

PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI DEALER MOTOR DENGAN METODE WARD AND PEPPARD (Studi Kasus PT NSS)

Abstrak – Persaingan bisnis di era globalisasi dengan didukung kemajuan teknologi yang begitu cepat dan dibukanya perdagangan bebas antara perusahaan satu dengan yang lain, PT. NSS adalah salah satu dealer resmi Honda yang ada di Madiun berpusat di Semarang yang bergerak pada bidang penjualan sepeda motor honda. Pembayaran yang dilakukan bisa secara tunai atau kredit, selain itu di NSS juga melayani servis berkala motor honda dan penjualan sparepart honda. Untuk menjadi perusahaan yang mempunyai keunggulan bersaing dan bertahan di masa datang, maka peranan sistem informasi dan teknologi sangat diperlukan sebagai dukungan terhadap strategi bisnis perusahaan, untuk itu perencanaan strategis sistem informasi sangat diperlukan agar implementasi dan pengembangan SI/TI terarah. Dengan metodologi analisa pendukungnya yaitu Metode analisis yang dilakukan menggunakan metode ward dan peppard. Metode ini melakukan analisis antara lain, SWOT, PEST, *Value Chain* dan *Mc Farlan Strategic Grid*. Hasil dari penelitian ini berupa blue print strategi dan teknologi yang akan dikembangkan di PT NSS. Blue print tersebut digunakan sebagai acuan pengembangan teknologi informasi di PT NSS

Kata Kunci – *Perencanaan strategis sistem informasi, sistem informasi, metode ward dan peppard*

PENDAHULUAN

PT. NSS adalah Dealer Honda yang ada di Madiun berpusat di Semarang yang fokus pada bidang penjualan sepeda motor honda. Pembayaran yang dilakukan bisa secara tunai atau kredit, selain itu di NSS juga melayani servis berkala motor honda dan penjualan sparepart honda. Sejalan dengan visi dan misi PT. NSS Menjadi Dealer sepeda motor Honda yang besar dan menjadi perusahaan pembiayaan baik, sehat, dan terpercaya. Hal ini tentunya tidak mudah, diperlukan suatu perencanaan strategis yang matang pada setiap unit bisnis agar seluruh element perusahaan yang ada dapat bersatu padu dalam mewujudkan tujuan tersebut. Sehingga perencanaan strategis SI/TI merupakan hal yang vital untuk diterapkan. Masalah yang timbul dalam kegiatan operasional PT. NSS dalam menjalankan bisnisnya adalah sebagai berikut: Pertama, persaingan Bisnis membutuhkan peningkatan layanan kepada customer dan kinerja operasional yang baik, dimana

dibutuhkan sistem yang efektif dan efisien. Kedua, kurangnya panduan strategis dalam langkah penerapan sistem informasi. Ketiga, kurang optimalnya dukungan SI/TI dalam kegiatan bisnis perusahaan, karena tidak dilibatkannya semua unsur dalam perusahaan dalam menentukan implementasi SI/TI. Penelitian ini hendak menjawab permasalahan diatas yaitu: Bagaimana usulan perencanaan strategis SI/TI dapat menunjang kegiatan strategis bisnis PT. NSS di masadepan.

Penelitian ini bertujuan menghasilkan usulan perencanaan strategis sistem informasi bagi PT. NSS, dimana nantinya dapat menjadi acuan dalam membangun sistem informasi yang efektif dan efisien. Sasaran dalam penelitian ini yaitu pembuatan sistem informasi dealer motor dengan cepat, akurat dan meningkatkan daya saing dengan kompetitor.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode perencanaan strategis, yaitu metode ward dan peppard. Sebelum dilakukan analisis menggunakan metode ward and peppard, dilakukan pengumpulan data dengan cara observasi di lapangan, wawancara dengan *stakeholder* dan mencari literatur yang relevan dengan penelitian ini, selain itu peneliti juga mempelajari dokumen-dokumen yang ada di NSS yang berkaitan dengan perencanaan strategis sistem informasi[1].

Pengumpulan data dilakukan agar kita mengetahui permasalahan yang ada di NSS, serta mencari solusi perbaikan yang akan dilakukan. Selanjutnya mengacu pada metode perencanaan strategis, hasil dari pengumpulan data dilakukan analisa menggunakan ward dan peppard, yaitu analisa SWOT, *Value chain*, PEST, dan *Mc Farlan Strategic Grid*[2].

A. Analisis SWOT

Metode analisis SWOT dilakukan dengan menganalisa PT NSS berdasarkan dari sumber daya internal dan eksternal. Pengambilan keputusan strategi berdasarkan dengan misi, tujuan strategi dari PT NSS. Perencanaan strategi dalam analisa SWOT yaitu menganalisa faktor strategi perusahaan (*Strenght, weakness, opportunity dan threats*), membandingkan antara faktor eksternal *opportunity* dan *threats* dengan faktor internal *strenght* dan *weakness*[3].

- B. Analisis *Value chain*
 Value chain bertujuan untuk identifikasi dan pengelompokan aktifitas yang terdapat pada perusahaan menjadi dua bagian yaitu aktifitas utama dan aktifitas pendukung aktivitas tersebut akan dipetakan dan digunakan sebagai dasar penentuan solusi SI/TI [4].
- C. Analisis PEST
 PEST bertujuan untuk mengidentifikasi politik, sosial, ekonomi dan teknologi sehingga dapat merangkum dalam kegiatan operasional bisnis di PT NSS. [5].
- D. *Mc Farlan Strategic Grid*
 Pemetaan aplikasi sistem informasi pada PT NSS berdasarkan kontribusinya. Pemetaan *Mc farlan Strategic Grid* dilakukan berdasarkan 4 kategori *mc farland* yaitu *Strategic, key operation and support, high potential*. [5].

HASIL DAN PEMBAHASAN

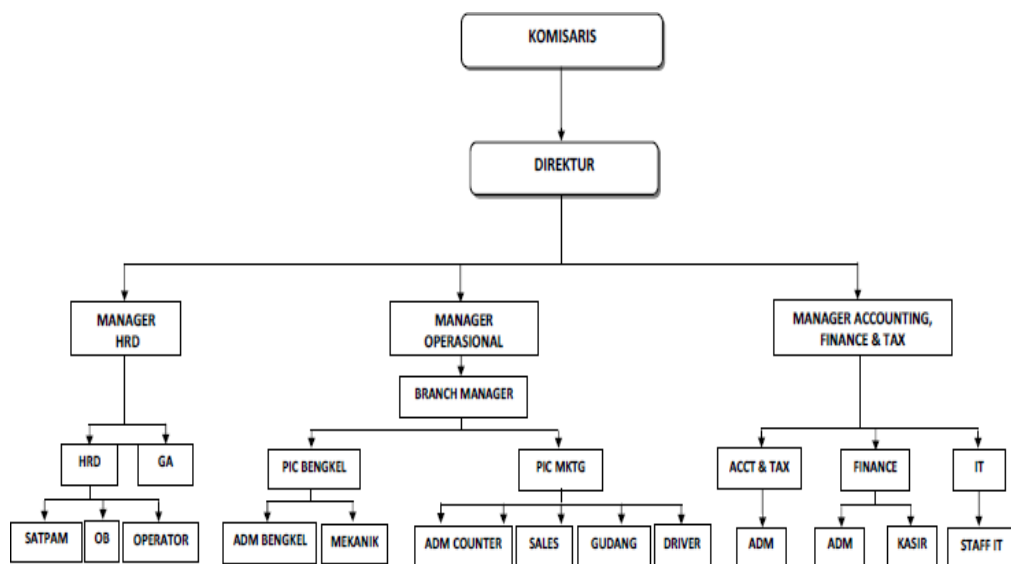
- A. Gambaran Umum
 - 1. Visi PT. NSS
 Menjadi Dealer sepeda motor Honda yang besar dan menjadi perusahaan pembiayaan baik, sehat, dan terpercaya
 - 2. Misi PT. NSS
 Memberikan pelayanan terbaik dengan moto 3T yaitu Tercepat, Termudah, dan Terpercaya
 - 3. Tujuan PT. NSS
 Karyawan di PT NSS dapat memberikan seluruh informasi yang jelas dalam hal pelayanan terpadu sehingga menumbuhkan kepercayaan pelanggan.

- B. Perencanaan Strategis
 - 1. Analisis Lingkungan Bisnis Eksternal dan Internal
 Analisa ini digunakan untuk menentukan posisi dari PT NSS terhadap proses bisnis, strategi saat ini, pasar, kemampuan kompetisi dengan para kompetitor sehingga dapat mengetahui sistem informasi apa yang dibutuhkan metode yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu mengacu pada metode ward dan peppard. Hasil analisa lingkungan bisnis eksternal dan internal PT NSS adalah sebagai berikut

<i>Strengths</i>	Menjual produk keluaran honda roda dua dengan harga yang terjangkau
<i>Weaknesses</i>	Barang tidak selalu ready stock (inden)
<i>Opportunities</i>	Memberikan potongan harga dan promo yang menarik
<i>Threats</i>	Memiliki kompetitor yang banyak dan pertarungan harga

- 2. Analisis SWOT
 Tabel 1. Hasil Analisis SWOT

- a. Kekuatan (*Strengths*) dan Peluang (*Opportunities*) pada SWOT Analysis
 Dalam metode ini yang digunakan adalah kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*) yang dimiliki oleh perusahaan yang ada dalam mengembangkan bisnis. Kemudian berdasarkan kekuatan dan peluang yang ada disusunlah strategi untuk mengatasinya. Kekuatan (*Strengths*) dan Peluang (*Opportunities*): Memberikan tambahan pelayanan seperti service gratis sebanyak pilihan pembayaran



Gambar 1. Struktur Organisasi PT.NSS

b. Kekuatan (*Strengths*) dan Ancaman(*Threats*) pada

Human Resource Management : Manajer operasional, Person in charge (PIC) bengkel, Administrasi bengkel, Mekanik, Person in charge marketing, Manajer cabang (branch manager), Administrasi counter, Gudang, Manajer accounting finance				
Technology Development : Scanner, Infocus, Faximile, Ksystem, MS. Visio, Program Database, Web, PABX, Pengolah data administrasi, pengolah data gudang (stok).				
Procurement : Kendaraan yang diambil dari supplier lalu kendaraan yang sudah siap akan dipasarkan kepada customer melalui media online atau mulut ke mulut, dan jika ada keluhan dari customer maka akan lakukan service.				
Inbound Logistics : 1. Dealer menerima kendaraan dengan keadaan 85% dari pabrik dan dealer akan melakukan finishing 2. Dealer yang akan melayani service dari customer	Operations : Dealer melakukan finishing dan menambahkan beberapa hal saja seperti memberikan bensin, menambahkan oli jika dibutuhkan, dan mencoba kendaraan atau yang sering di sebut test drive.	Outbound Logistics: 1. Kendaraan yang sudah di finishing oleh dealer dan siap untuk di pasarkan atau dikirimkan apabila kendaraan tersebut di order / dibeli oleh customer. 2. Jika ada keluhan dari customer maka akan kami layani dalam artian service	Marketing & Sales: Dealer melakukan promosi dengan 3 metode yaitu : 1. Menggunakan media cetak seperti brosur, koran, dan buleho 2. Menggunakan media masa / media online seperti WhatsApp, Website, dan Instagram 3. Menggunakan media mulut atau yang sering disebut oleh masyarakat dengan gethok tular	Service: Delaer menyediakan beberapa layanan jasa seperti, 1. Jasa perawatan kendaraan (service) 2. Jasa pengantaran kendaraan 3. dan Jasa pembayaran pembelian kendaraan

SWOT Analysis

Dalam metode ini yang digunakan adalah kekuatan (*Strengths*) dan ancaman (*Threats*) yang dimiliki oleh perusahaan yang ada dalam mengembangkan bisnis. Kemudian berdasarkan kekuatan dan ancaman yang ada disusunlah strategi untuk mengatasinya.

Kekuatan (*Strengths*) dan Ancaman(*Threats*):

Menambahkan beberapa keuntungan kepada konsumen seperti pelayanan yang sesuai dengan harga yang dibayar

c. Peluang (*Opportunities*) dan Kelemahan (*Weaknesses*) pada SWOT Analysis

Dalam metode ini yang digunakan adalah peluang (*Opportunities*) dan kelemahan (*Weaknesses*) yang dimiliki oleh perusahaan yang ada dalam mengembangkan bisnis. Kemudian berdasarkan peluang dan kelemahan yang ada disusunlah strategi untuk mengatasinya.

Peluang (*Opportunities*) dan Kelemahan (*Weaknesses*):

Mendapatkan voucher potongan beberapa persen untuk pembelian kendaraan selanjutnya

d. Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman(*Threats*) pada SWOT Analysis

Dalam metode ini yang digunakan adalah peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yang dimiliki oleh perusahaan yang ada dalam mengembangkan bisnis. Kemudian berdasarkan peluang dan ancaman yang ada disusunlah strategi untuk mengatasinya.

Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman(*Threats*) :

Mengadakan undian hadiah yang menarik kepada pelanggan

e. Kelemahan (*Weaknesses*) dan Ancaman(*Threats*) pada SWOT Analysis

Dalam metode ini yang digunakan adalah kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) yang dimiliki oleh perusahaan yang ada dalam mengembangkan bisnis. Kemudian berdasarkan peluang dan ancaman yang ada disusunlah strategi untuk mengatasinya.

Kelemahan (*Weaknesses*) dan Ancaman(*Threats*):

Menjadikan kompetitor sebagai rekan bisnis dan membuka kerjasama antar perusahaan.

3. Analisis *Value chain*

Proses bisnis yang ada pada PT. NSS dengan value chain dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Tabel 2. Hasil Analisis *Value Chain*

4. Analisis PEST

Tabel 3. Hasil Analisis PEST

	Peluang/ Ancaman	Inisiatif
Politik	Kebijakan pemerintah dalam fasilitas kendaraan	Menanggapi kebijakan tersebut dan memberikan ide untuk mengganti kendaraan setiap 4/5 tahun sekali.
Ekonomi	Adanya kebijakan untuk biaya pajak yang semakin tahun semakin meningkat	Memberikan metode pembayaran dengan cara kredit
Sosial	Bertambahnya penduduk maka bertambah juga kebutuhan kendaraan	Membuat dan memberikan inovasi tentang model dan tampilan baru
Teknologi	Penggunaan teknologi yang terkini	Modernisasi untuk mesin dan fitur-fitur

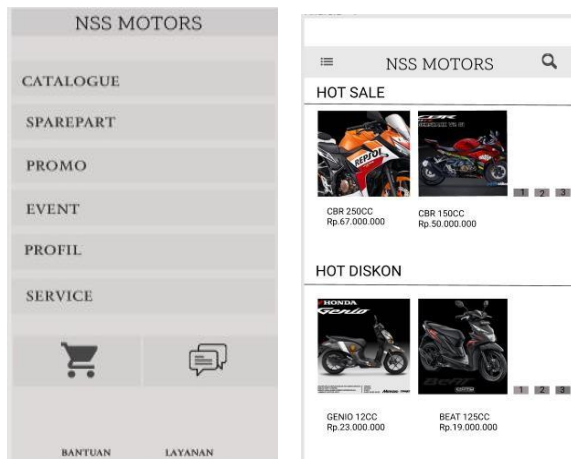
5. *Mc Farlan Strategic Grid*

Untuk mendapatkan gambaran tentang kontribusi dari setiap aplikasi sistem informasi yang ada di PT.NSS terhadap pelaksanaan tugas organisasi maka seluruh aplikasi sistem informasi di petakkan menggunakan modal *Mc.Farlan strategic grid* sebagai berikut :

Tabel 4. Portofolio MC Farlan yang sudah ada

STRATEGIC	HIGH POTENTIAL
SI Reward Pelanggan, SI <i>Quality Control</i> , SI <i>Service</i> , Portal NSS, <i>Service Tracking System</i> , <i>SMS System</i>	<i>Datawarehouse</i> , <i>SI Business Intelligent</i>
SI Akuntansi dan Keuangan, SI Penjualan dan Pembelian, Knowledge Management, Ms Windows 2010, SI Payrol	E-mail System, Anti Virus, Document Management, SI Absensi, Ms Windows 2010, MS Office 2010
KEY OPERATIONAL	SUPPORT

Usulan yang direkomendasikan yaitu diharapkan dengan adanya sistem tersebut dapat membantu PT NSS dalam melakukan transaksi penjualan secara komputerisasi dan informasi tersebut bisa mengakomodasi kebutuhan user sebagai pengguna sistem.



Gambar 2. Antar muka NSS

KESIMPULAN DAN SARAN

Penyusunan perencanaan strategi SI/TI pada PT NSS telah menghasilkan analisis lingkungan bisnis eksternal dan internal yang berupa analisis SWOT, analisis value chain, analisis PEST, untuk strategi SI menggunakan metode MC. Farlan. Dari hasil analisa ward dan peppard menghasilkan sebuah usulan sistem informasi dealer motor yaitu blue print strategi dan teknologi yang akan dikembangkan di PT NSS. Nantinya dengan adanya sistem tersebut dapat membantu PT NSS dalam melakukan transaksi penjualan dengan sistem online dan terkomputerisasi serta informasi yang dihasilkan dapat berfungsi untuk akomodasi kebutuhan user sebagai pengguna sistem.

REFERENSI

- [1] Y. Firmansyah, "Perencanaan Strategis Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi Menggunakan Metode Ward And Peppard Pada PT Akcaya Utama Press (Pontianak Post) Yoki," J. Khatulistiwa Inform., vol. vol 3, no. no 1, pp. 105–118, 2015, [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khatulistiwa/article/download/2304/1597>.
- [2] Z. Yandi Z, N. A. Hidayah, and E. Rahajeng, "Perencanaan strategis sistem informasi pada PT. optima trading," Stud. Inform., vol. 7, no. 1, pp. 1–16, 2014.

- [3] A. Setiawan, E. Yulianto, "Information System Strategic Planning Using IT Balanced Scorecard In Ward & Peppard Framework Model," International Journal of Engineering and Technology (IJET), 2017.
- [4] A. Wijaya and D. I. Senses, "Perencanaan Strategis Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi Pada Perusahaan Otomotif Dengan Menggunakan Metodologi Tozer," Dana, vol. 2011, no. Snati, pp. 17–18, 2011.
- [5] W. I. Yudhistyra and E. Nugroho, "Lima Metode Perencanaan Strategis Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi Untuk Pengembangan E-Government," J. Nas. Teknol. Inf. dan Komun., vol. 2014, no. Sentika, pp. 240–241, 201

