi pelanggan dari gangguan dengan beberapa strategi software canggih. Dengan pengawasan, automasi, dan desain/pengujian ketat, sistem ini menjadi tangguh dan meminimalisir risiko operasional dan keamanan.

2. *Appllied Observability*

Seperti detektif AI yang menganalisis data dari perusahaan untuk memberikan saran. Dengan begitu, perusahaan bisa mengambil keputusan lebih cepat dan tepat. Jika diterapkan secara sistematis, ini bisa mempercepat respons dan mengoptimalkan operasi bisnis secara real-time.

3. *AI TriSM*

Seperti penjaga untuk model AI, menjamin keadilan, keandalan, keamanan, dan perlindungan data. AI TriSM menggunakan berbagai metode untuk menjelaskan hasil AI, mempercepat deployment model baru, meningkatkan keamanan AI,

serta mengontrol masalah privasi dan etika.

4. *Industry Cloud Platforms*

Platform Cloud Industri menggabungkan SaaS, PaaS, dan IaaS dengan fungsionalitas khusus industri yang dapat digunakan organisasi untuk lebih mudah beradaptasi dengan aliran gangguan yang tak henti-hentinya di industri mereka.

5. *Platform Engineering*

Menyediakan serangkaian tools, kemampuan, dan proses yang telah dikurasi dan dikemas untuk memudahkan konsumsi oleh pengembang dan pengguna akhir. Ini akan meningkatkan produktivitas pengguna akhir dan mengurangi beban pada tim pengembangan.

6. *Wireless-Value Realization*

Memanfaatkan jaringan nirkabel secara maksimal. Jaringan ini tak hanya menghubungkan perangkat, tapi juga menyediakan data lokasi, analitik real-time, dan bahkan bisa "memanen" energi dari jaringan.

7. *Superapps*

Superapps lebih dari sekadar aplikasi komposit yang menggabungkan layanan. Superapp menggabungkan fitur aplikasi, platform, dan ekosistem dalam satu aplikasi, menyediakan platform bagi pihak ketiga untuk mengembangkan dan menerbitkan miniapp mereka sendiri.

8. *Adaptive AI*

AI yang bisa belajar sendiri dan beradaptasi. AI adaptif menggunakan feedback real-time untuk terus memperbarui modelnya berdasarkan data baru dan tujuan yang disesuaikan, sehingga cepat menyesuaikan diri dengan perubahan dunia nyata.

9. *Metaverse*

Metaverse memungkinkan orang untuk mereplikasi atau meningkatkan aktivitas fisik mereka. Ini bisa terjadi dengan memindahkan atau memperluas aktivitas fisik ke dunia virtual atau dengan mengubah dunia fisik. Ini adalah inovasi kombinasi yang terdiri dari berbagai tema dan kemampuan teknologi.

10. *Sustainable Technology*

Hanya menyediakan teknologi saja tidak cukup di tahun 2023. Teknologi berkelanjutan adalah pendekatan holistik yang tidak hanya meningkatkan efisiensi energi

IT, tetapi juga mendorong keberlanjutan organisasi melalui teknologi pelacakan, analitik, software manajemen emisi, dan AI. Teknologi ini tidak hanya membantu bisnis menjadi lebih ramah lingkungan, tetapi juga bisa meningkatkan ketahanan operasional, performa keuangan, dan membuka peluang pertumbuhan baru.

4.2.5 Analisis SWOT

Hasil analisis SWOT untuk UMKM Lembah Manah Batik selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.6

Tabel 4. 6 SWOT

No.	Faktor-faktor Internal
Kekuatan	
1.	Lembah Manah Batik bekerja sama dengan pengrajin yang memiliki produk berkualitas karena menggunakan bahan-bahan alami yang berkualitas dan memiliki proses pencelupan yang terstandarisasi (RBV).
2.	Pengurus yang ada di Lembah Manah Batik memiliki pengetahuan dan keterampilan di bidang pencelupan warna alami (RBV).
3.	Lembah Manah Batik mengikuti pameran dan memiliki <i>gallery</i> sebagai kegiatan untuk mendukung promosi bagi UMKM untuk di kenal oleh banyak masyarakat (VC).
4.	Lembah Manah Batik menyediakan layanan <i>custom</i> desain produk untuk pelanggan (VC).
Kelemahan	
1.	Komunikasi yang kurang antara pengurus LM Batik dan pengrajin sehingga terjadi miskomunikasi (VC).
2.	Kurangnya pemahaman dan keahlian dalam teknologi informasi dan pemasaran online (VC).
3.	Terhambatnya proses pencatatan produksi karena masih menggunakan <i>Google Sheets</i> (RBV)(STII).
4.	Keterlambatan dalam proses mengelola dokumen dan tagihan <i>invoice</i> (VC).
Faktor-faktor Eksternal	
Peluang	
1.	Meningkatnya permintaan pelanggan untuk produk ramah lingkungan (FFP).
2.	Bekerja sama dengan pengrajin pewarna alam yang memiliki pengetahuan dan pengalaman mengenai pewarnaan alam (FFP).
3.	Indonesia memiliki kekayaan hayati yang luar biasa, dengan 150 jenis flora yang dapat menghasilkan zat pewarnaan alami (PEST).
4.	Perkembangan tren baru di jaman sekarang seperti tren <i>sustainable fashion</i> , sehingga mendorong permintaan produk-produk ramah lingkungan termasuk produk batik warna alami (PEST).
Ancaman	
1.	Minat masyarakat untuk memakai produk batik yang menggunakan bahan tekstil (FPP).
2.	Bersaing dengan usaha batik lain dalam menerapkan proses pembuatan batik menggunakan digital (STIE).

3. Minat anak muda zaman sekarang untuk mengikuti gaya berpakaian yang sedang viral atau tren (FFP).
4. Banyaknya usaha batik yang masih berjalan maupun yang baru berdiri (FFP).

4.2.6 Hasil Grand Strategy

A. IFAS

Hasil analisis matriks *IFAS* selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.7

Tabel 4. 7 Hasil Matriks *IFAS*

Faktor	Bobot	Rating	Score
S-Strengths (Kekuatan)			
1. Lembah Manah Batik bekerja sama dengan pengrajin yang memiliki produk berkualitas karena menggunakan bahan-bahan alami yang berkualitas dan memiliki proses pencelupan yang terstandarisasi	0,15	5	0,75
2. Pengurus yang ada di Lembah Manah Batik memiliki pengetahuan dan keterampilan di bidang pencelupan warna alami	0,16	4	0,64
3. Lembah Manah Batik mengikuti pameran dan memiliki <i>gallery</i> sebagai kegiatan untuk mendukung promosi bagi UMKM untuk di kenal oleh banyak masyarakat	0,16	5	0,8
4. Lembah Manah Batik menyediakan layanan <i>custom</i> desain produk untuk pelanggan	0,17	4	0,68
Sub Total	0,64		2,87
W-Weakness (Kelemahan)			
1. Komunikasi yang kurang antara pengurus LM Batik dan pengrajin sehingga terjadi miskomunikasi.	0,08	2	0,16
2. Kurangnya pemahaman dan keahlian dalam teknologi informasi dan pemasaran online.	0,10	3	0,3
3. Terhambatnya proses pencatatan produksi karena masih menggunakan <i>Google Sheets</i>	0,08	5	0,4
4. Keterlambatan dalam proses mengelola dokumen dan tagihan <i>invoice</i> .	0,10	4	0,4
Sub Total	0,36		1,26
TOTAL	1,00		4,13

Berdasarkan dari Tabel 4.7 yang diberikan, dapat disimpulkan bahwa UMKM Lembah Manah Batik memiliki kekuatan sebesar 0,64 memiliki total skor 2,87 sedangkan kelemahannya sebesar 0,36 memiliki total skor 1,26. Setelah diketahui total skor kekuatan dan kelemahan dijumlahkan menjadi total keseluruhannya pada hasil IFAS

menjadi 4,13. Hal ini menunjukkan UMKM Lembah Manah Batik internal cukup kuat karena nilai nya lebih tinggi dari rata-rata 2,5

B. EFAS

Berikut adalah hasil analisis matriks EFAS dapat dilihat pada Tabel 4.8

Tabel 4. 8 Hasil Matriks EFAS

Faktor	Bobot	Rating	Score
O-Opportunities (Peluang)			
1. Meningkatnya permintaan pelanggan untuk produk ramah lingkungan.	0,19	4	0,76
2. Bekerja sama dengan pengrajin pewarna alam yang memiliki pengetahuan dan pengalaman mengenai pewarnaan alam.	0,09	4	0,36
3. Indonesia memiliki kekayaan hayati yang luar biasa, dengan 150 jenis flora yang dapat menghasilkan zat pewarnaan alami.	0,18	4	0,72
4. Perkembangan tren baru di jaman sekarang seperti tren <i>sustainable fashion</i> , sehingga mendorong permintaan produk-produk ramah lingkungan termasuk produk batik warna alami.	0,19	4	0,76
Sub Total	0,65		2,6
T-Threats (Ancaman)			
1. Minat masyarakat untuk memakai produk batik yang menggunakan bahan tekstil.	0,11	5	0,55
2. Bersaing dengan usaha batik lain yang menerapkan proses pembuatan batik menggunakan digital	0,10	4	0,4
3. Minat anak muda zaman sekarang untuk mengikuti gaya berpakaian yang sedang viral atau tren	0,07	5	0,35
4. Banyaknya usaha batik yang masih berjalan maupun yang baru berdiri.	0,07	4	0,28
Sub Total	0,35		1,58
TOTAL	1,0		4,18

Berdasarkan dari Tabel 4.8 yang diberikan, dapat disimpulkan bahwa UMKM Lembah Manah Batik memiliki peluang sebesar 0,65 memiliki total skor 2,6 sedangkan ancaman sebesar 0,35 memiliki total skor 1,58. Setelah diketahui total skor peluang dan ancaman dijumlahkan menjadi total keseluruhannya pada hasil EFAS menjadi 4,18. Hal ini menunjukkan UMKM Lembah Manah Batik dalam eksternal cukup kuat karena nilai nya lebih tinggi dari rata-rata 2,5.

C. *Grand Strategy Matrix*

Berdasarkan Analisis SWOT, IFAS menghasilkan total skor *Strength* (kekuatan) sebesar 2,87 dan total skor *Weakness* (kelemahan) sebesar 1,26. Jumlah kedua skor tersebut adalah 4,13. EFAS menghasilkan total skor *Opportunities* (peluang) sebesar 2,6 dan total skor *Threats* (ancaman) sebesar 1,58. Jumlah kedua skor tersebut adalah 4,18. Sehingga titik singgung dari IFAS dan EFAS yaitu 4,13 dan 4,18. Lalu, Grand Strategy Matriks untuk menentukan X,Y terdiri dari:

$$\begin{aligned} X \text{ (Internal) (Score)} &= \text{Strength (S)} - \text{Weakness (W)} = \dots : 2 = \dots \\ &= 2,87 - 1,26 \end{aligned}$$

$$= 1,61 : 2$$

$$= 0,80$$

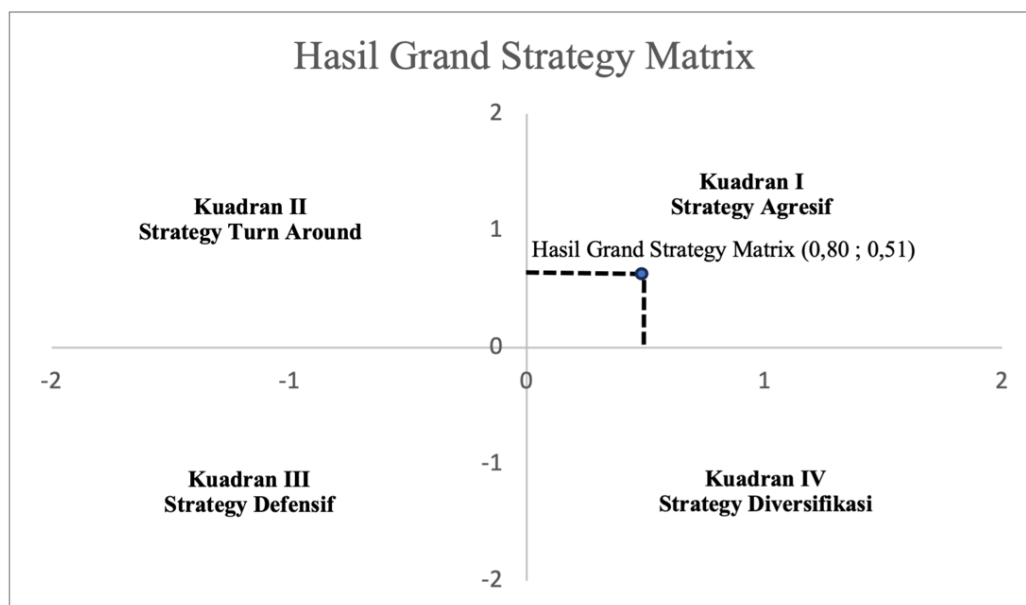
$$Y \text{ (Eksternal) (Score)} = \text{Opportunities (O)} - \text{Threats (T)} = \dots : 2 =$$

$$= 2,6 - 1,58$$

$$= 1,02 : 2$$

$$= 0,51$$

Maka, matriks tersebut untuk titik X yaitu 0,80 dan titik Y yaitu 0,51. Sehingga di dapatkan titik koordinat nya yaitu (0,80;0,51). Untuk posisi koordinat strategi UMKM saat ini selengkapnya dilihat pada Gambar 4.5.



Gambar 4. 5 Hasil *Grand Strategy Matrix*

Berdasarkan perhitungan untuk koordinat diatas, dapat dijelaskan bahwa posisi dari UMKM saat ini kuadran I (positif,positif) yaitu koordinat $X = 0,80$ dan koordinat $Y = 0,51$. Posisi UMKM saat ini berada pada kuadran Pertumbuhan dan Pemimpin yang agresif dimana memiliki posisi kompetitif yang kuat dalam industri yang berkembang pesat. Hal ini memberikan peluang besar bagi UMKM untuk tumbuh dan menghasilkan keuntungan.

4.2.7 Hasil Strategi Bisnis

Setelah melakukan analisis internal dan eksternal serta menentukan kuadran Lembah Manah Batik. Kuadran ini menunjukkan posisi UMKM berdasarkan kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal. Kemudian, LM Batik menggunakan matriks SWOT untuk menyusun faktor-faktor strategis UMKM. Matriks ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat disesuaikan dengan

kekuatan dan kelemahan internal. Dengan empat bagian kemungkinan alternatif strategis yang dibuat, diharapkan LM Batik mendapatkan gambaran mengenai kondisi UMKM.

Hasil matriks SWOT bisnis selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.9

Tabel 4. 9 Hasil Matriks *SWOT*

	Kondisi Internal	
	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
Matriks SWOT	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lembah Manah Batik bekerja sama dengan pengrajin yang memiliki produk berkualitas karena menggunakan bahan-bahan alami yang berkualitas dan memiliki proses pencelupan yang terstandarisasi. 2. Pengurus yang ada di Lembah Manah Batik memiliki pengetahuan dan keterampilan di bidang pencelupan warna alami. 3. Lembah Manah Batik mengikuti pameran dan memiliki gallery sebagai kegiatan untuk mendukung promosi bagi UMKM untuk di kenal oleh banyak masyarakat. 4. Lembah Manah Batik menyediakan layanan <i>custom</i> desain produk untuk pelanggan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikasi yang kurang antara pengurus LM Batik dan pengrajin sehingga terjadi miskomunikasi. 2. Kurangnya pemahaman dan keahlian dalam teknologi informasi dan pemasaran online 3. Terhambatnya proses pencatatan produksi karena masih menggunakan <i>Google Sheets</i>. 4. Keterlambatan dalam proses mengelola dokumen dan tagihan <i>invoice</i>.

Kondisi Eksternal	<i>Opportunities (O)</i>	S-O	W-O
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya permintaan pelanggan untuk produk ramah lingkungan. 2. Bekerja sama dengan pengrajin pewarna alam yang memiliki pengetahuan dan pengalaman mengenai pewarnaan alam. 3. Indonesia memiliki kekayaan hayati yang luar biasa, dengan 150 jenis flora yang dapat menghasilkan zat pewarnaan alami. 4. Perkembangan tren baru di jaman sekarang seperti tren sustainable fashion, sehingga mendorong permintaan produk-produk ramah lingkungan termasuk produk batik warna alami. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan pengurus dalam pencelupan warna alami untuk menghasilkan produk batik ramah lingkungan yang berkualitas tinggi. (S2,O1,O3). 2. Mengoptimalkan pameran dan <i>gallery</i> untuk mempromosikan produk batik warna alami kepada target pasar yang tepat (S1,S3,O1,O4). 3. Mengikuti tren <i>sustainable fashion</i> dengan mempromosikan keunggulan batik warna alami (S1,S2,S4,O1,O4). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti pelatihan dan edukasi teknologi informasi dan pemasaran online (W2,W3,W4,O1). 2. Meningkatkan sistem pengelolaan dokumen dan tagihan <i>invoice</i> untuk meningkatkan profesionalitas (W3,O1,O4). 3. Meningkatkan sistem pencatatan produk supaya dapat mencatat dengan baik kemajuan produk secara <i>real-time</i> dan juga mengidentifikasi kekurangan serta beberapa hal yang perlu dioptimalkan (W1, W4,O1,O4,O3). 4. Meningkatkan komunikasi antara pengrajin dan pengurus untuk kelancaran produksi (W1, O2, O1).
	<i>Threats (T)</i>	S-T	W-T
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat masyarakat untuk memakai produk batik yang menggunakan bahan tekstil. 2. Bersaing dengan usaha batik lain yang menerapkan proses pembuatan batik menggunakan digital. 3. Minat anak muda zaman sekarang untuk mengikuti gaya berpakaian yang sedang viral atau tren. 4. Banyaknya usaha batik yang masih berjalan maupun yang baru berdiri. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan edukasi dan promosi kepada masyarakat tentang keunggulan dan nilai batik warna alami (S1,S3,T1,T3). 2. Mempertahankan penjualan produk batik warna alami sebagai keunggulan kompetitif (S1,S2,T1,T2,T3). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerja sama dengan influencer dan media sosial untuk menjangkau target pasar anak muda (W2,T3).

Setelah mengetahui posisi kuadran LM Batik saat ini berada pada kuadran I dan strategi yang mendukung adalah strategi agresif. Berikut strategi bisnis yang berasal dari hasil matriks SWOT terdiri dari S1 sampai S10.

S1. Memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan pengurus dalam pencelupan warna alami untuk menghasilkan produk batik ramah lingkungan yang berkualitas tinggi. (S2,O1,O3).

S2. Mengoptimalkan pameran dan *gallery* untuk mempromosikan produk batik warna alami kepada target pasar yang tepat (S1,S3,O1,O4).

S3. Mengikuti tren *sustainable fashion* dengan mempromosikan keunggulan batik warna alami (S1,S2,S4,O1,O4).

S4. Mengikuti pelatihan dan edukasi teknologi informasi dan pemasaran online (W2,W3,W4,O1).

S5. Meningkatkan sistem pengelolaan dokumen dan tagihan *invoice* untuk meningkatkan profesionalitas (W3,O1,O4).

S6. Meningkatkan sistem pencatatan produk supaya dapat mencatat dengan baik kemajuan produk secara *real-time* dan juga mengidentifikasi kekurangan serta beberapa hal yang perlu dioptimalkan (W4,O1,O4,O3).

S7. Meningkatkan komunikasi antara pengrajin dan pengurus untuk kelancaran produksi (W1, O2, O1).

S8. Meningkatkan edukasi dan promosi kepada masyarakat tentang keunggulan dan nilai batik warna alami (S1,S3,T1,T3).

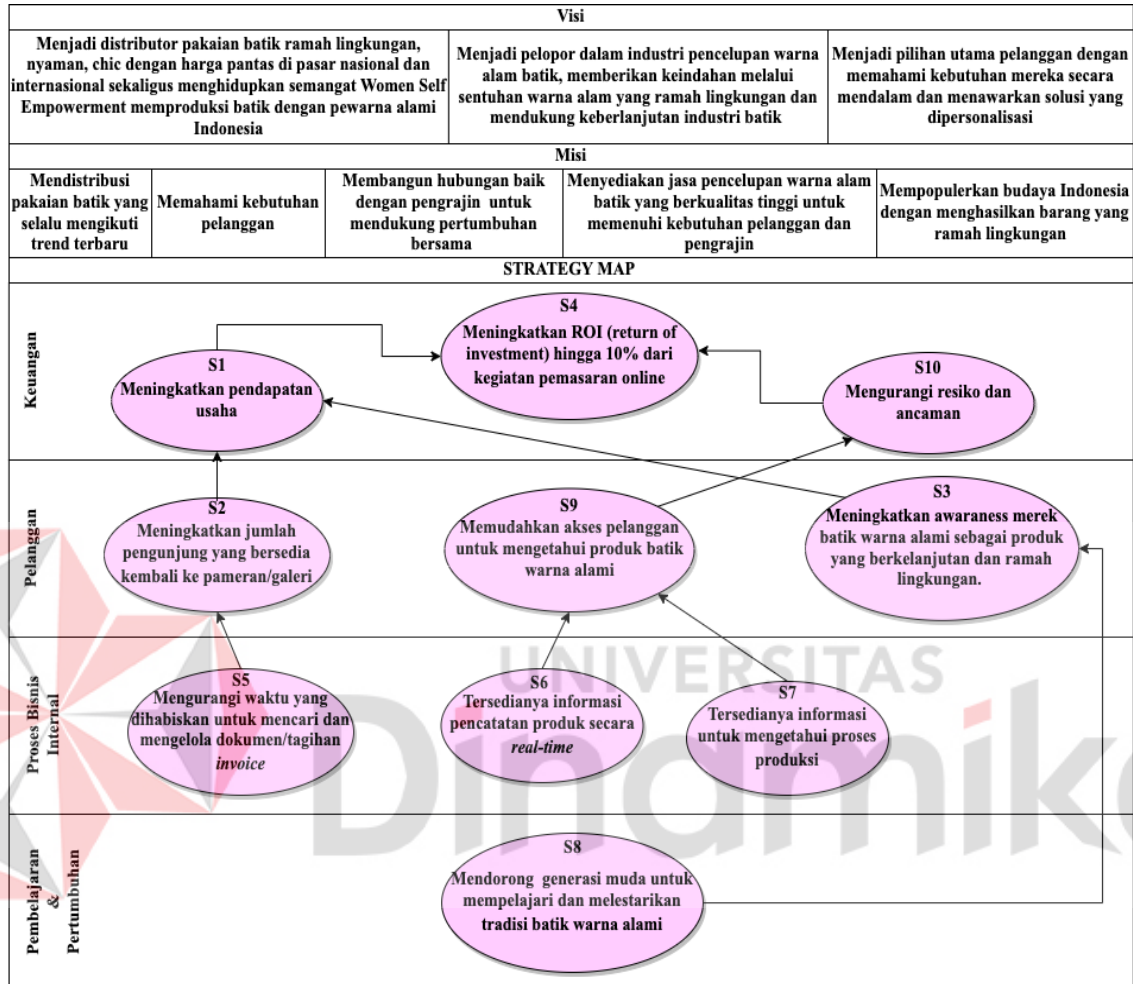
S9. Mempertahankan penjualan produk batik warna alami sebagai keunggulan kompetitif (S1,S2,T1,T2,T3).

S10. Bekerja sama dengan influencer dan menggunakan media sosial untuk menjangkau target pasar anak muda (W2,T3).

A. *Strategy Map Balanced Scorecard*

Setelah menentukan matriks SWOT dan menghasilkan strategi bisnis sehingga hasil dari strategi bisnis merupakan jawaban dari visi dan misi UMKM, selanjutnya akan dilakukan memetakan sasaran strategi UMKM menjadi 4 perspektif yaitu perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal, dan perspektif

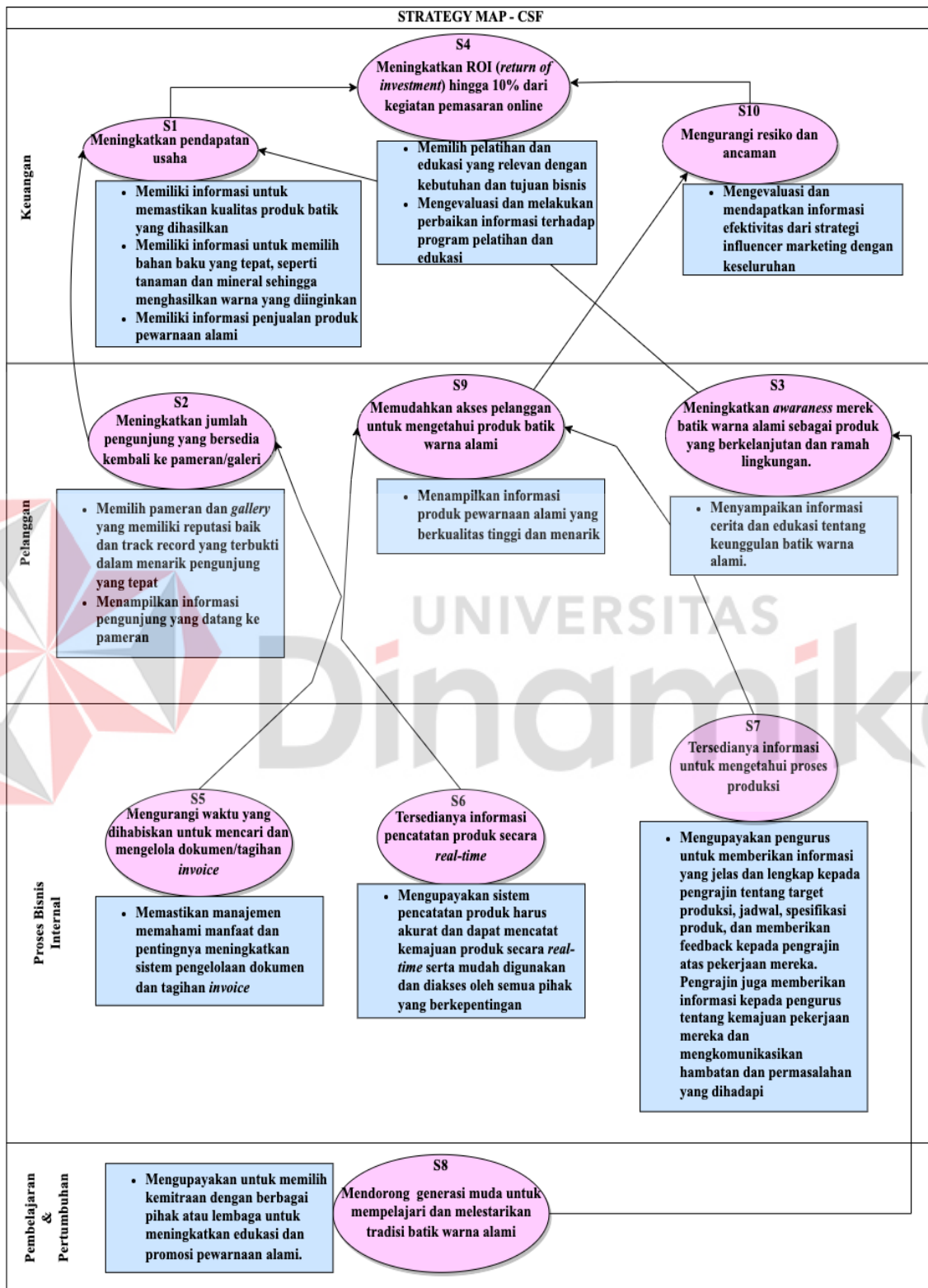
pembelajaran dan pertumbuhan. *Strategy map* selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 4.6.



Gambar 4. 6 *Strategy Map*

B. *Critical Success Factors*

Setelah menentukan sasaran strategi maka di lakukan analisis *Critical Success Factors*. Selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 4.7.



Gambar 4. 7 Strategy Map dengan CSF

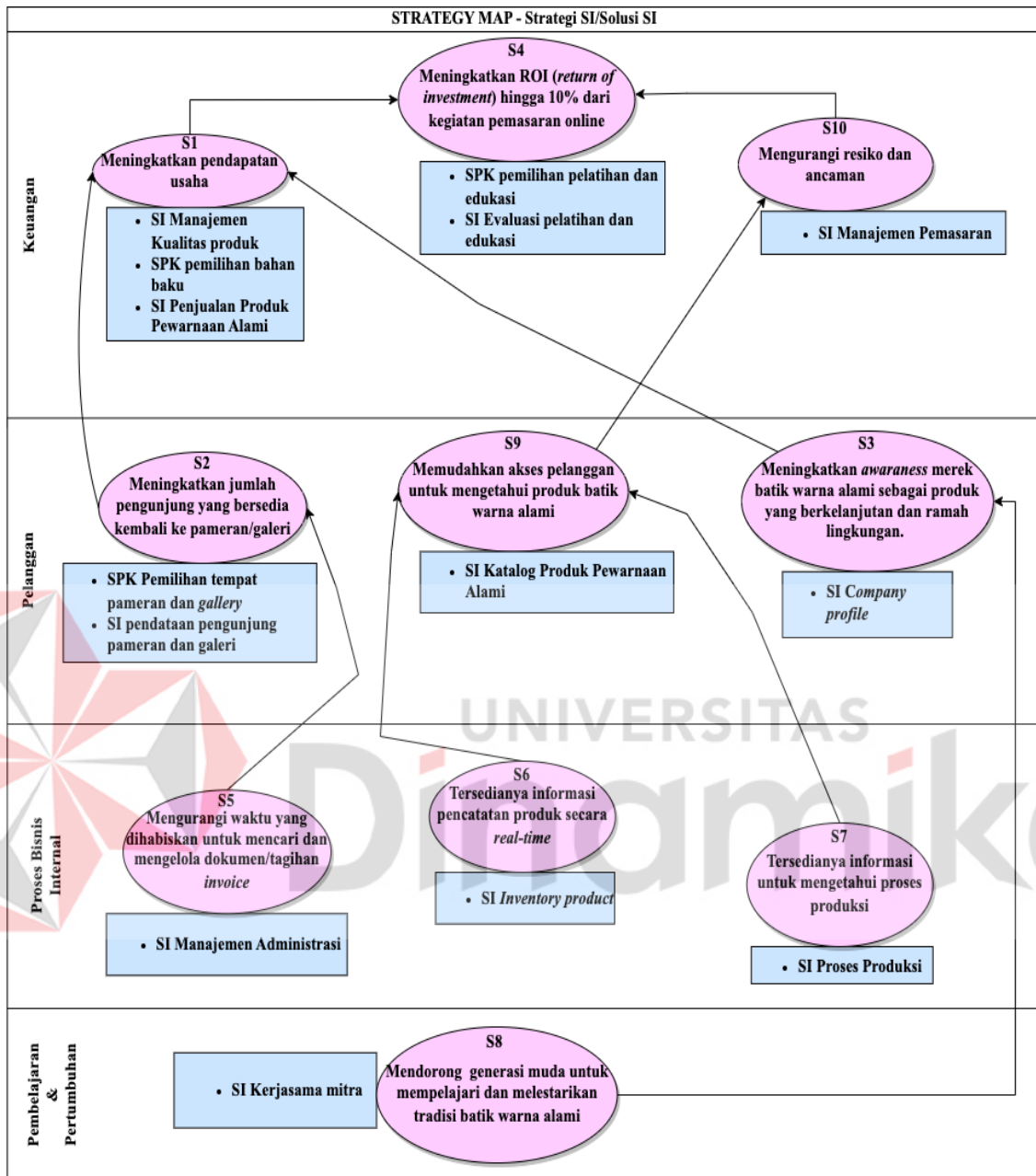
4.2.8 Proses Strategi SI/TI

A. Strategi SI Bisnis

Hasil Strategi SI Bisnis yang dihasilkan dari sasaran strategi berupa *strategy map* *BSC* dan *CSF* gunanya untuk menentukan prioritas SI/TI yang perlu dicapai untuk mendukung strategi organisasi sehingga hasilnya nanti akan dihasilkan Strategi SI atau solusi SI, Selengkapnya hasil dapat dilihat pada Gambar 4.8.



UNIVERSITAS
Dinamika



Gambar 4. 8 *Strategy Map* dengan Strategi SI

Penjelasan fitur dalam Strategi SI/Solusi SI selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.10

Tabel 4. 10 Fitur Strategi SI

Strategi SI	Fitur
SI Manajemen Kualitas Produk	1. Mengumpulkan data dan menyimpan tentang hasil pemeriksaan kualitas produk
SPK Pemilihan bahan baku	1. Dapat menentukan kriteria untuk memilih bahan baku yang tepat 2. Dapat menilai bahan baku berdasarkan kriterianya 3. Menyediakan laporan dalam melacak keputusan
SI Penjualan produk pewarnaan alami	1. Mengelola dan meningkatkan penjualan produk 2. Terdiri dari manajemen penjualan yaitu proses penjualan
SPK Pemilihan pelatihan dan edukasi	1. Menentukan kriteria pelatihan dan edukasi yang sesuai kebutuhan 2. Menilai dan membandingkan berbagai program pelatihan dan edukasi berdasarkan kriteria yang ditentukan
SI Evaluasi pelatihan dan edukasi	1. Mengumpulkan umpan balik dari peserta pelatihan dan edukasi 2. Menganalisis umpan balik untuk mengukur efektivitas program pelatihan dan edukasi
SI Manajemen Pemasaran	1. Mengelola data dan informasi terkait pemasaran 2. Merencanakan dan mengeksekusi strategi pemasaran
SPK Pemilihan tempat pameran dan <i>gallery</i>	1. Menentukan kriteria pemilihan tempat pameran dan <i>gallery</i> yang sesuai kebutuhan 2. Menilai dan membandingkan berbagai tempat pameran dan <i>gallery</i> berdasarkan kriteria
SI Pendataan pengunjung pameran dan <i>gallery</i>	1. Mendaftarkan dan mendata pengunjung pameran dan <i>gallery</i> 2. Menganalisis data pengunjung untuk mendapatkan insights tentang target pasar
SI Katalog produk pewarnaan alami	1. Menyediakan informasi tentang produk pewarnaan alami 2. Menampilkan gambar dan video produk pewarnaan alami 3. Membantu pelanggan dalam memilih produk pewarnaan alami yang tepat
SI <i>Company Profile</i>	1. Menyajikan informasi tentang UMKM, seperti sejarah, visi, misi dan struktur organisasi
SI Manajemen Administrasi	1. Mengelola data dan informasi terkait administrasi 2. Mengotomatisasi tugas-tugas administrasi
SI <i>Inventory Product</i>	1. Melacak dan memantau stok produk
SI Proses Produksi	1. Memantau dan mengendalikan proses produksi
SI Kerjasama Mitra	1. Mengelola data dan informasi terkait mitra 2. Memantau dan mengevaluasi kinerja mitra

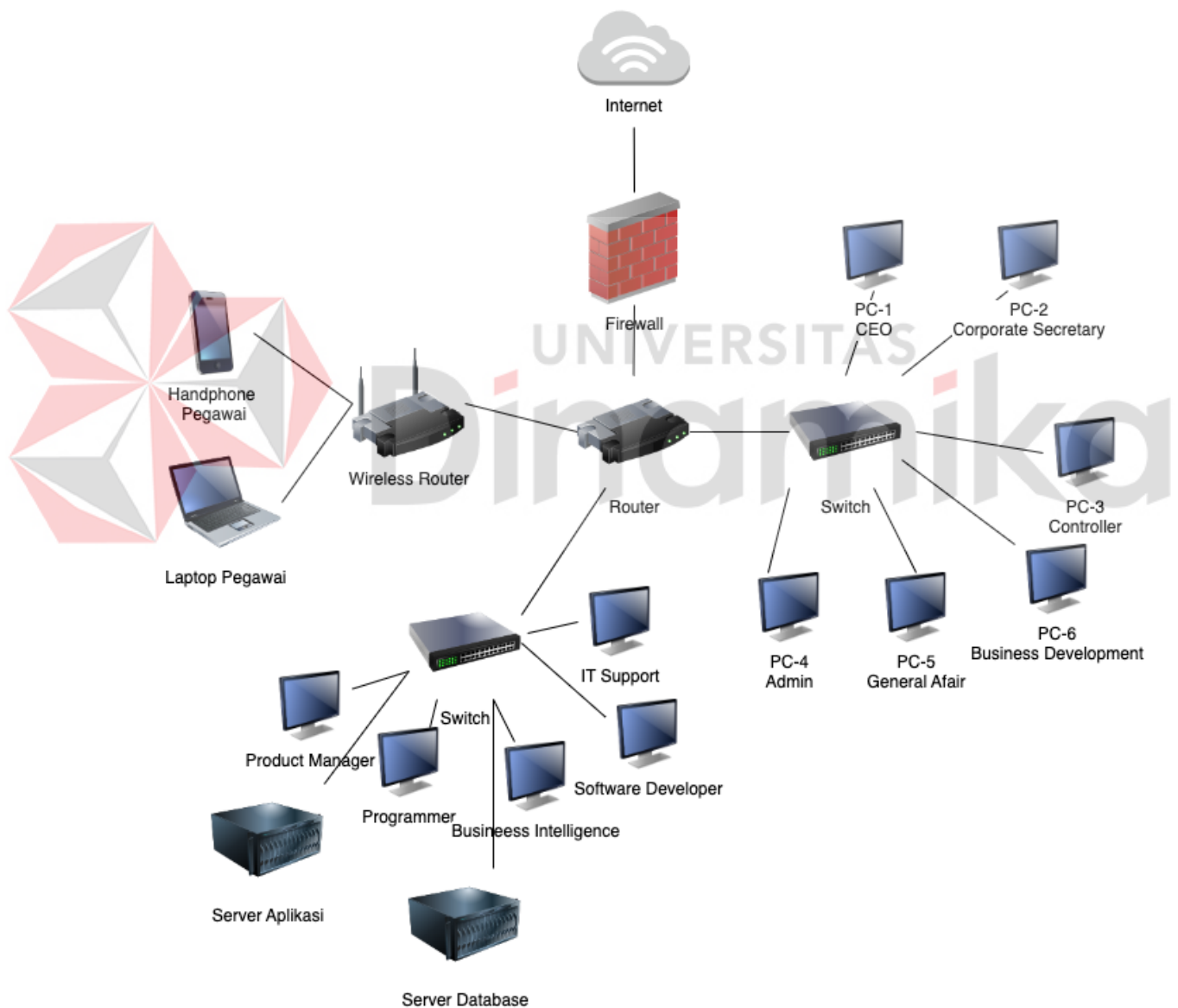
B. Strategi TI

Dari Strategi SI yang sudah disebutkan diatas, berikut ini adalah usulan strategi TI

untuk mendukung usulan strategi SI. Dalam perencanaan strategi teknologi informasi, dibuatlah usulan berupa beberapa aspek teknologi seperti usulan arsitektur jaringan, *hardware* yang digunakan dan *database* sebagai sarana penyimpanan segala data UMKM.

a. Arsitektur Jaringan

Untuk usulan arsitektur jaringan selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 4.9.



Gambar 4. 9 Usulan Arsitektur Jaringan Lembah Manah Batik

2. Platform

Pada Tabel 4.11 dan Tabel 4.12 dilakukan mapping untuk mengetahui mana saja yang berkaitan dengan strategi SI, kebutuhan *hardware*, dan *platform* teknologi yang akan digunakan.

Tabel 4. 11 Strategi SI, Kebutuhan *Hardware* dan *Platform*

Strategi SI	Kebutuhan <i>Hardware</i>	<i>Platform</i>
1. SI Manajemen Kualitas Produk 2. SI <i>Inventory Product</i> 3. SI Proses Produksi	2 <i>Personal Computer</i> (PC)	Berbasis Web
1. SPK Pemilihan Bahan Baku	1 <i>Personal Computer</i> (PC)	Berbasis Web
1. SI Pendataan Pengunjung Pameran dan <i>Gallery</i> 2. SI Manajemen Administrasi	1 <i>Personal Computer</i> (PC)	Berbasis Web
1. SPK Pemilihan Pelatihan dan Edukasi 2. SI Evaluasi Pelatihan dan Edukasi 3. SI Manajemen Pemasaran 4. SPK Pemilihan Tempat Pameran dan <i>Gallery</i> 5. SI Kerjasama Mitra 6. SI Penjualan Produk Pewarnaan Alami	2 <i>Personal Computer</i> (PC)	Berbasis Web
1. SI Katalog Produk Pewarnaan Alami 2. SI <i>Company Profile</i>	1 <i>Personal Computer</i> (PC)	Berbasis Web

Tabel 4. 12 Kebutuhan *Hardware*

Kebutuhan <i>Hardware</i>	Jumlah	
Server	Aplikasi dan Database	2
Router	-	1
<i>Wireless Router</i>	-	1
<i>Switch</i>	-	1
<i>Firewall</i>	-	1
Internet	-	1
Laptop	-	1
Handphone	-	1

3. Database

Database digunakan untuk penyimpanan data yang digunakan secara terpusat dan mudah diakses. Untuk mendukung proses bisnis di Lembah Manah Batik maka menggunakan MYSQL berbasis *open source*. MYSQL mudah digunakan karena

memiliki antarmuka yang intuitif, serta dapat berjalan dengan stabil pada berbagai sistem operasi. Memiliki beberapa lapisan keamanan dan memiliki kompatibel dengan berbagai bahasa pemrograman populer, seperti PHP, Java, Python, dan C++

C. Strategi Manajemen SI/TI

Dari Strategi TI yang sudah disusun, di strategi manajemen SI/TI untuk memastikan TI dapat digunakan secara optimal untuk mendukung strategi bisnis maka di butuhkan divisi IT dengan struktur organisasi pengembangan IT (*IT Development*) yang selengkapny dapat dilihat pada Gambar 4.10.



Gambar 4. 10 Usulan Struktur Organisasi IT

Berikut penjelasan tugas, pokok dan fungsi dari bagian TI :

- a. *IT Development*: Tim IT Development bertanggung jawab untuk merencanakan, merancang, dan memelihara sistem perangkat lunak dan aplikasi. Mereka melakukan analisis kebutuhan pengguna dan sistem, memilih teknologi dan framework yang tepat, menulis kode program, dan melakukan pengujian untuk memastikan kualitas perangkat lunak. Tim ini juga bekerja sama dengan tim lain, seperti desainer dan QA, untuk memastikan keberhasilan proyek pengembangan.
- b. *IT Support*: Tim IT Support membantu pengguna komputer dan perangkat jaringan dalam menyelesaikan masalah teknis. Mereka melakukan diagnosa, instalasi, konfigurasi, dan troubleshooting untuk memastikan kelancaran kerja pengguna. Tim ini juga melakukan perawatan preventif dan menjaga keamanan jaringan dan sistem TI perusahaan.
- c. *Programmer*: Programmer bertanggung jawab untuk menulis kode program untuk aplikasi komputer dan perangkat lunak. Mereka menerjemahkan kebutuhan pengguna dan spesifikasi teknis menjadi kode yang dapat dipahami oleh komputer. Programmer juga melakukan pengujian dan debugging kode untuk memastikan fungsinya dengan benar.

- d. *Business Intelligence*: Tim Business Intelligence berfokus pada pengumpulan, analisis, dan interpretasi data untuk memberikan wawasan bisnis yang berharga. Mereka mengembangkan metrik dan dashboard untuk memantau kinerja bisnis, teknik statistik dan pemodelan data untuk mengidentifikasi tren dan peluang, dan membantu bisnis membuat keputusan yang lebih baik berdasarkan data.
- e. *Software Developer*: Software Developer merupakan istilah yang lebih umum untuk programmer. Mereka memiliki keahlian dalam berbagai bahasa pemrograman, framework, dan metodologi pengembangan perangkat lunak. Software Developer terlibat dalam seluruh siklus pengembangan perangkat lunak, mulai dari analisis, desain, pengembangan, pengujian, hingga penerapan dan pemeliharaan.
- f. *Product Manager*: Product Manager bertanggung jawab atas keseluruhan siklus hidup produk, mulai dari ide hingga peluncuran dan pemeliharaan. Mereka melakukan riset pasar, mendefinisikan visi dan roadmap produk, dan bekerja sama dengan tim lintas fungsi untuk memastikan keberhasilan produk. Product Manager juga melacak metrik produk dan membuat keputusan berdasarkan data untuk meningkatkan kinerjanya.

4.2.9 Future Application Portofolio

Dari hasil analisis yang telah dilakukan maka usulan portofolio dengan metode

McFarlan *Strategic Grid* selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.13

Tabel 4. 13 *Future* Portofolio Aplikasi McFarlan

<i>Support</i>		<i>Strategic</i>	
1.	SPK Pemilihan Pelatihan dan Edukasi	1.	SI Manajemen Pemasaran
2.	SI Evaluasi Pelatihan dan Edukasi	2.	SI Manajemen Kualitas Produk
3.	SI Kerjasama Mitra	3.	SI Manajemen Administrasi
<i>Key Operational</i>		<i>High Potential</i>	
1.	SPK Pemilihan Bahan Baku	1.	SI Penjualan Produk Pewarnaan Alami
2.	SI <i>Inventory Product</i>	2.	SPK Pemilihan Tempat Pameran dan <i>Gallery</i>
3.	SI Proses Produksi	3.	SI Pendataan Pengunjung Pameran dan <i>Gallery</i>
		4.	SI Katalog Produk Pewarnaan Alami
		5.	SI Company Profile

Pemilihan portofolio aplikasi kategori McFarlan *Strategic Grid* didasarkan pada penjelasan berikut:

1. *Support*

Aplikasi yang mendukung dan membantu dalam menjalankan operasi organisasi. SPK Pemilihan Pelatihan dan Edukasi bertujuan membantu UMKM untuk memilih program pelatihan dan edukasi yang tepat bagi karyawannya, SI Evaluasi Pelatihan dan Edukasi bertujuan membantu UMKM untuk mengevaluasi efektivitas program pelatihan dan edukasi, dan SI Kerjasama Mitra bertujuan membantu UMKM untuk mengelola hubungan dengan mitranya secara efektif.

2. *Strategic*

Aplikasi yang memberikan keunggulan kompetitif bagi organisasi dan menjadi prioritas utama. SI Manajemen Kualitas Produk bertujuan meningkatkan kualitas produk merupakan faktor kunci untuk bersaing di pasar dan memastikan kualitas produknya secara konsisten dan meningkatkan daya saing. SI Manajemen Pemasaran bertujuan membantu UMKM untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan meningkatkan penjualan. SI Manajemen Administrasi bertujuan membantu UMKM untuk meningkatkan efisien dan efektivitas proses administrasi, sehingga organisasi dapat fokus pada kegiatan yang lebih strategis.

3. *Key Operational*

Aplikasi yang penting untuk operasi organisasi sehari-hari. SPK Pemilihan Bahan Baku bertujuan membantu perusahaan untuk memilih bahan baku yang tepat dengan kualitas terbaik dan harga yang kompetitif. SI *Inventory Product* bertujuan membantu UMKM untuk mengelola persediaan produk secara efisien dan efektif. SI Proses Produksi bertujuan membantu UMKM untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam proses produksi.

4. *High Potential*

Aplikasi yang memiliki potensi untuk menjadi aplikasi *strategic* di masa depan. SI Penjualan produk pewarnaan alami membantu UMKM untuk menjual produk pewarnaan alaminya secara *online* dan *offline*. SPK Pemilihan tempat pameran dan gallery bertujuan membantu UMKM untuk memilih tempat pameran dan

gallery yang tepat dalam menjangkau pelanggan potensial. SI Pendataan pengunjung pameran dan gallery bertujuan membantu UMKM untuk menganalisis data pengunjung pameran dan gallery untuk meningkatkan strategi pemasarannya. SI Katalog produk pewarnaan alami membantu UMKM untuk mempresentasikan produk pewarnaan alaminya secara *online* dan *offline*. SI *Company Profile* membantu UMKM untuk mempresentasikan profil perusahaannya kepada pelanggan dan mitra



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah menyelesaikan penulisan laporan Tugas Akhir, terdapat beberapa kesimpulan yang diambil dari penelitian perencanaan strategi sistem dan teknologi informasi pada Lembah Manah Batik adalah:

1. Perencanaan strategis sistem dan teknologi informasi di Lembah Manah Batik menghasilkan 10 strategi bisnis, 10 sasaran strategi, 14 CSF, 14 strategi SI bisnis, 3 usulan strategi TI, dan 1 usulan strategi manajemen SI/TI. Strategi bisnis dirumuskan berdasarkan analisis SWOT, sedangkan sasaran strategi berdasarkan *strategy map BSC*. Lalu dari hasil matriks SWOT dihasilkan strategi bisnis dan dari strategi bisnis menjawab 5 misi UMKM. Maka, menghasilkan sasaran strategi, CSF dan Proses Strategi SI/TI hingga portofolio aplikasi. Hasilnya, strategi tersebut saling berkaitan dan mendukung satu sama lain.
2. Dari strategi yang sudah disebutkan diatas menghasilkan 14 aplikasi dikategorikan sebagai 3 *Strategic*, 3 *Support*, 3 *Key Operational* dan 5 *High Potential*.

5.2 Saran

Penelitian perencanaan strategis sistem dan teknologi informasi di Lembah Manah Batik dapat ditingkatkan dengan beberapa saran sebagai berikut:

1. Perlu melakukan analisis lebih lanjut terhadap 14 solusi STI yang telah dikategorikan. Analisis ini dapat dilakukan untuk menentukan prioritas implementasi solusi-solusi tersebut.
2. Perlu melakukan evaluasi terhadap beberapa strategi tersebut secara berkala. Evaluasi ini penting untuk memastikan bahwa beberapa strategi tersebut masih relevan dan sesuai dengan perkembangan lingkungan bisnis

DAFTAR PUSTAKA

- Dasuki, R. E. (2021). Manajemen Strategi: Kajian Teori Resource Based View. *Coopetion: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), 447–453.
- Fauzi, & Jumhuri. (2021). Analisis PEST Terhadap Hambatan dan Peluang Investasi Asing di Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh. *Majalah Ilmiah Universitas Almuslim*, 13(1), 12–19.
- Gartner.Inc.(2023). *Top 10 Strategic Technology Trends for 2023*. Stamford, CT: Gartner,Inc.
- Gultom, M. R., & Lumbanraja, P. (2022). Analisis Strategi Pada UMKM Sepatu Kotama Dengan Porter's Five Forces. *Journal of Business Administration (JBA): Entrepreneurship and Creative Industry*, 1(1), 1–10.
- Hanuma, S., & Kiswara, E. (2011). *Analisis Balance Scorecard Sebagai Alat Pengukur Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada PT Astra Honda Motor)*.
- Kurniasih, S., & Bhiswara, B. (2022). Penerapan Metode Ward & Peppard Dalam Rencana Strategi SI/TI di PT. Visi Karya Prakarsa. *Jurnal Nuansa Informatika*, 16(1), 1–9.
- Kurniawan, D. A., & Abidin, M. Z. (2019). Strategi Pengembangan Wisata Kampoeng Durian Desa Ngrogung Kecamatan Ngebel Ponorogo melalui Analisis Matrik IFAS dan EFAS. *Al Tijarah*, 5(2), 93–103.
- Lihawa, A., Uloli, H., & Rasyid, A. (2021). Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Pada Komoditas Jagung. *Jambura Industrial Review*, 1(2), 94–103.
- Machmudi, M. A. (2019). Peran Teknologi Informasi dalam Usaha Meraih Kesempatan Masa Depan Organisasi. *Jurnal TRANSFORMASI*, 15(1), 87–95.
- Irmayani, I., Nugroho, E., & Lazuardi, L. (2016). Pentingnya Renstra SI/TI sebagai Acuan Pengembangan SI/TI (Studi Kasus: Rumah Sakit Grand MEDISTRA Lubuk Pakam). *Journal of Information Systems for Public Health*, 1(2), 1-8.
- Mukhlisin, A., & Pasaribu, M. H. (2020). Analisis SWOT Dalam Membuat Keputusan dan Mengambil Kebijakan Yang Tepat. *Journal Research and Education Studies*, 1(1), 33–43

- Muzhaffar, A., & Nurmiati, E. (2022). Perencanaan Strategis Sistem Informasi pada Sekolah Vocational Al-Ma'mun. *Indonesian Journal of Information Technology and Computing*, 2(1), 19–28.
- Natalia, M., Partawijaya, Y., & Satwarnirat. (2017). Analisis Critical Success Factors Proyek Konstruksi di Kota Padang. *Fondasi*, 6(2), 90–99.
- Rabbani, M., Saptadi, S., & Sriyanto. (2017). Pengembangan Portofolio Aplikasi Pada CV Pudji Lestari Sentosa. *Industrial Engineering Online Journal*, 6(3), 1–11.
- Sanjaya, V. F., Shelawati, D., Ghata, L., & Berama. (2020). IFE EFE dan Grand Strategy Industry Kuliner. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 1(2), 159–170.
- Turban, E., Pollard, C., & Wood, G. (2019). *Information Technology for Management: On-Demand Strategies for Performance, Growth and Sustainability, 11th Edition*. John Wiley & Sons.
- Ward, J., & Peppard, J. (2002). *Strategic Planning for Information Systems*. John Wiley & Son Inc.



UNIVERSITAS
Dinamika