

SKRIPSI

**PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI PADA
LOTTE GROSIR PALEMBANG**



Oleh:

Sasqia Taffa Maulidita

1721240077

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER DAN REKAYASA
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG
PALEMBANG
2022**

**Fakultas Ilmu Komputer dan Rekayasa
Universitas Multi Data Palembang**

Program Studi Sistem Informasi
Skripsi Sarjana Komputer
Semester Genap Tahun 2021/2022

**PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI PADA
LOTTE GOSIR PALEMBANG**

Sasqia Taffa Maulidita

1721240077

Abstrak

Lotte Grosir termasuk dalam jaringan *hypermarket* bentuk khusus yaitu wholesaler yang terdapat di beberapa kota besar, seperti Palembang, Konsep *wholesaler* ini membuat Lotte Grosir memang mempunyai konsumen tersendiri, yang merupakan B2B (*Business to Business*) yang artinya konsumen akan membeli barang dengan jumlah banyak dan akan dijual kembali kepada konsumen lain secara ecer atau retail. Lotte Grosir perlu untuk tetap mempertahankan pelanggannya, karena persaingan yang semakin ketat di industri ritel. Program-program yang sudah dibuat Lotte Grosir diupayakan dapat untuk mempertahankan eksistensi dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, dibuatlah perencanaan strategis Sistem Informasi dan Teknologi Informasi untuk meningkatkan pelayanan dan kinerja didalam toko. Dengan menggunakan Metode Ward and Peppard dengan analisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal bisnis, dan analisis SWOT, PESTEL, *Value Chain*, *Balance ScoreCard*, dan *Mc Farlan Strategic Grid*. Dan keluaran berupa strategi bisnis SI/TI yang diharapkan mampu meningkatkan proses bisnis terutama dalam perencanaan yang sudah dirancang sedemikian rupa pada Lotte Grosir Palembang.

Kata Kunci : *Ward and Peppard*, Perencanaan Strategi SI, analisis SWOT, PESTEL, *Value Chain*, *Balance ScoreCard*, dan *Mc Farlan Strategic Grid*.



BAB 1

PEDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya dunia bisnis, baik bisnis dalam bidang jasa maupun manufaktur, para pengusaha harus berhati-hati untuk memberikan kinerja dan pelayanan yang baik kepada konsumen. Khususnya yang bergerak dalam bidang penjualan jasa kepada konsumen yang menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha yang sejenis. Perkembangan teknologi yang digunakan juga semakin canggih dan modern yang akan membuat persaingan bisnis di bidang jasa semakin ketat. Persaingan ini telah mendorong banyak pelaku bisnis di industri jasa untuk terus meningkatkan pelayanan agar dapat bertahan dan mendapatkan kepercayaan dari pelanggannya. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa akan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya. Untuk memberikan kepuasan dan mendapatkan kepercayaan pelanggan, perusahaan jasa harus memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan layanan yang memenuhi harapan pelanggan. Namun, memahami kebutuhan pelanggan dan memahami kualitas layanan yang di berikan bukanlah tugas yang mudah, kualitas layanan tidak di ciptakan melalui proses produksi sebuah pabrik dan

kemudian di berikan kepada pelanggan sebagai komoditas yang berkualitas.

Terdapat 4 karakteristik dalam bidang jasa yaitu *Intangibility* (tidak terwujud), *Inseparability* (tidak dipisahkan), *Variability* (keanekaragaman), *Perishability* (tidak dapat tahan lama). Kualitas pelayanan merupakan salah satu kriteria keberhasilan untuk mengukur jaminan pelayanan kepada pelanggan. Kualitas layanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau layanan dalam hal kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau potensial, menekankan pada orientasi pada pemenuhan harapan pelanggan untuk memperoleh kemampuan untuk pemakaian (*fitness for use*) (Tjiptono dalam Hadiyati, 2009).

Sektor jasa yang berkembang pesat adalah jasa retail, seperti minimarket, supermarket, dan *hypermarket* sebagai penyedia layanan untuk berbagai kebutuhan rumah tangga. Menjamurnya bisnis ini telah memaksa para pengusaha bisnis untuk mengembangkan dan meningkatkan setiap aspek keberadaannya. Tidak hanya di kota, tetapi juga di sekitar pemukiman penduduk, mini market pun bertebaran. Hal ini membuktikan bahwa bisnis benar-benar mendominasi perekonomian di Indonesia.

Keberadaan minimarket, supermarket, dan *hypermarket* yang sangat mendominasi jasa retail di Indonesia dan mulai menguasai pasar, agar dapat meningkatkan kualitas, maka pihak seperti minimarket, supermarket, dan

hypermarket harus memiliki pengetahuan mengenai konsumen yang menjadi pusat pasarnya, yaitu faktor yang paling dominan agar dapat mempengaruhi pelanggan untuk setia berbelanja ataupun memilih suatu supermarket atau minimarket. Perbedaan kesesuaian antara persepsi dan harapan karyawan terhadap kualitas layanan yang dapat di terima sehingga dapat menimbulkan kenyamanan tersendiri. Untuk itu, maka pihak manajemen perlu melakukan suatu riset untuk mengetahui harapan konsumen yang sebenarnya sehingga tidak timbul suatu kekeliruan antara keinginan dan harapan konsumen terhadap kualitas layanan yang ada. Sebuah perusahaan bertindak bijaksana bila mengukur kepuasan pelanggan secara teratur. Hal itu dilakukan sebagai bentuk pendekatan terhadap konsumen sebagai komoditi utama. Meskipun demikian bukanlah hal yang mudah untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Hal ini patut di perhatikan karena saat ini konsumen tidak hanya berpedoman pada harga yang murah saja, tetapi juga pada kualitas pelayanan lokasi usaha, dan kualitas produk yang ditawarkan, serta kerapian tata letak produk yang dilakukan dan lain sebagainya.

Lotte Mart termasuk dalam jaringan *hypermarket* dengan bentuk khusus yaitu *wholesaler* berskala internasional yang terdapat di beberapa kota besar, seperti Palembang. Lotte Mart Palembang sebagai salah satu *hypermarket* besar di kota Palembang mempunyai tantangan besar dalam mengembangkan bisnis supermarket. Lotte Mart yang mempunyai pangsa

pasar tersendiri yaitu sebagai *wholesaler* penyedia jasa belanja secara grosir atau jumlah barang yang dijual dengan jumlah yang banyak. Konsep *wholesaler* ini membuat Lotte Mart memang mempunyai konsumen tersendiri, yang kebanyakan digunakan sebagai B2B (*Business to Business*) yang artinya konsumen akan membeli barang dengan jumlah banyak dan akan dijual kembali kepada konsumen lain secara ecer atau retail. Untuk itu, Lotte Mart memberikan harga grosir yang tentu saja akan lebih terjangkau.

Lotte Mart yang sudah memiliki pangsa pasar sendiri sebagai *wholesaler*, perlu untuk tetap mempertahankan pelanggannya, karena persaingan yang semakin ketat di industri ritel. Oleh karena itu, agar Lotte Mart tetap menjadi pilihan utama pelanggan, Lotte Mart harus mempertahankan selalu pelanggannya. Program-program yang dibuat Lotte Mart di harapkan dapat untuk mempertahankan eksistensi dan kepuasan pelanggan.

Beberapa usulan serta keluhan dari pelanggan yang menunjukkan bahwa untuk mempertahankan pelanggan membutuhkan lebih dari program-program yang sudah di tawarkan. Keluhan dari pelanggan yang beberapa kali di terima oleh Lotte Mart antara lain adalah seperti harga barang di barcode berbeda dengan yang tertera di sistem kasir. Karena kepuasan pelanggan indikator penting untuk membangun hubungan pelanggan. Tanpa rencana untuk mendukung sektor SI/TI, perusahaan mempertahankan pelanggannya dengan

berbagai cara. Loyalitas dapat di gunakan untuk menjelaskan kesediaan pelanggan untuk berlangganan secara terus menerus pada sebuah perusahaan dalam jangka waktu yang lama serta menggunakan strategi pemasaran dari sudut pandang SI/TI dengan tujuan untuk menemukan usulan strategi bisnis yang dapat dilakukan, usulan perbaikan organisasi untuk pencapaian strategi bisnis, dan rancangan strategi sistem informasi di lakukan untuk memberikan gambaran logis dampak strategi bisnis terhadap lingkungan bisnis supermarket di Kota Palembang. Observasi yang dilakukan untuk mengkonfirmasi apakah hasil analisis sesuai dengan objek yang di hadapi.

Strategi yang belum berjalan ataupun belum ada sudut pandang dari SI/TI itu sendiri dan untuk mencapai kesuksesan, maka dari itu di buatlah perencanaan untuk meningkatkan kemajuan perusahaan tersebut. Dengan demikian, judul yang diajukan peneliti yaitu **“PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI PADA LOTTE GOSIR PALEMBANG”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, penulis merumuskan permasalahan berdasarkan tema sebagai berikut.

1. Menemukan strategi bisnis yang mengatasi perbedaan antara gagasan, karakter dan strategi pemilik, dan lingkungan perusahaan terhadap gagasan utama dari strategi kompetitor dan lingkungan bisnis eksternal.

2. Merencanakan dan meningkatkan kegiatan bisnis untuk mencapai visi & misi.
3. Bagaimana menciptakan perencanaan strategis yang baik yang dapat diterapkan pada Lotte Grosir Palembang.
4. Berdasarkan pada analisis SI/TI yang berjalan saat ini menggunakan *framework* metode *Ward and Peppard*.
5. Menganalisa perbedaan lingkungan antara bisnis internal dan strategi bisnis yang telah dirumuskan untuk menemukan strategi SI/TI, strategi manajemen SI/TI dan strategi TI.

1.3 Ruang Lingkup

Penulis menyadari bahwa adanya batasan pada penelitian ini, resiko penyimpangan arah penelitian, dan pelebaran masalah. Oleh karena itu agar penelitian lebih ter-arah dan tujuan penelitian ini tercapai, Maka ruang lingkup diperlukan untuk mengidentifikasi batasan masalah serta lingkup penelitian sebagai berikut.

1. Metodologi yang akan digunakan ialah Perencanaan Strategis Sistem Informasi menggunakan metode Ward dan Peppard, dengan bukunya yang berjudul *The Strategic Management of Information System 4rd Edition (2016)*.
2. Strategi bisnis tidak diperoleh langsung dari pemilik dan manajer, melainkan analisis dari pengamatan, observasi dan wawancara pada orang

yang berkaitan dengan lingkungan bisnis internal ataupun eksternal Lotte Grosir Palembang.

3. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yang di sarankan pada metodologi Perencanaan Strategis Sistem Informasi yang disusun oleh *Ward and Peppard* dan alat bantu lain yang mendukung. Dengan batasan bahwa alat bantu tersebut dapat membantu penelitian ini. Contoh alat bantu yang dapat digunakan seperti *Competitor Analysis, Four Corners Analysis, GAP Analysis, Five Force Competitive, PESTEL, SWOT, BSC., Value Chain, McFarlan Strategic Grid.*
4. Usulan yang akan di ajukan ialah usulan strategi SI/TI, usulan teknologi yang akan di gunakan untuk strategi SI/TI, estimasi biaya pengerjaan SI/TI, estimasi waktu implementasi pengadaan SI/TI dan usulan *future application portfolio.*

1.4 Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan ruang lingkup maka maksud penulis dalam penelitian ini dirumuskan pada tujuan dan manfaat di bawah ini.

1.4.1 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan rencana strategi dengan menggunakan metode *Ward snd Peppard,* yang di harapkan

dapat menentukan perilaku yang diusulkan oleh perusahaan dalam jangka panjang. lingkungan bisnis internal, analisis bisnis eksternal, analisis lingkungan SI/TI internal, dan analisis lingkungan S/TI eksternal menghasilkan tahap-tahap awal strategis manajemen dalam bentuk usulan struktur organisasi. Diharapkan dapat membantu pencapaian visi perusahaan.

1.4.2 Manfaat

1. Mampu mengidentifikasi kelemahan apa saja bagi organisasi sehingga organisasi tersebut dapat memecahkan masalah dan mampu memberikan solusi terbaik bagi Lotte Grosir Palembang.
2. Sebagai penerapan untuk membantu organisasi untuk menentukan kebutuhan sistem informasi kedepannya.
3. Mendapatkan kesimpulan tindakan yang harus dilakukan oleh organisasi.

1.5 Metode Pengembangan Sistem

Metode analisis data pada penelitian ini mengikuti metodologi *Ward dan Peppard* yang terdiri dari tiga tahap.

1. Tahap masukan (*Input Phase*)

Pada tahap ini data yang telah di kumpulkan berupa informasi di masukan dalam input model perumusan rencana strategis Ward dan Peppard. Informasi tersebut berupa hasil wawancara dan observasi yang

ditemukan selama penelitian. Input dan alat bantu yang di perlukan dari model tersebut adalah sebagai berikut.

a. Lingkungan Bisnis Eksternal (*External Business Enviroment*)

Lingkungan bisnis eksternal merupakan lingkungan yang berada di luar organisasi perusahaan, tetapi memberikan pengaruh terhadap organisasi secara tidak langsung. Alat bantu yang digunakan pada penelitian ini adalah *Competitor Analysis*, *Four Corners Analysis*, *Five Force Competitive* dan *PESTEL*.

b. Lingkungan Bisnis Internal (*Internal Business Enviroment*)

Lingkungan bisnis internal merupakan lingkungan yang berada di dalam organisasi perusahaan yang di pengaruhi oleh keputusan strategis pemilik atau direksi, sumber daya, proses dan nilai yang dimiliki organisasi. Alat bantu yang digunakan pada penelitian ini *Gap Analysis*, *SWOT*, *Balanced Scorecard* dan *CSFs*.

c. Lingkungan SI/TI Internal (*Internal SI/TI Enviroment*) Lingkungan

SI/TI internal merupakan lingkungan sistem informasi dan teknologi yang dimiliki oleh organisasi saat ini beserta kemampuan sumber daya manusia yang mengoperasikan teknologi tersebut.

d. Lingkungan SI/TI Eksternal (*External SI/TI Enviroment*)

Lingkungan SI/TI eksternal merupakan lingkungan teknologi yang berada di sekitar organisasi seperti tren teknologi, SI/TI yaang digunakan di

luar organisasi dan kesempatan penggunaan teknologi.

2. Tahap proses (*Process Phase*)

Pada tahap ini merupakan kegiatan mencermati dan menelaah informasi yang didapat pada masing-masing alat bantu. Terdapat tiga kegiatan yang dilakukan sebagai berikut.

- a. Perumusan Strategi SI/TI merupakan kegiatan perumusan strategi yang memanfaatkan teknologi, aplikasi, dan sistem informasi yang membantu strategi bisnis atau menciptakan strategi bisnis baru.
- b. Perumusan Strategi Manajemen SI/TI merupakan strategi manajemen yang diperlukan untuk membantu SI/TI. Strategi tersebut dapat berupa perbaikan organisasi, prosedur atau proses.
- c. Perumusan Strategi TI merupakan strategi yang merumuskan teknologi apa saja yang dapat digunakan untuk menunjang strategi SI/TI, beserta estimasi biaya dan waktu implementasi teknologi .

3. Tahap keluaran (*Output Phase*)

Tahap keluaran merupakan tahap yang menyajikan usulan apa saja yang diperlukan organisasi untuk menjalankan strategi bisnis, baik usulan SI/TI, usulan perbaikan organisasi, usulan TI, estimasi biaya pengadaan SI/TI, estimasi waktu proyek SI/TI dan usulan *future application portfolio*. Penyajian tersebut dalam bentuk *future application portfolio*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran mengenai bab yang akan di ciptakan dalam pembuatan skripsi.

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang, permasalahan, ruang lingkup, metode pengembangan sistem, tujuan dan manfaat, dan sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas beberapa teori yang berhubungan dengan penulisan skripsi. Pada bab tersebut berisi tentang teori dasar, dan beberapa konsep penting mengenai judul skripsi.

BAB 3 METODOLOGI KEPUTUSAN

Dalam bab ini, penulis menjelaskan metodologi yang digunakan dalam penelitian, yaitu metode pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan proses pengumpulan informasi sehingga menentukan apa saja yang menjadi kebutuhan sistem yang diusulkan.

BAB 5 PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abe, Alexander. 2005. *Perencanaan Daerah Partisipatif*. Yogyakarta : Pustaka Jogja Mandiri.
- Amir Hossein Ghapanchi, Amir Talaei-Khoei dan Pradeep Ray,. 2015, Strategic Information System Planning in Healthcare Organizations, *Journal of Organizational and End User Computing*, 27(2), 1-31.
- A. Wedhasmara, “Langkah-Langkah Perencanaan Strategis Sitem Informasi dengan menggunakan Metode Ward and Peppard, “ *Jurnal Sistem Informasi*, pp. 14-22, 2009
- Bintoro, Tjokromidjojo, 2003, *Administrai Pembangunan*, Bumi Aksara, Jakarta.
- G. A. F. Maulani and N. A. Hamdani, “Perencanaan Strategis Sistem Informasi pada Perguruan Tinggi Swasta di Indonesia, “ *J. Petik*, Vol. 4, no. 2, pp. 162-166, 2018.
- J. Ward and J. Peppard, “Strategic planning for an information system., 3rd ed,” John Wiley & Sons, LTD, 2002., vol. 8 Pt 2, 2002.
- Manoppo, F., Informasi, J. S., & Raya, P. (n.d.). *2 nd Seminar Nasional IPTEK Terapan (SENIT) 2017 Tegal-Indonesia*.
<http://conference.poltektegal.ac.id/index.php/senit2017>
- Permata, Syafira, A., (2019). Perencanaan Strategis Digital dengan Metode Ward and Peppard. Studi kasus Moladin. (*Jurnal Teknologi Informasi dan Sistem Informasi*).
- Purnama Indra, I.P., Noviana, G., (2020). Perencanaan Strategis Sistem Informasi Menggunakan Metode Ward and Peppard. Studi Kasus Universitas Sangga Buana YPKP Bandung. *Jatisi (Jurnal Teknologi Informasi dan Sistem Informasi)*.
- Permata Ayesha Safira, *Skripsi Perencanaan Strategi Digital Dengan Metode Peppard And Ward (Studi Kasus: Moladin)*. (n.d.).

- Sholihah Widiati, I., & Utami, E. (2015). Perencanaan Strategis Sistem Informasi Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Sekolah Islam Terpadu. *Citec Journal*, 2(4).
- W. Widiyanto, “Analisa Metodologi Pengembangan Sistem Dengan Perbandingan Model Perangkat Lunak Sistem Informasi Kepegawaian Menggunakan Waterfall Development Model, Model Prototype dan Model Rapid Application Development (Rad),” *Jurnal Informa Politeknik Indonusa Surakarta*, vol. 1, pp. 34-40, 2018.
- Widhiarso, W., & Palit, E. B. (2021). Model Ward dan Peppard untuk Perencanaan Strategis Sistem Informasi Bisnis Hotel. <http://jurnal.mdp.ac.id>

