

ANALISA PERENCANAAN STRATEGI BISNIS SI/TI MENGGUNAKAN METODE *WARD & PEPPARD* PADA PT. XYZ

¹Wawan Setiawan, ²Nurul Fajriyah

¹Prodi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Muhammadiyah
Tangerang, Banten – Indonesia

²Prodi Sistem Informasi, STMIK Insan Pembangunan, Banten – Indonesia

¹whawan.s@gmail.com, ²nurulfajriyah442@gmail.com

ABSTRACT

Planning a good system strategy and information technology is expected to help companies achieve business goals. The achievement of these business objectives must be supported by all parts of the company, so as to create a value chain that will provide margins for the company. PT. XYZ is a company engaged in the baking chocolate processing industry located in Tangerang Regency. Data collection methods used by researchers are observation, interview and literature study. Based on the interview results, there are still problems regarding the absence of a system of long-term mutually beneficial relations with customers. Lack of adequate human resources, as well as not maximizing the management of research data for chocolate product stability analysis. The method used in the research of strategic planning for Information Systems and Information Technology is Ward and Peppard. In this method several stages are carried out, including: Analysis of the business external environment using the PEST method and analysis of five Porter competition models, while analyzing the business's internal environment using a SWOT, Value Chain and CSF analysis. Then mapping the application portfolio using the Mcfarland Strategic Grid method. Based on an analysis of the external and internal environment of the business IS / IT, it is necessary to create an E-CRM system, a product information research and quality system and an employee evaluation system

Keywords: *Business, Planning, Strategy, Ward and Peppard*

PENDAHULUAN

Saat ini Indonesia berada di era digital dimana kemajuan teknologi informasi berkembang pesat. Sistem dan teknologi informasi merupakan tuntutan bagi perusahaan untuk diterapkan agar dapat bersaing dengan pesaingnya yang juga menggunakannya sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif. Adanya perencanaan strategi sistem dan teknologi informasi yang terencana dengan baik diharapkan membantu perusahaan dalam mencapai tujuan bisnis. Pencapaian tujuan tersebut harus didukung oleh semua bagian dalam perusahaan tersebut sehingga dapat menciptakan rantai nilai yang akan memberikan margin bagi perusahaan tersebut.

PT. XYZ adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang industri pengolahan makanan coklat. Berdasarkan hasil wawancara dengan manajemen, di ketahui bahwa

masih terdapat permasalahan berkaitan dengan sistem peningkatan kepuasan pelanggan dan stability produk. Saat ini belum ada sistem untuk menjalin atau ikatan relasi yang saling menguntungkan jangka panjang dengan pelanggan, hal ini memungkinkan bagi perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Untuk saat ini belum ada sistem uji stability produk, adapun sistem tersebut dimaksudkan untuk menjamin kesetabilan kualitas produk coklat yang dijual dan beredar di pasaran, serta untuk menetapkan tanggal kedaluwarsa produk yang sebenarnya. Pada bagian sistem informasi yang ada saat ini hanya sebatas operasional perusahaan. Dalam perusahaan terdiri dari beberapa bagian yang harusnya saling terintegrasi untuk mencapai tujuan bisnis.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk melakukan penelitian mengenai kondisi lingkungan eksternal dan internal pada PT. XYZ agar mendapatkan kelemahan, kekuatan, peluang, dan ancaman terhadap perusahaan. Serta menganalisis proses bisnis yang didukung ICT terhadap IT Strategic Planning pada PT. XYZ. Penelitian sebelumnya mengenai perencanaan strategis sistem informasi dalam proses bisnisnya, antara lain yang dilakukan oleh Amsal lah dkk pada PT. Serasi Autoraya (Lah *et al.*, 2017). Pada penelitian tersebut mengatakan Perencanaan Strategik Sistem Informasi dapat digunakan untuk memberikan kejelasan arah pengembangan sistem informasi kedepan sesuai dengan kebutuhan organisasi, karena selama ini hanya mengandalkan System Application and Product (SAP). Penelitian yang dilakukan Firmansyah & Purwaningtiast (2017) pada PT. ABC, menyimpulkan bahwa metodologi *ward & peppard* dapat menghasilkan strategi yang tidak hanya berfokus pada SI/TI saja namun juga bersentuhan dengan proses bisnis hingga porto folio aplikasi yang dapat diterapkan oleh perusahaan. Selain itu, terdapat banyak teknik analisis yang digunakan agar strategi yang dihasilkan menjadi lebih efektif dan efisien. Penelitian yang dilakukan Pelawi *et al.*, (2021) pada PT. Tripuri Mitra Nobelindo. Pada penelitian tersebut metode yang digunakan adalah perencanaan strategi sistem informasi dan teknologi informasi *Ward and Peppard*, Penemuan strategi bisnis dilakukan melalui analisis internal dan eksternal perusahaan yang dilakukan dengan *tools* seperti *PEST*, *SWOT*, *Value chain*, dan *Mcfarland Strategic Grid*. Penelitian yang dilakukan Chandra (2016) pada Universitas Nusa Nipa NTT dengan konsep pemikiran *John Ward and Joe Peppard*. Menghasilkan suatu perencanaan strategis SI/TI sebagai pedoman bagi pihak manajemen dalam menentukan pembangunan dan pengelolaan SI/TI di UNIPA.

Dalam penelitian ini dilakukan perancangan rencana strategis Sistem Informasi dan Teknologi Informasi menggunakan metode *Ward and Peppard*. Pada metode ini akan dilakukan beberapa tahap, dan masing-masing akan menggunakan beberapa metode, antara lain: Analisis lingkungan eksternal bisnis menggunakan metode *PEST* dan Analisis lima model persaingan *Porter* sedangkan analisis lingkungan internal bisnis SI/TI menggunakan *SWOT*, *Value Chain* dan *CSF*. Kemudian pemetaan portofolio aplikasi menggunakan metode *Mcfarland Strategic Grid*.

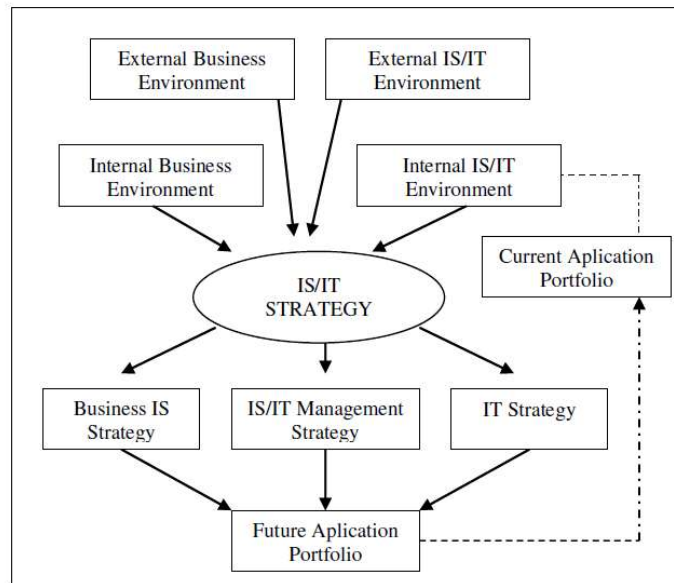
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Perencanaan Strategis Sistem Informasi

Menurut Utami *et al.* (2018) perencanaan strategis SI/TI juga dapat menjadi salah satu factor bagi sebuah organisasi dalam memperoleh keunggulan kompetitif. Selain itu, menurut Rahardja *et al.* (2020) perencanaan strategis SI/TI juga menjelaskan berbagai tools, teknik, dan kerangka kerja bagi manajemen untuk menyelaraskan strategi SI/TI dengan strategi bisnis, bahkan mencari kesempatan baru melalui penerapan teknologi yang inovatif.

Metode *Ward and Peppard*

Menurut Destyarini & Tanaamah (2021) *ward and peppard* terdiri dari tahapan input dan output yang terdiri dari analisis lingkungan bisnis internal yang mencakup aspek-aspek strategi bisnis saat ini yaitu sasaran, sumber daya, proses, serta nilai-nilai bisnis organisasi. Perencanaan strategis SI/TI mempelajari pengaruh SI/TI terhadap kinerja bisnis dan kontribusi bagi organisasi dalam memilih langkah-langkah strategis. Selain itu, perencanaan strategis SI/TI juga menjelaskan berbagai *tools*, teknik, dan kerangka kerja bagi manajemen untuk menyelaraskan strategi SI/TI dengan strategi bisnis, bahkan mencari kesempatan baru melalui penerapan teknologi yang inovatif. Ada tiga sasaran utama dari upaya penerapan SI/TI dalam suatu organisasi. Pertama, memperbaiki efisiensi kerja dengan melakukan otomasi berbagai proses yang mengelola informasi. Kedua, meningkatkan keefektifan manajemen dengan memuaskan kebutuhan informasi guna pengambilan keputusan. Ketiga, memperbaiki daya saing atau meningkatkan keunggulan kompetitif organisasi dengan merubah gaya dan cara berbisnis.



Gambar 1
Model Kerangka Kerja Perencanaan Strategis SI/TI (Ward, 2002)

Analisis *PEST* (Politik, Ekonomi, Sosial, dan Teknologi)

Menurut Dewi Retnowati (2020) analisis *PEST* mencakup kondisi lingkungan makro Indonesia, yaitu perekonomian, teknologi, politik/hukum, dan sosiokultural. Lingkungan ekonomi terdiri dari faktor-faktor yang mempengaruhi daya beli dan pola membeli konsumen. Sedangkan teknologi baru menciptakan pasar dan peluang baru. Keputusan pemasaran amat dipengaruhi oleh perkembangan dalam lingkungan politik yang terdiri dari undang-undang, kantor pemerintah, dan tekanan kelompok yang mempengaruhi dan membatasi berbagai organisasi dan individual dalam suatu masyarakat.

Analisis *SWOT*

Menurut Firmansyah & Purwaningtias (2017) analisis *SWOT* adalah sebuah metode untuk mengidentifikasi berbagai aktor yang sifatnya sistematis untuk membuat rumusan logika, memaksimalkan kekuatan, dan peluang, lalu secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan, dan ancaman, jadi analisis *SWOT* membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan. Adapun penjelasan dari diagram *SWOT* dapat terlihat pada gambar 2.



Gambar 2
Model *SWOT* analisis (Firmansyah & Purwaningtias, 2017)

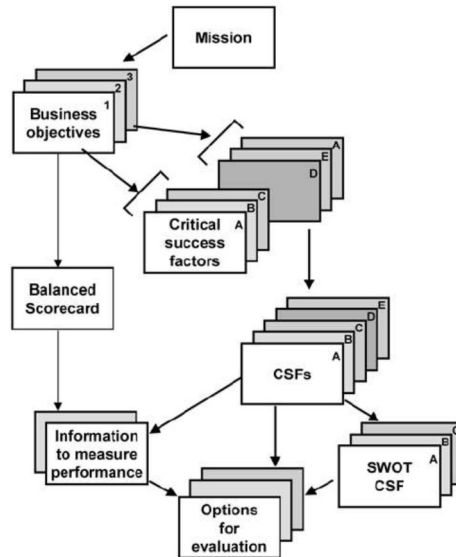
Analisa Value Chain

Menurut Christiana Dewi Basuki (2017) analisis *value chain* merupakan mengidentifikasi dan memahami secara lebih baik terhadap keunggulan kompetitif, untuk mengidentifikasikan dimana value pelanggan dapat ditingkatkan atau penurunan biaya, dan untuk memahami secara lebih baik hubungan perusahaan dengan para pemasok, pelanggan dan perusahaan lain dalam industri. *Analisa Value Chain* dilakukan untuk memetakan seluruh proses kerja yang terjadi dalam organisasi menjadi dua kategori aktivitas, yaitu aktivitas utama dan aktivitas pendukung. Mengacu pada dokumen organisasi yang menyebutkan tugas dan fungsi setiap unit kerja berdasarkan pengamatan yang dilakukan terhadap proses kerja yang terjadi di masing-masing unit kerja.

Analisa CSF (Critical Success Factor)

Menurut Skawanti (2018) analisa *CSF* merupakan suatu ketentuan dari organisasi dan lingkungannya yang berpengaruh pada keberhasilan atau kegagalan. *CSF* dapat ditentukan jika objektif organisasi telah diidentifikasi. Tujuan dari *CSF* adalah menginterpretasikan objektif secara lebih jelas untuk menentukan aktivitas yang harus dilakukan dan informasi apa yang dibutuhkan. Peranan *CSF* dalam perencanaan strategis adalah sebagai penghubung antara strategi bisnis organisasi dengan strategi SI-nya, memfokuskan proses perencanaan strategis SI pada area yang strategis. *CSF* merupakan pendekatan paling efektif untuk membantu mengidentifikasikan informasi apa yang dibutuhkan organisasi atau perusahaan. Rockart memperkenalkan dua tahap dalam *CSF*

yaitu, wawancara berbasis metode yang dimulai dengan diskusi tentang tujuan seorang eksekutif dan *CSF* yang mendasarinya, diikuti dengan pengembangan tindakan *CSF*. Seperti terlihat pada gambar 3.



Gambar 3
Critical Success Factor (CSF) (Ward, 2002)

McFarlan Strategic Grid

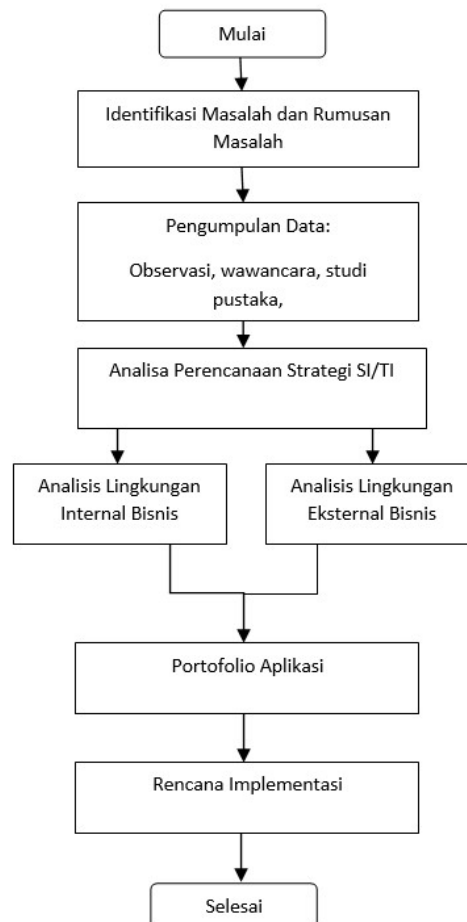
Menurut penelitian Wedhasmara (2009) *McFarlan strategic grid* digunakan untuk memetakan aplikasi SI berdasarkan kontribusinya terhadap organisasi. Pemetaan dilakukan pada empat kuadran (*strategic, high potential, key operation, and support*). Dari hasil pemetaan tersebut didapat gambaran kontribusi sebuah aplikasi SI terhadap organisasi dan pengembangan dimasa mendatang. keempat kuadran tersebut dapat dilihat pada gambar 4.

STRATEGIC	HIGH POTENTIAL
- Applications that are critical to sustaining future business strategy	- Applications that may be important in achieving future success
- Applications on which the organization currently depends for success	- Applications that are valuable but not critical to success
KEY OPERATIONAL	SUPPORT

Gambar 4
McFarlan strategic grid (Ward, 2002)

METODOLOGI PENELITIAN

Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa metode, baik dalam metode penulisan maupun metode pengumpulan data, untuk metode penulisan menggunakan metode deskriptif dimana dengan metode ini penulis mendeskripsikan dan menjabarkan secara jelas mengenai langkah langkah yang dibutuhkan dalam melakukan sebuah perencanaan strategis khususnya dalam bidang sistem informasi dan teknologi informasi selain menjabarkan langkah langkah dalam penentuan sebuah perencanaan strategis SI/TI pada penelitian ini juga akan dibahas beberapa metode atau tools apa saja yang wajib digunakan dalam merumuskan sebuah perencanaan strategis SI/TI hal ini maksudkan agar strategi yang diambil menjadi lebih efektif dan efisien. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu observasi, wawancara dan studi pustaka, dimana dalam metode ini penulis menggali sumber informasi dengan cara mewawancarai pihak Manajemen PT. XYZ, serta mempelajari buku ataupun artikel ilmiah, serta penelitian penelitian terdahulu yang relevan. Adapun langkah – langkah penelitian yang dilakukan pada gambar 5.



Gambar 5
Langkah – Langkah Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Lingkungan Internal Bisnis

Analisis *CSF* (*Critical Succes Faktor*)

CSF atau faktor penentu keberhasilan adalah salah satu kegiatan perusahaan yang berpengaruh kuat pada kemampuan perusahaan. mencapai tujuannya. Analisis *CSF* pada PT. XYZ terdapat pada tabel 1.

Tabel 1
***CSF* pada PT. XYZ**

<i>Objectives</i>	<i>Measure (S)</i>	<i>CFS (action)</i>	<i>IS Needs</i>
Menjadikan PT. XYZ sebagai perusahaan yang menghasilkan produk coklat yang berkualitas.	Mewujudkan produktivitas olahan coklat yang stabil dan berkualitas sesuai standar mutu perusahaan,	Meningkatkan SDM dan memaksimalkan pengelolaan data riset dan analisa stability produk coklat.	Sistem Informasi <i>Riset and Quality</i> Produk.
Menjadikan PT. XYZ sebagai perusahaan yang dapat menjalin hubungan yang baik dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.	Mewujudkan dalam menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Sehingga, menciptakan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi	Meningkatkan pelayanan, komunikasi dan umpan balik (<i>feedback</i>)	Sistem Informasi <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .
			Sistem Evaluasi Karyawan.

Analisa *SWOT* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

Analisa *SWOT* digunakan untuk menilai kekuatan - kekuatan dan kelemahan - kelemahan dari sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dan kesempatan - kesempatan eksternal dan tantangan - tantangan yang dihadapi. Analisis internal menggunakan metode *SWOT* yaitu dengan melihat kekuatan dan kelemahan yang ada didalam perusahaan. Sedangkan peluang dan ancaman adalah faktor yang berasal dari luar perusahaan. Berikut adalah tabel Analisis *SWOT* untuk memetakan lingkungan internal dan eksternal bisnis.

Tabel 2
Kombinasi Strategi Matriks *SWOT* pada PT. XYZ

	<i>Strenght (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
	<ul style="list-style-type: none"> -Harga produk coklat terjangkau -Inovasi dan keunikan produk coklat -Kualitas mutu produk coklat yang stabil dan mampu bersaing -Kemasan produk coklat menarik 	<ul style="list-style-type: none"> -Promosi produk belum maksimal -Penjualan produk coklat belum sampai export luar negeri -Merek belum dikenal masyarakat luas -Masih kekurangan SDM yang berpengalaman dibidangnya
<i>Opportunities (O)</i>	<i>Strategi SO</i>	<i>Strategi WO</i>
<ul style="list-style-type: none"> -Banyaknya konsumen yang membutuhkan bahan baku coklat olahan yang murah namun berkualitas. -Kegiatan usahan olahan makanan roti dan kue berbahan olahan coklat yang semakin berkembang. 	<ul style="list-style-type: none"> -Memaksimalkan proses produksi untuk memenuhi kebutuhan pasar atau konsumen. -Memberikan harga terjangkau hingga harga produk coklat katagori premium, untuk meningkatkan kegiatan bisnis. 	<ul style="list-style-type: none"> -Melakukan pelatihan terhadap karyawan mengenai karakteristik dan produksi olahan coklat. -Meningkatkan pelayanan baik secara online maupun langsung terhadap pelanggan. -Meningkatkan produktivitas dan pendistribusian produk yang merata dan tepat waktu.

-Semakin bervariasi dan meluasnya usaha olahan coklat dalam masyarakat luas.	-Menambah cabang untuk pertumbuhan bisnis yang lebih besar dan luas.	
<i>Treaths (T)</i> -Kegiatan promosi kreatif dan inovatif yang dilakukan oleh pesaing. -Persaingan harga produk coklat yang bersaing dengan pesaing. -Persaingan jaminan mutu dan perlindungan konsumen dengan pesaing.	<i>Strategi (ST)</i> -Melakukan kerjasama dengan berbagai pihak yang masih saling berhubungan. -Membuat banyak cabang untuk mengurangi biaya pengiriman sehingga harga produk menjadi lebih murah. -Memberikan promo alat pengolahan pralin cetakan hiasan coklat.	<i>Strategi (WT)</i> -Pemilihan tempat pemasaran yang strategis agar mampu bersaing dengan pesaing. -Melakukan perbaikan promosi secara berkala. -Menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan atau konsumen. -Memaksimalkan pelayanan harga yang terjangkau untuk kelangan masyarakat.

Analisis Value Chain

Analisis *Value Chain* adalah analisis yang dilakukan untuk memetakan seluruh proses bisnis yang ada PT. XYZ yang digolongkan menjadi aktivitas utama dan aktivitas pendukung. Berikut ini adalah gambar 6 dari analisis *Value chain*.

Infrastruktur Perusahaan	Struktur organisasi, manajemen, keuangan, produksi, distribusi, pemasaran dan akuntansi.
Manajemen SDM	Jumlah karyawan: 565 orang. Yang tersebar di semua bagian departemen, dengan klasifikasi pendidikan mulai dari SMP sampai S-2. Masing-masing karyawan memiliki kompetensi dibidangnya.
Teknologi	Riset dan development produk, riset pasar dan TI (Teknologi Informasi).
Pengadaan	Pembelian peralatan dan mesin yang mendukung dalam proses produksi coklat.

Penerimaan bahan baku (<i>raw material</i>) dari supplier.	Proses produksi, dari penimbangan bahan baku, pemasakan coklat, cetak coklat, pendinginan, hingga pengemasan produk coklat.	Penyimpanan produk jadi di ruang finish good, siap dikirim ke pelanggan.	Penjualan produk coklat ke pelanggan. Promosi dan pemasaran produk coklat.	Layanan konsumen. Pemberian promo dan diskon ke pelanggan secara berkala.
<i>Inbound Logistics</i>	<i>Operation</i>	<i>Outbound Logistics</i>	<i>Sales & Marketing</i>	<i>Service</i>

Gambar 6
Proses Bisnis Value Chain pada PT. XYZ

Analisis Lingkungan Eksternal Bisnis

Analisis *PEST* (Politik, Ekonomi, Sosial, dan Teknologi)

Keberadaan PT. XYZ dipengaruhi oleh kondisi *PEST* di Indonesia. Kondisi-kondisi tersebut meliputi kondisi politik, ekonomi, sosial dan teknologi yang dijelaskan dalam tabel 3.

Tabel 3
Analisa PEST pada PT. XYZ

Model	Relevansi	Strategi
Politik	-Undang – undang -Pajak -Peraturan daerah	Dapat memahami dan menyesuaikan dengan undang – undang, pajak, dan peraturan daerah untuk diadaptasikan dalam bisnis perusahaan.
Ekonomi	-Perubahan harga valuta asing -Perubahan harga bahan baku	Mendapatkan informasi yang <i>up to date</i> mengenai situasi kondisi keuangan global untuk menentukan strategi harga penjualan produk dan pembelian bahan baku.
Sosial	-Hubungan dengan pemasok -Pelayanan kepada pelanggan -Kesejahteraan karyawan	Membina hubungan yang baik dengan pelanggan, pemasok, dan karyawan, serta semua pihak yang berkaitan dengan bisnis perusahaan.
Teknologi	-Perkembangan SI / TI -Memaksimalkan penggunaan SI / TI untuk mendukung proses bisnis	Mengikuti perkembangan teknologi secara <i>up to date</i> yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.

Analisis Lima Model Persaingan Porter

Adapun teknik analisis digunakan untuk memahami kondisi situasi pada lingkungan eksternal. Bisnis diantaranya adalah Analisis lima model persaingan Porter meliputi (1) analisis terhadap pendatang baru, (2) analisis terhadap barang pengganti, (3)

analisis kekuatan tawar menawar terhadap pelanggan, (4) analisis kekuatan tawar menawar dengan supplier dan (5) analisis terhadap persaingan industri sejenis. dijelaskan dalam tabel 4.

Tabel 4
Analisa Analisis Lima Faktor Persaingan Porter pada PT. XYZ

Model	Pelaku	Strategi
Persaingan Industry (<i>Industry Rivalry</i>)	PT. Bumi Tangerang Coklat Utama. PT. Bumi Tangerang Mesindotama PT. Petra Food PT. Tulip PT. Ares Kusuma Raya PT. Bangun Anugerah Persada	Meningkatkan mutu produk. Meningkatkan pelayanan dengan memanfaatkan. performa sumber daya manusia dan perkembangan SI/TI.
Ancaman Pendatang Baru (<i>Threat of New Entrants</i>)	UKM	Meningkatkan manajemen control kualitas barang dan jasa Memanfaatkan SI/TI yang sesuai untuk kebutuhan perusahaan Melakukan inovasi bisnis
Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (<i>Bargaining Power of Suppliers</i>)	PT. BT Cocoa PT. Wilmar PT. PDSU PT. Fontera NZMP PT. Delfi Yuraku Indonesia	Mengembangkan sarana berupa SI/TI untuk mendapatkan informasi penting mengenai data pemasok dan data produk yang dibeli.
Kekuatan Tawar Menawar Pelanggan	Perusahaan Industry Toko Bahan Makanan Toko Kue Rumah Tangga	Mengembangkan sarana berupa SI/TI untuk dapat memelihara hubungan jangka panjang dengan pelanggan, seperti memberikan

<i>(Bargaining Power of Customers)</i>		informasi mengenai produk yang ditawarkan, menanggapi kritik, saran dan keluhan keluhan yang ada.
Ancaman Produk Substitusi (<i>Threats of Substitute Products</i>)	Coklat Modeling Dipping Glaze	Mengetahui perkiraan kebutuhan pelanggan di masa kini dan masa yang akan datang, sehingga dapat diciptakan inovasi baru dan meningkatkan promosi.

Analisis Portofolio Aplikasi

Dari analisa yang telah dilakukan terhadap lingkungan bisnis maupun kondisi SI/TI dalam ruang lingkup internal dan eksternal pada perusahaan maka langkah selanjutnya adalah penyusunan portofolio aplikasi untuk beberapa tahun mendatang. Pada Tabel 5 adalah pengelompokkan aplikasi ke dalam kuadran *Mc Farland Strategic Grid*. Aplikasi yang dikelompokkan juga termasuk aplikasi yang bersifat pendukung yang digunakan untuk menunjang kegiatan operasional seperti *MS-Office, Email*.

Tabel 5
Pembagian portofolio aplikasi saat ini dalam kuadran

<i>STRATEGIC</i>	<i>HIGH POTENTIAL</i>
(Belum ada)	(Belum ada)
-OneSOS -Payroll-HRIS -Item Tracking -ATK	-Ms. Office (Excel, Word, Power Point, Access, Outlook) -E-Mail
<i>KEY OPERATIONAL</i>	<i>SUPPORT</i>

Keterangan Tabel 5:

1. *Strategic* merupakan aplikasi-aplikasi yang sangat rentang terhadap proses bisnis yang berada di PT. XYZ.
2. *Key Operational* merupakan aplikasi-aplikasi yang saat ini menjadi keberhasilan PT. XYZ.
3. *High Potential* merupakan aplikasi-aplikasi yang menjadi potensial dalam meningkatkan PT. XYZ yang akan datang.
4. *Support* merupakan aplikasi-aplikasi yang sangat berharga namun tidak menjadikan bergantungnya kesuksesan PT. XYZ.

Rencana Implementasi

Rencana implementasi terdiri dari perencanaan jangka pendek meliputi periode 1 sampai 2 tahun, sedangkan pencanaan jangka panjang meliputi periode sampai dengan 5 tahun. Dalam penelitian ini direkomendasikan untuk implementasikan dalam jangka waktu 2 tahun. Berikut adalah tabel 6 rencana implementasinya.

Tabel 6
Rencana Implementasi SI/TI di PT. XYZ

Rekomendasi	Tahun	
	2022	2023
<i>E-CRM</i>	√	
Sistem Informasi Riset & Quality Produk		√
Sistem Evaluasi Karyawan		√

Keterangan Rekomendasi:

1. *E-CRM*

Tujuannya adalah meningkatkan kinerja pemasaran untuk jangka waktu yang panjang dan memperluas jangkauan pelanggan, karena *E-CRM* yang dibuat dapat digunakan dalam mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, sehingga tercipta hubungan yang baik antara pelanggan dan perusahaan. Masuk dalam kuadran *High Potential*.

2. Sistem Informasi *Stability* Produk.

Tujuannya adalah meningkatkan dan memaksimalkan pengelolaan data riset dan analisa *stability* produk coklat. Masuk dalam kuadran *High Potential*

3. Sistem Evaluasi Karyawan.

Tujuannya adalah meningkatkan SDM yang memadai dan unggul dalam pekerjaan, sehingga menghasilkan produk coklat yang stabil dan bermutu tinggi. Masuk dalam kuadran *Strategic*.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka ditarik simpulan yaitu pada lingkungan eksternal dan internal bisnis SI/TI pada PT. XYZ, maka perlu dibuat (1) *E-CRM*, untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, sehingga tercipta hubungan yang baik antara pelanggan dan perusahaan. (2) Sistem Informasi *Riset and Quality* Produk, untuk memaksimalkan pengelolaan data riset dan analisa *stability* produk coklat. (3) Sistem Evaluasi Karyawan, untuk meningkatkan SDM yang memadai dan unggul dalam pekerjaan, sehingga menghasilkan produk coklat yang stabil dan bermutu tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis memberikan saran perlunya dilakukan komparasi atau perbandingan metode lain dalam perencanaan strategis bisnis SI/TI, agar strategi yang dihasilkan menjadi lebih tepat sararan, berdasarkan kebutuhan suatu organisasi atau perusahaan.

DAFTAR RUJUKAN

- Chandra, C. J. (2016). Perencanaan Strategis Sistem Informasi dan Teknologi Informasi Menggunakan Metode Ward dan Peppard. In *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi*.
- Christiana Dewi Basuki, R. (2017). Analisis Value Chain Dalam Upaya Peningkatan Competitive Advantage. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga*, 27(2), 238–253. <https://doi.org/10.20473/jeba.V27I22017.238>
- Destyarini, S. A., & Tanaamah, A. R. (2021). Pendekatan Metode Ward And Peppard Untuk Perencanaan Strategis Sistem Informasi DISPERINNAKER Kota Salatiga. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 8(2), 480–493. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v8i2.899>
- Dewi Retnowati, N. (2020). *Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Studi Kasus: PT Intan Pariwara Klaten*.
- Firmansyah, Y., & Purwaningtias, D. (2017). Tinjauan Metodologi Ward dan Peppard dalam Menentukan Perencanaan Strategis SI/TI pada Perusahaan. *CYBERNETICS*, 1(2), 70–82.
- Lah, A., Rahardja, Y., & Sitokdana, M. N. N. (2017). Perencanaan Strategis Sistem Informasi Menggunakan Metode Ward and Peppard pada PT. Serasi Autoraya.

Jurnal Sebatik.

- Pelawi, D., Franky, Willy, C., & Irwanza, B. (2021). *Perencanaan Strategi Sistem dan Teknologi Informasi pada PT. Tripuri Mitra Nobelindo.*
- Rahardja, Y., Ayu, O., & Wijaya, A. F. (2020). Perencanaan Strategis Sistem Informasi Pada Perusahaan Otobus Royal Safari. *Jurnal Bina Komputer*, 1(1), 54–60.
- Skawanti, J. R. (2018). Perencanaan Strategis Sistem Informasi pada Perusahaan Farmasi. In *Komputasi* (Vol. 15, Issue 2).
- Utami, Y., Nugroho, A., & Wijaya, A. F. (2018). Perencanaan Strategis Sistem Informasi dan Teknologi Informasi pada Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kota Salatiga. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 5(3), 253. <https://doi.org/10.25126/jtiik.201853655>
- Ward, J. and J. P. (2002). Strategic Planning for Information System 3rd ed. *John Wiley & Sons, 2002, England.*
- Wedhasmara, A. (2009). Langkah-Langkah Perencanaan Strategis Sistem Informasi dengan Menggunakan Metode Ward and Peppard. In *Jurnal Sistem Informasi (JSI)* (Vol. 1, Issue 1). <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index>