

ANALISIS KESELARASAN STRATEGI BISNIS DENGAN PERENCANAAN STRATEGI SISTEM DAN TEKNOLOGI INFORMASI DENGAN MENGGUNAKAN METODE ANITA CASSIDY

Ganesh Rangga Saputra¹, Hanhan Hanafiah Solihin²

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi, Universitas Sangga Buana, Bandung, Indonesia

¹korespondensi: ganesrangga122@gmail.com

ABSTRACT

The existence of unpredictable situations such as the current pandemic, greatly affects the state of the economy and business in Indonesia, including retail, one of which is PT. Lotte Shopping Indonesia, which experienced a decline in market purchasing power. This is an important consideration for companies in managing their future business strategies, one way to survive in this situation is by implementing business digitization, namely planning system strategies and information technology that are in line with their business strategies. The objectives of this research are: 1) Identify the state and the company's business strategy. 2) Identify the application of the system and its information technology. 3) Provide a consideration or recommendation for the company in the development of systems and information technology in the future so as to improve business processes and competitive advantage for the company. In order to optimize the strategic planning of systems and information technology that is in line with business strategy, an analysis using the Anita Cassidy method is carried out which consists of 4 stages, namely visioning, analysis, direction and recommendation. Meanwhile, the data sources used are primary data, the data collected by using observation, interview and questionnaire techniques. The results of this analysis are the circumstances and the implementation of business strategies carried out by PT. Lotte Shopping Indonesia is already good, as evidenced by the IFAS 2.30 and EFAS 0.57, which indicate that the organization is in a fairly prime condition. Obtained 8 system requirements that become a recommendation in supporting business processes, 3 new systems that must be developed and 5 systems that need to be updated by PT. Lotte Shopping Indonesia. From the investment in the development of the system, a Return On Investment of 7.15% was obtained.

Keywords: Anita Cassidy's Method, Information Technology Strategy, System Planning, Information Technology Planning

ABSTRAK

Adanya situasi yang tidak dapat diprediksi seperti pandemi saat ini, sangat berpengaruh terhadap keadaan ekonomi dan bisnis di Indonesia tidak terkecuali retail salah satunya PT. Lotte Shopping Indonesia yang mengalami adanya penurunan daya beli pasar. Hal tersebut menjadi pertimbangan penting bagi perusahaan dalam mengelola strategi bisnisnya kedepan, salah satu cara untuk dapat bertahan disituasi ini adalah dengan penerapan digitalisasi bisnis, yaitu perencanaan strategi sistem dan teknologi informasi yang selaras dengan strategi bisnisnya. Tujuan dari penelitian ini yaitu: 1) Mengidentifikasi keadaan dan strategi bisnis perusahaan. 2) Mengidentifikasi penerapan sistem dan teknologi informasinya. 3) Memberikan sebuah pertimbangan atau rekomendasi bagi perusahaan dalam pengembangan sistem dan teknologi informasi kedepannya sehingga dapat meningkatkan proses bisnis dan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Untuk dapat mengoptimalkan perencanaan strategi sistem dan teknologi informasi yang selaras dengan strategi bisnis dilakukan suatu analisis dengan metode Anita Cassidy yang terdiri dari 4 tahapan yaitu *visioning*, *analysis*, *direction* dan *recommendation*. Sementara sumber data yang digunakan adalah data-data primer yang pengumpulan datanya diperoleh dengan teknik observasi, wawancara dan kuesioner. Hasil dari analisis ini adalah keadaan serta penerapan strategi bisnis yang dilakukan oleh PT. Lotte Shopping Indonesia sudah baik, dibuktikan dengan nilai IFAS 2,30 dan EFAS 0,57 yang menandakan bahwa organisasi dalam keadaan cukup prima. Diperoleh 8 kebutuhan sistem yang menjadi sebuah rekomendasi dalam mendukung proses bisnis, 3 sistem baru yang harus dikembangkan dan 5 sistem yang perlu diperbaharui oleh PT. Lotte Shopping Indonesia. Dari investasi pengembangan sistem tersebut diperoleh *Return On Investment* sebesar 7,15%.

Kata kunci: Metode Anita Cassidy, Strategi Teknologi Informasi, Perencanaan Sistem, Perencanaan Teknologi Informasi

PENDAHULUAN

Dengan adanya situasi luar biasa yang tidak bisa diprediksi seperti pandemi Covid-19 saat ini, sangat mempengaruhi terhadap keadaan ekonomi dan bisnis di Indonesia tidak terkecuali pada sektor bisnis *retail*, situasi ini mengakibatkan sulitnya memperoleh pasokan serta melemahnya daya beli pasar yang mempengaruhi pendapatan perusahaan. Sehingga menyebabkan banyak perusahaan yang mengalami kesulitan luar biasa dan diantaranya harus mengorbankan beberapa aspek untuk meminimalisir pengeluaran anggaran perusahaan. Hal ini yang menjadikan pertimbangan penting suatu perusahaan dalam mengelola strategi bisnisnya agar perusahaan tetap bertahan.

PT. Lotte Shopping Indonesia sejatinya mengalami adanya penurunan dalam daya beli pasar selama beberapa bulan di pertengahan tahun 2020, namun dengan situasi yang dihadapi sekarang PT. Lotte Shopping Indonesia berencana serta optimis untuk bertahan menghadapi situasi ini, dibutuhkan strategi yang matang dengan penerapan digitalisasi bisnis yang optimal dalam mendukung proses bisnis tetap berjalan [1]. Menanggapi hal itu, perusahaan menyadari masih belum optimal dalam penerapan sistem dan teknologinya, sehingga menjadikan bahan pertimbangan perusahaan dalam melakukan pengembangan strategi sistem dan teknologi informasi yang mendukung secara optimal proses bisnis kedepannya.

Salah satu komponen penting dalam keberhasilan suatu organisasi adalah

kebenaran dalam penerapan arah strategi sistem dan teknologi informasi, dari keberhasilan penerapan tersebut perusahaan telah mendapatkan keunggulan kompetitif dan telah secara efektif berinvestasi dalam inisiatif sistem dan teknologi informasi [2]. Oleh karena itu, pentingnya keselarasan antara strategi bisnis suatu organisasi dengan perencanaan strategi sistem dan teknologi informasi, sehingga apa yang direncanakan mendukung proses bisnis yang sesuai dengan visi dan misi suatu organisasi.

Dalam melakukan perencanaan strategi sistem dan teknologi informasi tersebut dibutuhkan suatu penerapan metodologi perencanaan strategi sistem informasi. Untuk penelitian ini sendiri metodologi yang digunakan adalah metode Anita Cassidy, pada metode Anita Cassidy terdapat empat tahapan dalam perencanaannya, yaitu *visioning, analysis, direction dan recommendation* [2].

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi

Strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang (*targeting and long-term goals*) dari suatu perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan (*achieve the goals and objectives*) [2].

Strategi Bisnis

Sekumpulan tindakan yang saling terhubung dengan maksud untuk mencapai suatu tujuan dengan jangka waktu tertentu dan kekuatan perusahaan untuk menghadapi para pesaing

merupakan pengertian dari strategi bisnis [3]. Bahwasanya dasar atau fondasi dari suatu proses perencanaan yang strategis adalah bagaimana tujuan bisnis dan ketentuan bisnis mendorong arah sistem informasi dan teknologi informasi yang selaras [2].

Perencanaan Strategi Sistem dan Teknologi Informasi

Perencanaan strategi sistem dan teknologi informasi adalah pemikiran mengenai sistem informasi organisasi dan integrasinya dengan keseluruhan perusahaan [2].

Rencana strategi sistem dan teknologi informasi adalah rencana yang sangat penting komponen untuk tata kelola yang efektif. Sebaliknya, rencana strategi sistem dan teknologi informasi yang baik akan termasuk proses yang didokumentasikan dengan jelas untuk teknologi informasi. Tata kelola sistem

dan teknologi informasi memberikan nilai bagi bisnis dan risiko tersebut dikelola dengan baik [2].

Keselarasan Strategi Bisnis dengan Strategi SI dan TI

Hubungan antara strategi bisnis dengan strategi sistem dan teknologi informasi adalah bagaimana strategi bisnis merumuskan suatu sasaran, arah, dan kebijakan bisnis organisasi karenanya strategi bisnis menjadi acuan bagi arah bisnis yang sedang berjalan [3] yang dikutip oleh [4].

Strategi teknologi informasi digunakan untuk mendefinisikan pemenuhan kebutuhan organisasi akan sistem dan informasi. Sedangkan strategi sistem informasi menentukan aplikasi-aplikasi sistem informasi yang dibutuhkan organisasi.



Gambar 1: Hubungan strategi bisnis dengan strategi sistem dan teknologi informasi [3].

Dari keselarasan antara strategi bisnis dengan strategi sistem dan teknologi informasi

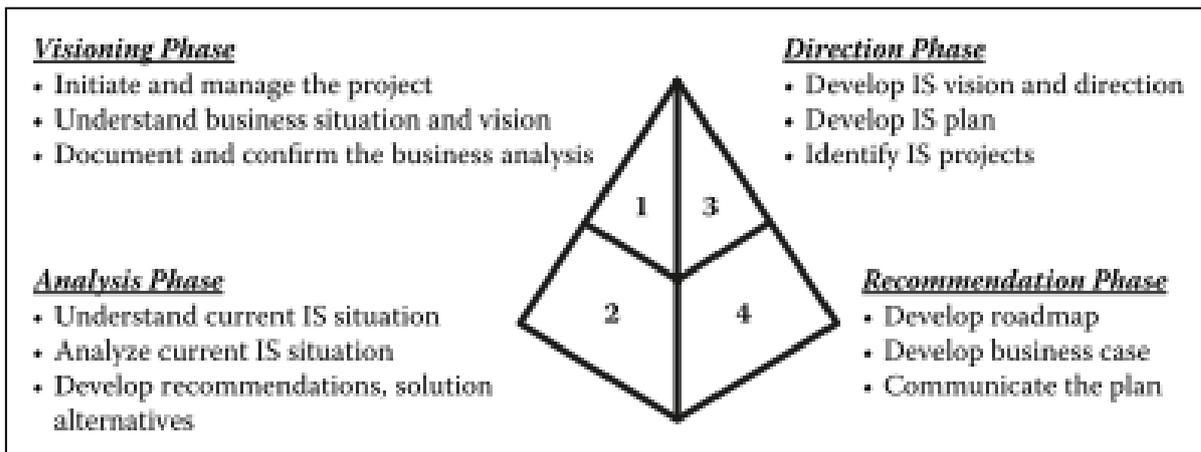
tersebut dapat berdampak besar pada kinerja perusahaan meningkatkan efisiensi dan

efektivitas, mengurangi biaya, dan meningkatkan posisi kompetitif.

Bahwasanya fondasi dari suatu proses perencanaan strategis adalah bagaimana arah bisnis dan persyaratan bisnis mendorong arah sistem informasi dan teknologi informasi yang sesuai [2].

Tahapan Metode Anita Cassidy

Untuk mendukung proses perencanaan strategi metode Anita Cassidy memiliki empat tahapan dalam penerapannya, diantaranya:



Gambar 2: Tahapan perencanaan strategi sistem dan teknologi informasi [2].

Visioning

Pada tahap ini, menjelaskan bahwa sangat penting untuk memahami, mengklarifikasi, dan mendokumentasikan arah bisnis suatu perusahaan baik secara internal maupun eksternal. Ini termasuk mendokumentasikan misi bisnis, visi bisnis, proses bisnis, nilai-nilai, tujuan, dan prioritas bisnis [2].

Analysis

Pada tahap kedua yaitu tahap analisis, bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana sistem dan teknologi informasi yang telah berjalan, pandangan yang objektif terkait dengan kekuatan, kelemahan, peluang, organisasi dan ancaman tentang kondisi sistem dan teknologi saat ini terkait aplikasi

bisnis, infrastruktur sistem dan teknologi informasi pada perusahaan [2].

Direction

Tahap *Direction* ini lebih kepada perumusan tujuan strategi yang diperlukan dalam mencapai tujuan organisasi. Dibentuknya tujuan dan sasaran sistem dan teknologi informasi didasari oleh visi, misi sistem dan teknologi informasi serta pemahaman mengenai kondisi atau strategi bisnis suatu organisasi [2].

Recommendation

Pada tahap ini menghasilkan rekomendasi mengenai perencanaan pengembangan sistem dan teknologi informasi kedepan yang

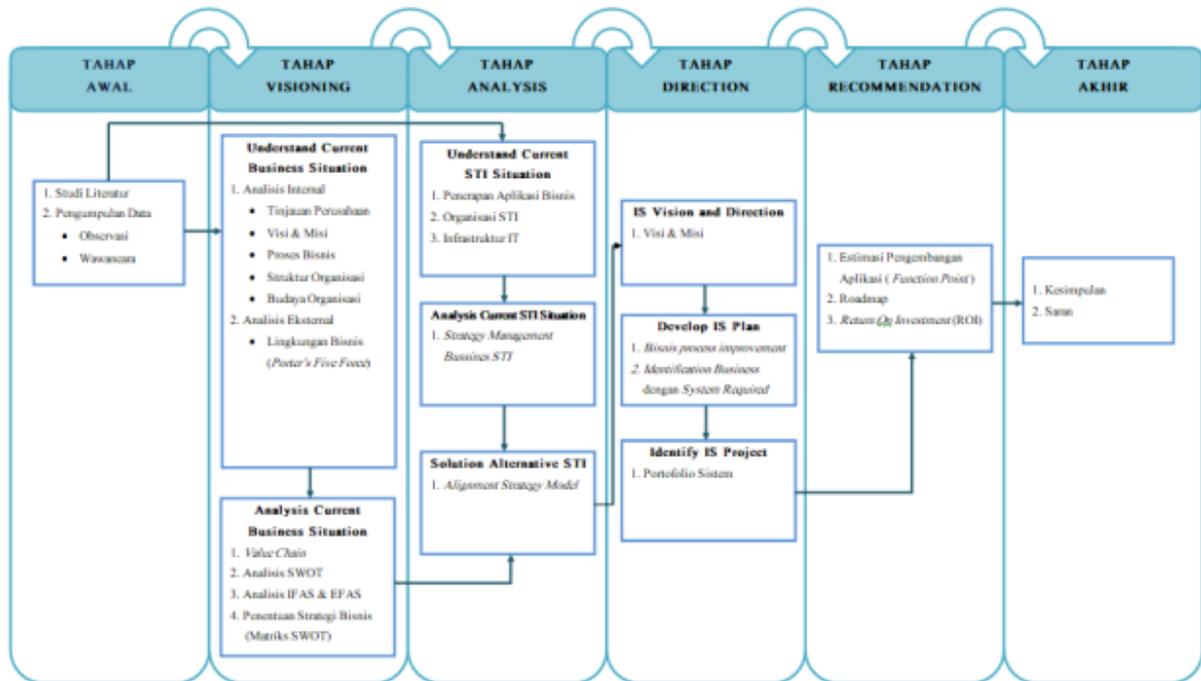
mencakup waktu pengembangan, rincian biaya, dan sumber daya yang dibutuhkan [2].

METODE PENELITIAN

Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian ini diterapkan sebagai gambaran dari proses atau tahapan penelitian yang dilakukan, dimana dalam penelitian ini

proses penelitiannya dimulai pada tahap awal yaitu pengumpulan data, tahap *visioning*, tahap, *analysis*, tahap *direction*, tahap *recommendation* hingga tahap akhir yaitu kesimpulan dan saran. Berikut merupakan gambar kerangka penelitian yang diterapkan pada penelitian ini:



Gambar 3: Kerangka Penelitian

Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer, data primer yang mana data primer merupakan data yang didapat dari sumber aslinya. Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperoleh dari beberapa karyawan Lotte Grosir Bandung. Dalam pengumpulan data menggunakan 3 metode, yaitu :

1. Observasi, untuk mendapatkan data primer dengan mengamati objek penelitian.

2. Wawancara, dengan melakukan tanya jawab secara langsung untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dari objek penelitian.

3. Kuesioner, memberikan sebuah pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Visioning

Seperti pada pembahasan sebelumnya bahwa pada tahap *Visioing* ini bertujuan untuk memahami, mengklarifikasi, dan

mendokumentasikan arah bisnis suatu perusahaan baik secara internal maupun eksternal [2].

Understand Current Business Situation

Internal

Tahap ini dilakukan untuk memahami dan memamparkan bagaimana keadaan atau situasi internal yang dihadapi oleh perusahaan [2].

Visi dan Misi

Visi dan Misi dari PT. Lotte Shopping Indonesia adalah sebagai berikut:

- Visi:

Menjadi perusahaan yang berkembang dengan cepat dan dikagumi melalui penyediaan produk terpercaya yang membawa kebahagiaan dan menciptakan nilai baru untuk mendapatkan konsumen.

- Misi:

1. Distributor produk dengan harga terjangkau, kualitas dan varietas untuk pelanggan profesional, keuntungan dan kesempurnaan kesempatan yang berkembang.
2. Meningkatkan kehidupan masyarakat dengan menyediakan produk dan layanan unggulan yang dicintai dan dipercaya pelanggan kami.

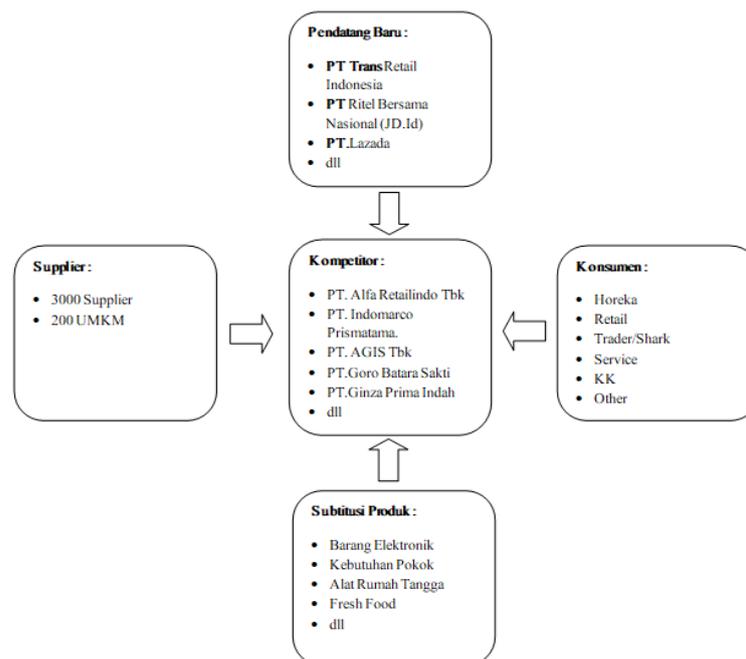
Understand Current Business Situation

External

Tahap ini dilakukan untuk memahami dan memamparkan bagaimana keadaan atau situasi bisnis eksternal yang dihadapi oleh perusahaan [2].

Lingkungan Bisnis Eksternal

Untuk mengetahui keadaan lingkungan bisnis eksternal perusahaan maka dilakukan dengan menerapkan *Five Forces model*, yang dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 4: Lingkungan bisnis eksternal PT. Lotte Shopping Indonesia

Dalam bisnisnya PT. Lotte Shopping Indonesia sendiri memiliki pesaing yang sudah cukup lama diantaranya PT. Indomarco Prismatama, PT. AGIS Tbk, PT.Goro Batara Sakti.

Sejalan dengan berkembangnya zaman dan teknologi, bisnis pada *retail* pun ikut berkembang dibuktikan dengan munculnya pesaing baru yaitu *E-commerce* yang salah satunya seperti PT. Ritel Bersama Nasional (JD.Id) dimana dengan inovasi bisnis yang didukung dengan penerapan teknologi, sehingga mempengaruhi proses kegiatan jual beli semakin efektif dan efisien.

PT. Lotte Shopping Indonesia sendiri memiliki sekitar 3000 pemasok dengan 200 merupakan Usaha Kecil dan Menengah

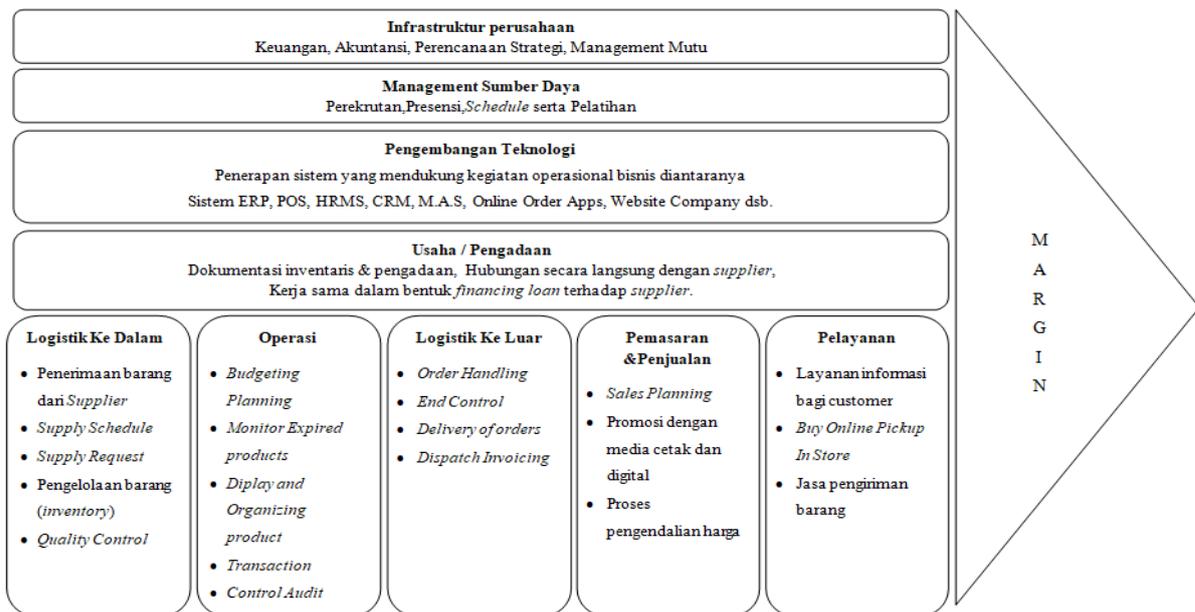
(UKM), hal ini merupakan langkah PT. Lotte Shopping Indonesia untuk mengamankan pasokan barang, sehingga kebutuhan dan permintaan barang selalu terpenuhi.

Analysis Current Business Situation

Pada tahap ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana situasi bisnis yang diterapkan oleh perusahaan [2].

Value Chain

Analisis *Value chain* digunakan untuk mengetahui aktivitas yang ada pada lingkungan bisnis perusahaan, serta mengetahui keterkaitan antar proses bisnis. Berikut adalah gambaran *value chain* pada PT. Lotte Shopping Indonesia:



Gambar 5: Value Chain pada lingkungan bisnis PT. Lotte Shopping Indonesia

Dengan banyaknya pemasok yang dimiliki PT. Lotte Shopping Indonesia melakukan program *early payment* yang bekerjasama dengan *Standard Chartered Bank Indonesia* (SCBI).

Analisis SWOT

Hal-hal yang dianalisis dari SWOT terdiri dari faktor-faktor kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman yang dihadapi

perusahaan sehingga dapat ditentukan kondisi perusahaan terkini dibanding dengan kondisi pasar.

Berikut merupakan analisis SWOT dalam segi proses bisnis yang diperoleh dari hasil wawancara serta observasi yang dilakukan pada PT. Lotte Shopping Indonesia:

Tabel 1: Analisis SWOT

Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki beberapa produk dengan merek sendiri. 2. Memiliki banyak pemasok sehingga dipastikan kebutuhan pengadaan barang tersedia. 3. Menjual secara Grosir dan Eceran. 4. Harga yang kompetitif. 5. Penerapan <i>Payment Gateway</i>. 6. Memiliki <i>Brand Image</i> yang cukup kuat di masyarakat. 7. Menerapkan <i>Buy Online Pickup In Store</i>. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses monitoring kurang efektif dengan sistem pengawasan dan keamanan belum optimal. 2. Proses pengecekan barang keluar masih manual sehingga memungkinkan kesalahan cek. 3. Pengelolaan aplikasi online order yang belum maksimal dan keterbatasan armada pengiriman barang.
Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Perkembangan TI (Teknologi Informasi). 2. Letak toko mudah diakses. 3. Kebijakan a danya aturan kerjasama antara pemasok. 4. Meningkatnya jumlah pengguna online order konsumen akibat pembatasan. 5. Meningkatnya jumlah permintaan pengiriman barang. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya jumlah dan intensitas persaingan usaha baru seperti mini market dan <i>E-commerce</i>. 2. Kompetitor yang gemar melakukan promosi. 3. Persaingan pricing barang yang dilakukan oleh kompetitor. 4. Ketidak stabilan situasi ekonomi baik dalam dan luar negeri.

Analisis IFAS dan EFAS

Model analisis yang bertujuan untuk mengetahui situasi yang sedang dihadapi oleh perusahaan dan kemudian melakukan perumusan strategi dengan meringkas dan

mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam fungsional bisnis perusahaan untuk dijadikan acuan. Berikut merupakan hasil analisis IFAS dan EFAS dari PT. Lotte Shopping Indonesia:

Tabel 2: Analisis Nilai Matrik IFAS

ANALISIS FAKTOR INTERNAL				
No	Faktor Strength	Bobot	Rating	Skor
1	Memiliki beberapa produk dengan merek sendiri.	0,13	3,1	0,40
2	Memiliki banyak pemasok sehingga dipastikan kebutuhan pengadaan barang tersedia.	0,13	3	0,39
3	Menjual secara Grosir dan Eceran.	0,07	3,5	0,25
4	Harga yang kompetitif.	0,09	3,6	0,33
5	Payment Gateway.	0,08	3,2	0,25
6	Memiliki Brand Image yang cukup kuat di masyarakat	0,10	3,5	0,33
7	Menerapkan <i>Buy Online Pickup In Store</i>	0,21	3,4	0,71
Total			23,3	2,66
No	Faktor Weakness	Bobot	Rating	Skor
1	Proses monitoring kurang efektif dengan sistem pengawasan dan keamanan belum optimal.	0,06	1,5	0,09
2	Proses pengecekan barang keluar masih manual sehingga memungkinkan kesalahan cek.	0,05	2	0,11
3	Pengelolaan aplikasi online order yang belum maksimal dan keterbatasan armada pengiriman barang.	0,08	2	0,17
Total		1,00	5,5	0,36
Nilai IFAS			2,30	

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa analisis pada PT. Lotte Shopping Indonesia memiliki nilai IFAS sebesar 2.30 yang hasil tersebut diperoleh dari (total *Strength* – total

Weakness) dimana hasil yang diperoleh bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa internal perusahaan berada di kondisi yang baik.

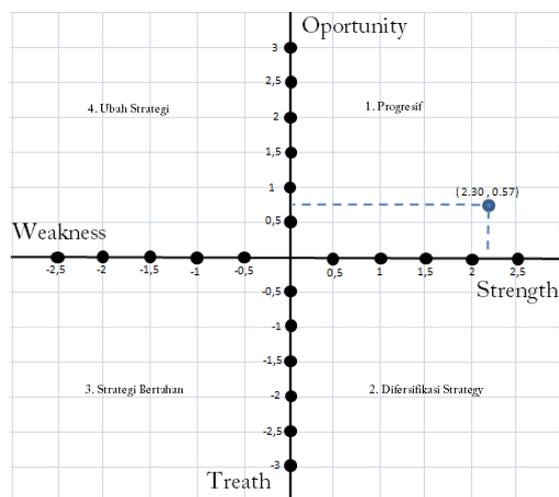
Tabel 3: Analisis Nilai Matrik EFAS

ANALISIS FAKTOR EKSTERNAL				
No	Faktor Opportunity	Bobot	Rating	Skor
1	Perkembangan TI (Teknologi Informasi)	0,13	3	0,40
2	Letak toko mudah di akses.	0,08	3	0,23
3	Kebijakan adanya aturan kerjasama antara pemasok.	0,19	2,4	0,47
4	Meningkatnya jumlah pengguna online order konsumen akibat pembatasan.	0,06	2,5	0,16
5	Meningkatnya jumlah permintaan pengiriman barang.	0,14	3,2	0,43
Total			14,1	1,68
No	Faktor Treath	Bobot	Rating	Skor
1	Meningkatnya jumlah dan intensitas persaingan usaha baru seperti mini market dan E-commerce.	0,14	2,8	0,40
2	Kompetitor yang gemar melakukan promosi.	0,10	3	0,31
3	Persaingan Pricing barang yang di lakukan oleh kompetitor	0,08	2,6	0,20
4	Ketidak stabilan situasi ekonomi baik dalam dan luar negeri.	0,07	2,7	0,20
Total		1,00	11,1	1,11
Nilai EFAS			0,57	

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa analisis pada PT. Lotte Shopping Indonesia memiliki nilai EFAS sebesar 0.57 yang hasil tersebut diperoleh dari (total *Opportunity* – total *Treath*) dimana hasil yang diperoleh bernilai positif sehingga menunjukkan kondisi

perusahaan terhadap eksternal perusahaan pun cukup baik.

Hasil dari tabel IV.2 dan IV.3 digabungkan kedalam matriks IFAS dan EFAS untuk memperoleh gambaran keadaan perusahaan:



Gambar 6: Matriks IFAS dan EFAS

Dari pengolahan data matriks diatas dapat dilihat bahwa titik singgung berada di lingkungan kuadran I dengan nilai IFAS 2,30 dan EFAS 0,57.

Hal ini menjelaskan bahwa organisasi berada dalam keadaan yang cukup prima atau baik dengan kekuatan serta peluang yang dimiliki, sehingga memungkinkan untuk bisa berkembang atau melakukan ekspansi

(perluasan) dengan melakukan penerapan strategi *Progresif* [9].

Strategi Bisnis

Dari pemahaman keadaan situasi bisnis sebelumnya yaitu dengan SWOT, matriks IFAS dan EFAS maka hasil analisis tersebut dapat dijadikan acuan untuk penentuan strategi bisnis. Berikut merupakan strategi bisnis pada PT. Lotte Shopping Indonesia:

Tabel 4: Matriks SWOT Strategi Bisnis

Strategi S-O	Strategi W-O
<ul style="list-style-type: none"> • Program promosi terjual yang diadakan baik secara online maupun offline. (S1,O4,O5) • Mengoptimalkan penggunaan online order. (S5,S7,O4,O1) • Meningkatkan mutu produk dengan harga kompetitif untuk menjaga loyalitas konsumen. (S2,S4,O3,O4) • Menjalin hubungan dengan baik untuk meningkatkan loyalitas konsumen. (S4,S6,O5) 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan sistem keamanan dan efektifitas monitoring. (W1,O1) • Mengoptimalkan pengelolaan dalam mengontrol ketersediaan dan kualitas barang. (W1,O5,O1) • Mengoptimalkan sistem untuk proses pengecekan barang keluar sehingga meminimalisir kesalahan. (W2,O1) • Menerapkan dan mengoptimalkan armada pengiriman barang. (W3,O1)
Strategi S-T	Strategi W-T
<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan kualitas pelayanan. (S6,T1) • Menjalin kerjasama bisnis to bisnis. (S6,T2) • Strategi penetapan harga jual barang yang dinamis. (S4,T3) • Mengontrol ketersediaan barang. (S2,T4) 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan Kemampuan SDM dengan pengembangan keahlian. (W1,W2,W3,T1) • Mengikuti perkembangan teknologi secara <i>up to date</i> yang disesuaikan dengan situasi serta kebutuhan perusahaan. (W2,W3,T1,T3)

Tahap Analysis

Tahap *Analysis* ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana sistem dan

teknologi informasi yang telah berjalan, pandangan yang objektif terkait dengan kondisi sistem dan teknologi saat ini terkait

aplikasi bisnis, infrastruktur sistem dan teknologi informasi pada perusahaan [2].

Understand Current STI Situation

Tahap ini dilakukan untuk memahami dan memaparkan bagaimana penggunaan sistem dan teknologi yang diterapkan oleh perusahaan [2].

Penerapan Aplikasi

Guna mendukung proses bisnisnya PT. Lotte Shopping Indonesia telah menerapkan beberapa penggunaan sistem aplikasi untuk memperoleh efektivitas dan efisiensi kinerja bisnisnya. Berikut merupakan sistem aplikasi yang dimiliki oleh PT. Lotte Shopping Indonesia:

Tabel 5: Sistem aplikasi pada PT. Lotte Shopping Indonesia

Nama Sistem / Aplikasi		Keterangan
GMD <i>(System ERP)</i> Sistem Operasional utama dari PT. Lotte Shopping Indonesia, yang mengelola dan menghubungkan semua proses bisnis.	CRM <i>(Customer Relationship Management)</i>	Sistem yang mengelola hubungan bisnis dengan pelanggan.
	Sales & Marketing	Sistem yang mengelola dalam membantu melakukan konsep strategi guna meningkatkan penjualan.
	<i>Purchasing Management (Orlansoft Data System)</i>	Sistem yang mengelola pesanan pembelian barang pada <i>supplier</i> guna memenuhi kebutuhan operasional.
	<i>Financial</i>	Sistem yang mengelola keuangan perusahaan.
	<i>Inventory Management (Orlansoft Data System)</i>	Sistem yang mengelola dan mengontrol ketersediaan barang dan menghasilkan laporan hasil dari <i>stock opname</i> .
	HRMS <i>(Human Resource Management System)</i>	Sistem pengelolaan SDM, berupa kehadiran, <i>schedule</i> , penggajian.
	M.A.S <i>(Management Activity System)</i>	Sistem M.A.S berupa rangkuman hasil reports yang dilakukan secara berkala, yang mendukung fungsi manajemen dalam pengambilan keputusan.
	POS <i>(Point Of Sale)</i>	Sistem yang mengelola transaksi penjualan.
HTT Apps	Aplikasi mobile yang berguna untuk scan barcode harga barang, cek ketersediaan barang.	
<i>Mobile Apps Online Order</i>	Aplikasi untuk pemesanan secara online.	
<i>Website Profile Company</i>	Website sebagai <i>profile company</i> dan menampilkan produk unggulan serta marketing.	

Analysis Current STI Situation

Tahap ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana penerapan strategi bisnis sistem

teknologi yang diterapkan oleh perusahaan [2].

Management Strategy Business STI

Dalam mendukung proses bisnis, manajemen bisnis pada sistem teknologi informasi perlu untuk menyesuaikan, maka dari itu PT. Lotte Shopping Indonesia memiliki manajemen strategi bisnis sistem teknologi informasi sebagai berikut:

1. *IT Service Provisioning*

PT. Lotte Shopping Indonesia sudah mempunyai kematangan dalam penggunaan IT salah satunya yaitu penyediaan jasa IT dalam sistem yang digunakan yaitu berbasis B2B maksudnya yaitu B2B (*Business to Business*) memberikan kemudahan transaksi secara elektronik antara entitas atau objek bisnis yang satu ke objek bisnis lainnya.

2. *Pricing and Charging of IT Services*

Buy Online Pickup In Store merupakan strategi penyesuaian dengan keadaan yang ada. PT. Lotte Shopping Indonesia menerapkan BOPIS dalam penentuan strategi penjualan dimana kosumen dapat memesan terlebih dahulu melalui aplikasi online order lalu kemudian barang dapat dibawa secara langsung pada store terdekat.

3. *Internal Market Place of IT Services*

PT. Lotte Shopping Indonesia membutuhkan pengembangan *Website* serta aplikasi Android yang sudah ada sebelumnya untuk mengaktifkan dan meningkatkan efisiensi proses operasional bisnis. Dengan website serta aplikasi tersebut pelanggan bisa mendapatkan informasi online terbaru

4. *IT Services in the context of the IT Value Chain*

Pada pelayanan IT di PT. Lotte Shopping Indonesia pembeli yang ingin membeli produk harus melakukan registrasi sebagai anggota terlebih dahulu dari *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis Teknologi Informasi (TI) yang memungkinkan mereka mendapatkan layanan yang baik jika ingin mendapatkan update dari Lotte.

5. *IT Vendor Management*

PT. Lotte Shopping Indonesia komitmen kerja sama setara dengan Mitra Usaha penerapan visi dan misi perusahaan mutlak diperlukan manajemen strategi berfokus pada proses penetapan tujuan perusahaan, pengembangan kebijakan, dan perencanaan untuk mencapai sasaran, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan perusahaan.

Solution Alternative STI

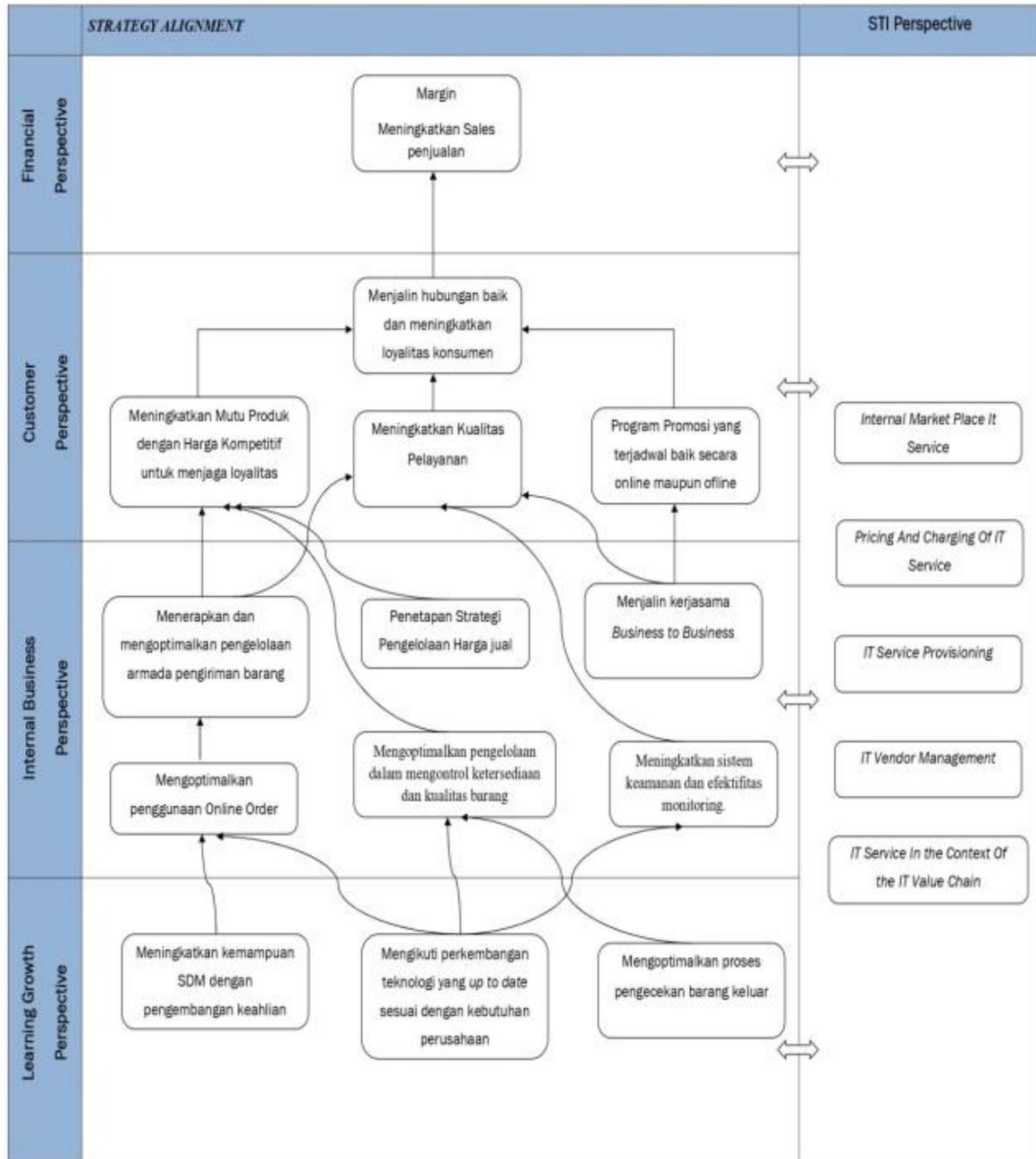
Tahap ini dilakukan untuk memaparkan kebutuhan penerapan strategi bisnis sistem teknologi serta keselarasan dengan strategi bisnis yang diterapkan oleh perusahaan [2].

Alignment Strategy

Berdasarkan pada analisis sebelumnya yaitu tahap *Visioning* dimana telah memperoleh kebutuhan strategi bisnis, maka pada tahap ini dilakukan penyesuaian dengan melakukan pemetaan antara strategi bisnis

dengan strategi sistem teknologi informasi yang dimiliki oleh PT. Lotte Shopping Indonesia yaitu dengan menerapkan *Strategy Map*.

Berikut merupakan pemetaan strategi dari PT.Lotte Shopping Indonesia:



Gambar 7: Alignment Strategy Map pada PT. Lotte Shopping Indonesia

Tahap Direction

Pada tahap *Direction* ini untuk perumusan tujuan strategi yang diperlukan dalam mencapai tujuan organisasi serta analisis

mengenai kebutuhan penerapan sistem teknologi yang didasari oleh strategi bisnis suatu organisasi [2].

Vision and Direction

Tahap ini dibentuknya tujuan dan sasaran sistem dan teknologi informasi didasari oleh visi, misi sistem dan teknologi informasi serta pemahaman mengenai kondisi atau strategi bisnis suatu organisasi [2].

Visi dan Misi

Tujuan dari penentuan visi, misi serta strategi sistem teknologi informasi, untuk dapat mengetahui arahan sistem teknologi informasi dengan melihat visi bisnis yang selaras dengan visi sistem teknologi informasi. Berikut ini merupakan visi dan misi sistem teknologi informasi pada PT. Lotte Shopping Indonesia, yaitu:

- Visi:

Mengoptimalkan penerapan sistem dan teknologi informasi yang maju yaitu sesuai dengan perkembangan teknologi sehingga menjadikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

- Misi:

1. Meningkatkan layanan bisnis dengan penerapan teknologi informasi yang *up to date*.

2. Memperoleh kemudahan serta produktivitas kinerja perusahaan dalam proses bisnis.
3. Pengembangan kualitas kemampuan sumber daya manusia dalam pengelolaan sistem dan teknologi informasi.

Develop IS Plan

Tahap ini dilakukan untuk menganalisis rencana pengembangan sistem dan teknologi yang dibutuhkan oleh perusahaan [2].

Identification Business dengan System***Required***

Dari analisis sebelumnya telah diketahui kebutuhan sistem saat ini dari PT.Lotte Shopping Indonesia dalam mengoptimalkan proses bisnis, maka pada tahap ini dilakukan identifikasi bisnis dengan kebutuhan sistem yang dapat diterapkan dengan metode *Critical Success Factor* (CSF), yang dilakukan sebagai berikut:

Tabel 6: *Critical Success Factor Solution STI*

<i>Goals</i>	<i>Perspektive Business</i>	<i>CSF Indikator</i>	<i>Required</i>
<ul style="list-style-type: none"> Mengoptimalkan penerapan sistem dan teknologi informasi yang maju yaitu sesuai dengan perkembangan teknologi sehingga menjadikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Meningkatkan layanan bisnis dengan penerapan teknologi informasi yang <i>up to date</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> Mengoptimalkan penggunaan online order Menerapkan dan mengoptimalkan armada pengiriman barang 	Proses yang mampu mengelola ketersediaan armada pengiriman barang.	Sistem Armada Pengiriman Barang
		Proses yang dapat mengelola data informasi pengiriman barang.	
		Proses yang dapat mendeteksi status pengiriman barang meliputi keberadaan barang saat proses estimasi pengiriman secara <i>real time</i> .	<i>Shipping Tracking System</i>
	Mengoptimalkan sistem untuk proses pengecekan barang keluar sehingga meminimalisir kesalahan.	Proses yang mampu mengecek jumlah barang keluar secara otomatis.	Sistem Perhitungan Barang Keluar (<i>Smart Checkout</i>)
	Meningkatkan sistem pengawasan dan efektivitas monitoring barang.	<ul style="list-style-type: none"> Sistem yang memiliki kemampuan pengawasan keamanan. Memonitoring ketersediaan barang pada area <i>floor</i>. 	<i>Monitoring system based on (Internet of Things)</i>
Mengoptimalkan pengelolaan dalam mengontrol ketersediaan dan kualitas barang	<ul style="list-style-type: none"> Meminimalisir Inventaris yang tidak tepat seperti <i>overstocking</i>, <i>stockout</i>, dan penyusutan secara otomatis. Sistem mengontrol kualitas barang dan memberikan notifikasi dari masa <i>Expire</i>. 	<i>Management Inventory Control based on (Internet of Things)</i>	
<ul style="list-style-type: none"> Meningkatkan <i>sales</i> penjualan. Meningkatkan loyalitas konsumen. Program Promosi yang terjadwal. 	Mengoptimalkan website perusahaan dengan meningkatkan <i>trafik visitor</i> .	Kemampusan dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas <i>traffic visitor</i> pada website yang dimiliki dengan optimal.	<i>Search Engine Optimization (SEO)</i>
	Dengan didukung kemampusan marketing dan promosi guna meningkatkan penjualan.	Sistem yang mampu mendukung dalam hal promosi dan marketing.	<i>Search Engine Marketing (SEM)</i>

Identify IS Project

Tahap ini dilakukan untuk mengidentifikasi rencana pengembangan sistem dan teknologi yang dimiliki serta yang dibutuhkan oleh perusahaan [2].

Portofolio Sistem

Tahap ini adalah hasil dari portofolio aplikasi yang ada serta rencana yang akan dikembangkan terhadap sistem pada PT.Lotte Shopping Indonesia, dalam menyusun

portofolio STI digunakan model *Mc Farland strategic grid* untuk membantu mengelompokan sistem dan teknologi informasi berdasarkan kontribusinya terhadap perusahaan [8]. Proses pedoman

pengelompokan yang dilakukan dengan observasi dan dibantu dengan kuesioner yang memiliki kategori berdasarkan nilai [3].

Berikut merupakan portofolio berdasarkan pada kebutuhan proses bisnis yang diperoleh:

Tabel 7: Portofolio aplikasi dengan *Mc Farland strategic grid*.

<i>STRATEGIC</i>	<i>HIGH POTENTIAL</i>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Website Company **)</i> • <i>Online Order Apps **)</i> • <i>M.A.S (Management Activity System)</i> • <i>Sales & Marketing</i> • <i>Sistem Armada Pengiriman Barang *)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>GMD (System ERP)</i> • <i>Management Inventory Control **)</i>
<i>KEY OPERATIONAL</i>	<i>SUPPORT</i>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>POS (Point Of Sale)</i> • <i>CRM (Customer Relationship Management)</i> • <i>Purchasing Management</i> • <i>Financial System</i> • <i>Sistem Barang Keluar **)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>HTT Apps **)</i> • <i>HRMS (Human Resource Management System)</i> • <i>Shipping Tracking System *)</i> • <i>Monitoring system *)</i>

Keterangan :

*) Pengembangan sistem baru

***) Upgrade sistem lama

Tahap *Recommendation*

Pada tahap *Recommendation* ini menghasilkan rekomendasi mengenai perencanaan pengembangan sistem dan teknologi informasi kedepan yang mencakup waktu pengembangan, rincian biaya [2].

Estimasi Pengembangan Sistem Teknologi Informasi

Dalam tahapan ini sebelum melakukan implementasi proyek maka dilakukan perhitungan estimasi pengembangan aplikasi terlebih dahulu, yang bertujuan untuk mengetahui kisaran biaya, kompleksitas sistem, serta waktu dalam membangun

proyek perencanaan strategi sistem teknologi informasi, Untuk perhitungannya sendiri dilakukan dengan menggunakan metode *Function Point* [11].

Nilai estimasi biaya diperoleh dari $FP_{estimated} = Total\ Unjusted\ Function\ Point \times ((nilai\ PCA = 1) \times 0,01 \times Processing\ Complexity\ (PC)) \times Biaya\ Pengembang\ Software$ sekitar Rp. 1,000,000 dengan jumlah pengembang sekitar 5 orang yang terdiri dari 1 *Project Manager*, 1 *Sistem Analyst*, 2 *Software Engineer* dan 1 *Quality Assurance*, sedangkan estimasi waktu diperoleh dari $Time = (FP_{estimated} / 22) \times 1,1$. Berikut merupakan hasil perhitungannya:

Tabel 8: Estimasi Pengembangan Sistem Teknologi Informasi

Sistem Aplikasi	Complexity	Waktu (Bulan)	Estimasi Biaya
Sistem Armada Pengiriman Barang	Normal	3	57,600,000
<i>Shipping Tracking System</i>	Normal	3	59,100,000
Sistem Barang Keluar (<i>Smart Checkout</i>)	Normal	2	32,960,000
<i>Monitoring System</i>	Normal	3	69,440,000
<i>Management Inventory Control</i>	Normal	3	62,911,000
<i>HTT Apps</i>	Normal	2	44,730,000
<i>Website Company</i>	Normal	12	55,800,000
<i>Online Order Apps</i>	Normal	12	60,000,000

Dari hasil diatas diketahui bahwa dari setiap sistem memiliki tingkat kompleksitas normal, dimana pada sistem pengiriman barang, *Shipping Tracking System*, *Monitoring System*, *Management Inventory Control* masing-masing memerlukan kurang lebih 3 bulan pengerjaan sementara pada sistem barang keluar (*Smart Checkout*) dan Integrasi sistem *HTT Apps* masing-masing memerlukan kurang lebih 2 bulan. Sehingga untuk merampungkan semua proyek pengembangan sistem kurang lebih memakan waktu 1 tahun 6 bulan. Sementara pengembangan *Website Company* dan *Online Order Apps* dilakukan untuk melakukan langganan fitur pengguna *SEM (Pay per*

Click) atau dengan menggunakan jasa *digital marketing* pengelola *SEO (Search Engine Optimization)* terhadap situs website dan aplikasi perusahaan secara *continue* untuk kebutuhan marketing, sehingga total biaya pengembangan sistem yang dibutuhkan sebesar Rp. 442,541,000.

Roadmap

Suatu rencana kerja yang dibuat dengan tujuan pengelolaan biaya proyek dapat dikontrol dengan baik sesuai dengan jadwal yang dirancang. Berikut merupakan *roadmap* dari pengembangan sistem aplikasi pada PT.Lotte Shopping Indonesia:

Tabel 9: Roadmap

Project	Tahun 2021						Tahun 2022												
	Q1			Q2			Q3			Q4			Q5			Q6			
	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Sistem Informasi Pengiriman Barang																			
<i>Shipping Tracking System</i>																			
Sistem Perhitungan barang keluar (<i>Smart Checkout</i>)																			
<i>Monitoring System</i>																			
<i>Management Inventory Control</i>																			
<i>HTT Apps</i>																			
<i>Web Company</i>																			
<i>Online Order Apps</i>																			

Dari hasil wawancara dengan pimpinan diketahui bahwa anggaran yang dikeluarkan PT.Lotte Shopping Indonesia dalam hal pengembangan sistem teknologi informasi sendiri sekitar Rp. 100,000,000 per tahun, pengelolaan biaya sangat perlu direncanakan dengan baik agar tidak memakan waktu yang lama.

IV.4.3. Return On Onvestment

Penggunaan *Return On Investment* diterapkan untuk menganalisis kemungkinan profit serta efisiensi dari implementasi proyek sistem teknologi informasi yang akan diperoleh perusahaan. Berikut merupakan hasil analisis *ROI* pada setiap proyek sistem aplikasi yang akan dikembangkan pada PT.Lotte Shopping Indonesia:

Tabel IV.9: Return On Investment

Proyek Aplikasi	Perhitungan	ROI (%)
Sistem Pengiriman Barang	$ROI = \frac{(100,000,000 - 57,600,000)}{57,600,000} \times 100\%$	0,73
Shipping Tracking System	$ROI = \frac{(100,000,000 - 59,100,000)}{59,100,000} \times 100\%$	0,69
Sistem Barang Keluar	$ROI = \frac{(100,000,000 - 32,960,000)}{32,960,000} \times 100\%$	2,03
Monitoring System	$ROI = \frac{(100,000,000 - 69,440,000)}{69,440,000} \times 100\%$	0,44
Management Inventory Control System	$ROI = \frac{(100,000,000 - 62,911,000)}{62,911,000} \times 100\%$	0,58
HTT Apps	$ROI = \frac{(100,000,000 - 44,730,000)}{44,730,000} \times 100\%$	1,23
Website Company	$ROI = \frac{(100,000,000 - 55,800,000)}{55,800,000} \times 100\%$	0,79
Online Order Apps	$ROI = \frac{(100,000,000 - 60,000,000)}{60,000,000} \times 100\%$	0,66

Dari proyek sistem yang dikembangkan berdasarkan perhitungan *Return On Investment* kemungkinan efisiensi serta rasio profit yang akan diperoleh PT.Lotte Shopping Indonesia kurang lebih sebesar 7,15%.

KESIMPULAN

Dari proses penelitian keselarasan strategi bisnis dengan perencanaan strategi sistem teknologi informasi pada PT. Lotte Shopping Indonesia diperoleh beberapa kesimpulan yang dapat diambil diantaranya:

1. Penerapan strategi bisnis yang dilakukan oleh PT.Lotte Shopping Indonesia dalam menghadapi persaingan dan situasi sulit saat ini sudah baik, dibuktikan dengan nilai IFAS 2,30 dan EFAS 0,57. Hal ini menjelaskan bahwa organisasi berada dalam keadaan yang cukup prima atau baik dengan kekuatan serta peluang yang dimiliki, sehingga memungkinkan untuk bisa berkembang atau melakukan ekspansi (perluasan) dengan melakukan penerapan strategi *Progresif*.

2. Dari proses keselarasan strategi bisnis dengan sistem teknologi informasi diperoleh 8 kebutuhan sistem yang menjadi sebuah rekomendasi dalam mendukung proses bisnis, 3 sistem baru yang harus dikembangkan oleh PT. Lotte Shopping Indonesia diantaranya sistem armada pengiriman barang, *Shipping Tracking System, Monitoring system* dan 5 sistem yang harus diperbaharui yaitu sistem barang keluar (*Smart Checkout*), *Management Inventory Control, Website Company, Online Order Apps, HTT Apps*. Dengan kurun waktu pengembangan selama 1 tahun 6 bulan serta estimasi biaya pengembangan yang dibutuhkan sebesar Rp. 442,541,000.
3. Dari investasi proyek sistem yang dikembangkan berdasarkan perhitungan *Return On Investment* kemungkinan efisiensi serta rasio profit yang akan diperoleh PT.Lotte Shopping Indonesia kurang lebih sebesar 7,15%.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Dabu, "Meski Pandemi, Lotte Grosir dan Lotte Mart Berkomitmen Terus Ekspansi," *www.theconomics.com*, Jakarta, p. 1, 2020.
- [2] A. Cassidy, *A Practical Guide to Information Systems Strategic Planning*. 2006.
- [3] J. Ward, John. & Pepp ard, *Strategic Plann ing for Information System (3rd Ed.)*. 2002.
- [4] T. Wahyudi, "PERENCANAAN STRATEGIS TEKNOLOGI INFORMASI CV. PRIMONEY SOLUTIONS," pp. 116–123, 2016.
- [5] A. E. Pribadi, E. Darwiyanto, and J. H. Husen, "Perencanaan Strategis Sistem Informasi pada Ritel Toko Swalayan Karunia," vol. 7, no. 1, pp. 2647–2699, 2020.
- [6] N. D. Retnowati, "Analisis CSF, SWOT dan TOWS Studi Kasus: PT Intan Pariwara Klaten," *J. Buana Inform.*, vol. 2, no. 1, pp. 31–37, 2011, doi: 10.24002/jbi.v2i1.306.
- [7] E. M. Porter, *Competitive Advantage-Creating and Sustaining Superior Performance*. 1985.
- [8] Michael E. Porter, *Competitive Advantage Of Nations; Creating and Sustaining Superior Performance*. 2011.
- [9] F. Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. 2013.
- [10] M. Maryani and S. Darudiato, "Perancangan Rencana Strategis Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (Si/Ti): Studi Kasus Stmik Xyz," *CommIT (Communication Inf. Technol. J.*, vol. 4, no. 2, p. 77, 2010, doi: 10.21512/commit.v4i2.539.
- [11] R. Hannabarger, Chuck., Buchman and P. Economy, *Balanced Scorecard Strategy For Dummies*. Indiana:Wiley Publishing. 2007.
- [12] B. Rijal, F. Zein, and H. Mubarak, "PENERAPAN IT BALANCED SCORECARD DALAM PENYUSUNAN PETA STRATEGI DINAS PERTANIAN TANAMAN PANGAN (Studi Kasus: Dinas Pertanian Tanaman Pangan Kabupaten Tasikmalaya)," pp. 1–6.
- [13] J. G. A. Albrecht, "Enterprise View," *Softw. Funct. Source Lines Code, Dev. Effort Predict. A Softw. Sci. Validation; IEEETrans. Softw. Eng.*, 1986.
- [14] Jack J. Phillips, *Return on Investment in Training and Performance Improvement Programs*. 2012.