

Analisis perencanaan strategis sistem informasi studi kasus: Prasimax Technology

Lukman Rosyidi, Author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20462195&lokasi=lokal>

Abstrak

Karya akhir ini bertujuan membantu Prasimax Technology dalam mengembangkan bisnisnya. Perusahaan yang bergerak di bidang embedded system ini memiliki karakteristik target pasar berupa kalangan terdidik, technology minded dan familiar dengan internet. Namun sampai akhir tahun 2004, perusahaan ini masih belum dapat sepenuhnya memanfaatkan potensi pasar yang ada serta belum dapat menjalin hubungan yang erat dengan para pelanggannya. Perusahaan kemudian memutuskan untuk membangun jalur pemasaran dan layanan melalui media internet agar lebih tepat mengena ke target pasarnya. Namun demikian perusahaan belum memiliki suatu perencanaan strategis sistem informasi untuk mendukungnya, padahal resiko yang dihadapi dalam memasuki dunia bisnis via internet cukup tinggi. Oleh karena itu penelitian karya akhir ini memberikan hasil berupa rekomendasi rencana strategis sistem informasi untuk dapat diimplementasikan dalam rangka mendukung strategi bisnis perusahaan.

Penelitian dilakukan dengan studi literatur dan melakukan observasi ke perusahaan untuk mengamati langsung, mengambil data dan mendapatkan masukan sebanyakbanyaknya dari para pelaku usahanya untuk kemudian diolah dengan menggunakan metodologi-metodologi dalam ilmu manajemen. Metode yang dipakai dalam karya akhir ini adalah pemetaan strategi dengan strategy map dari Kaplan dan Norton, identifikasi internet business model dari Afuah, penentuan matriks portofolio bisnis internet dari Tjan's, perencanaan sistem informasi empat tahap dari Wetherbe, dan penentuan tolok ukur untuk evaluasi strategi berdasarkan strategy map Kaplan dan Norton.

Pemetaan strategi dilakukan dengan mendapatkan data strategi bisnis perusahaan untuk kemudian digambarkan secara menyeluruh dalam strategy map yang meliputi empat perspektif yaitu perspektif finansial, perspektif pelanggan, perspektif proses internal serta perspektif pertumbuhan dan pembelajaran. Dari strategy map terlihat bahwa target perusahaan untuk meningkatkan laba diharapkan tercapai melalui penambahan pelanggan baru lewat media internet dengan menonjolkan keunggulan perusahaan dalam hal layanan, ketersediaan barang dan jasa, serta reputasi yang baik. Hal di atas dicapai dengan cara memperkuat hubungan dengan supplier sehingga delivery ke pelanggan lebih cepat, melakukan inovasi layanan-layanan melalui media internet, menjalin hubungan erat dengan pelanggan, serta berperan aktif membangun komunitas embedded system di Indonesia. Untuk itu diperlukan adanya budaya perusahaan yang berfokus pada kepentingan pelanggan, SDM yang memiliki keahlian untuk menjalankan bisnis online, serta yang sangat penting adalah adanya sistem informasi yang menyediakan aplikasi-aplikasi bisnis online yang efektif untuk mempermudah pengadaan barang, pemasaran, penjualan dan manajemen pelanggan.

Penyelarasan sistem informasi kemudian dilakukan dengan mengidentifikasi infrastruktur dan aplikasi-aplikasi pendukung yang dibutuhkan. Aplikasi bisnis pendukung tersebut sangat tergantung pada internet business model yang diambil perusahaan. Dengan menganalisis kompetensi bisnis perusahaan selama ini, maka perusahaan memiliki lima alternatif internet business model yaitu online shopping, e-markeplace, content aggregator, online service provider dan content creator. Tidak semua internet business model cocok

diambil dan diimplementasikan karena mungkin ada yang belum sesuai dengan kondisi perusahaan sekarang. Dengan menggunakan matriks portofolio bisnis internet Tjan's maka didapatkan bahwa online shopping dan content agregator dapat diambil sebagai internet business model perusahaan sekarang, sedangkan untuk internet business model content creator dan online service provider perlu dilakukan penyesuaian dengan cara melakukan edukasi pasar terlebih dahulu.