

STRATEGI PENINGKATAN PELAYANAN MENGGUNAKAN *BLUE OCEAN STRATEGY* DAN *BALANCED SCORE CARD* (STUDI KASUS GEOFF MAX FOOTWEAR)

Sri Kurniasih, S.T., M.Kom.¹, Sarah Latifah²

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi STMIK LPKIA

Jln. Soekarno Hatta No. 456 Bandung 40266, Telp. +62 22 75642823, Fax. +62 22 7564282

¹sri.kurniasih@yahoo.co.id, ²sarahlatifah23@gmail.com

Abstrak

E-commerce bagi perusahaan merupakan langkah strategi untuk mengimbangi kebutuhan dalam persaingan bisnis. Dalam menjalankan bisnis seperti itu tidaklah mudah, semakin marak situs belanja *online*, menjadi gaya persaingan perusahaan dalam berkompetisi. Salah satu cara perusahaan agar mendapatkan laba bukan hanya dari segi memenangkan persaingan saja, melainkan inovasi dalam berbisnis juga kini memiliki nilai yang tinggi dalam mencapai kesuksesan suatu perusahaan. Geoff Max Footwear merupakan salah satu perusahaan yang sebaiknya keluar dari zona persaingannya dengan berinovasi. Inovasi yang diciptakan tidak hanya dari segi produk, melainkan dari segi pelayanan, dimana hal ini terkadang terlupakan atau disepelekan oleh kebanyakan perusahaan-perusahaan *e-commerce* saat ini. Untuk itu dibutuhkan perencanaan strategi dari sisi pelayanan yang dapat membuat inovasi baru sehingga dari segi pelayanan menjadi lebih cepat, memuaskan dan ekonomis. Perencanaan strategis sistem informasi pada penelitian ini menggunakan analisa pendekatan *Blue Ocean Strategy* dan *Balanced Score Card*. Tujuan dari perpaduan pendekatan *Blue Ocean Strategy* dan *Balanced Score Card* adalah untuk menghasilkan suatu perencanaan strategis bagi perusahaan situs belanja *online* yang berbeda dari layanan perusahaan situs belanja *online* lainnya serta biaya yang dikeluarkan layak secara ekonomis dan mampu menghasilkan keuntungan jangka panjang.

Kata Kunci : perencanaan strategis sistem informasi, *Blue Ocean Strategy*, *Balanced Score Card*

1. Pendahuluan

Dalam mencapai sasaran bisnis perusahaan, Sistem Informasi merupakan hal penting yang dibutuhkan dalam mengelola perkembangan kinerja dan mendukung strategi bisnis suatu perusahaan. Dalam upaya mengoptimalkan Sistem Informasi, suatu perusahaan perlu membuat perencanaan strategi bisnis yang baik dan tepat, tentunya harus selaras dengan strategi bisnis yang dijalankan. Namun, dalam pencapaiannya ada beberapa gangguan yang diantaranya disebabkan oleh kekurangan dari kondisi organisasi. Apabila perusahaan tidak tepat dalam membuat perencanaan strategi bisnis, maka perusahaan tersebut harus siap dalam menghadapi penurunan daya saing.

Bagi sebuah perusahaan yang menjalankan bisnis *e-commerce* seperti situs belanja *online*, persaingan sangatlah ketat dan untuk menjadi yang unggul bukanlah perkara mudah. Perusahaan harus berjuang untuk saling berkompetensi dengan para pesaingnya. Akan tetapi, cara untuk sebuah perusahaan mendapatkan laba bukan hanya dari segi memenangkan persaingan saja. Inovasi dalam berbisnis juga memiliki nilai yang tinggi dalam mencapai kesuksesan suatu perusahaan. Untuk itu, Geoff Max Footwear sebaiknya keluar dari zona aman dalam strategi persaingannya dengan berinovasi. Inovasi yang di ciptakan tidak hanya dari

segi produk, melainkan dari segi pelayanan yang mana terkadang di lupakan atau di sepelekan oleh kebanyakan perusahaan-perusahaan *e-commerce* saat ini.

Sistem informasi untuk mendukung perencanaan strategis merupakan suatu pendekatan mengenai hal-hal apa saja yang dianggap efektif dan efisien untuk memenuhi dari kebutuhan informasinya. Salah satu pendekatan yang digunakan dalam perencanaan strategi ini adalah *Blue Ocean Strategy* yang diintegrasikan dengan *Balanced Score Card*, yaitu strategi bisnis yang menerapkan penguasaan ruang pasar yang tidak diperebutkan (*uncontested market space*) sehingga membuat persaingan menjadi tidak relevan.

1.1. Rumusan Masalah

Adapun beberapa permasalahan yang ada dapat di rumuskan seperti dibawah ini :

1. Perlunya perancangan strategi bisnis *e-commerce* yang baik dan tepat serta selaras dengan Sistem Informasi di perusahaan.
2. Kebutuhan pelanggan akan memperoleh kemudahan dan respon yang cepat dalam pelayanan penjualan, salah satunya pada proses pengiriman.

3. Perlunya inovasi baru dalam pelayanan *e-commerce* yang cepat, tepat, dan bermanfaat.
4. Perlunya strategi untuk meningkatkan kecepatan pelayanan informasi proses pengiriman barang.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian Perencanaan Strategi Sistem Informasi ini adalah sebagai berikut :

1. Merancang layanan Sistem Informasi berdasarkan proses bisnis yang diperlukan guna mencapai tujuan perusahaan
2. Menyusun Perencanaan Strategis Sistem Informasi yang dapat meningkatkan pelayanan kepada pelanggan.
Menyusun Perencanaan Strategis Sistem Informasi sehingga mampu menjawab kebutuhan akan informasi yang tepat waktu dan tepat guna.

1.3. Ruang Lingkup

Berdasarkan permasalahan yang ada diatas maka perlu membatasi ruang lingkup dari permasalahan tersebut. Adapun permasalahan yang akan dibahas meliputi :

1. Perencanaan strategis Sistem Informasi di perusahaan Geoff Max Footwear untuk jangka panjang (5-10 tahun).
2. Strategi Sistem Informasi yang dikembangkan untuk meningkatkan pelayanan diharapkan dapat menjadi strategi pelayanan yang baik, cepat, tepat, bermanfaat serta sesuai dengan metode *Blue Ocean Strategy*.

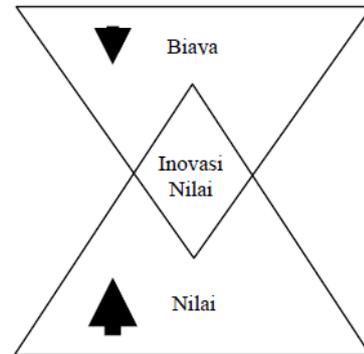
Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penggabungan dari metode *Blue Ocean Strategy* dan *Balanced Score Card*

2. Dasar Teori

2.1 Blue Ocean Strategy

Menurut W. Chan Kim. and Muborgne dalam bukunya yang berjudul *Blue Ocean Strategy: Menciptakan Ruang Pasar Tanpa Pesaing dan Biarkan Kompetisi Tak Lagi Relevan*, mengemukakan bahwa pengertian *Blue Ocean Strategy* (BOS) adalah sebuah proses manajemen strategis yang mampu mengubah paradigma pelaku bisnis dalam menghadapi persaingan. BOS adalah mengenai bagaimana menguasai ruang pasar yang tidak diperebutkan sehingga dengan demikian persaingan menjadi tidak relevan. Pasar yang bebas dari kompetisi ini disebut sebagai *Blue Ocean* atau samudera biru sementara yang sarat dengan persaingan adalah *Red Ocean*. [11] Pendekatan BOS menekankan pada kesetaraan antara nilai dan inovasi. Perpaduan antara inovasi dan nilai menghendaki adanya cara-cara yang dilakukan untuk memberikan manfaat kepada konsumen dan perusahaan.

Pada gambar berikut ini menjelaskan inovasi nilai yang diciptakan dengan menekan biaya dan meningkatkan nilai bagi konsumen.

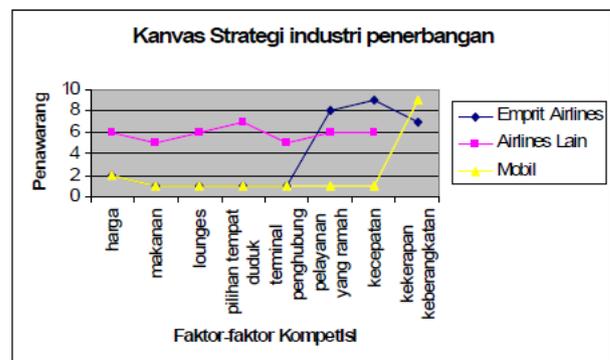


Gambar 2. 1 Diagram Usaha Menciptakan Diferensiasi dan Biaya Rendah (Kim dan Mauborgn, 2006)

Pendekatan yang sistematis yang dirancang oleh Kim dan Mauborgne dalam membuat *Blue Ocean Strategy* secara garis besar terdiri dari enam prinsip strategi yang terkelompok dalam dua prinsip yaitu Prinsip Perumusan dan Prinsip Pelaksanaan.

Kanvas Strategi.

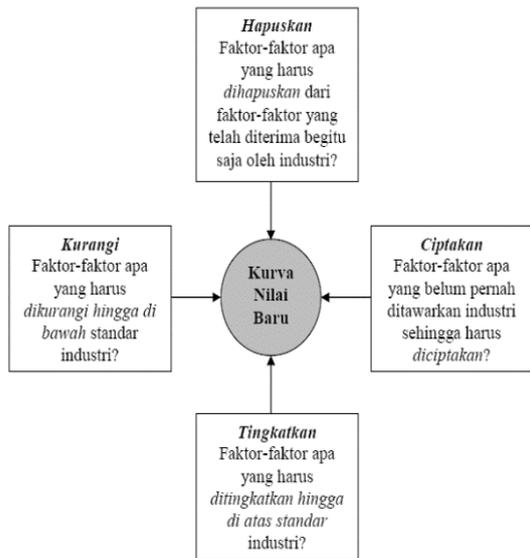
Beberapa *tools* dalam kerangka kerja BOS salah satunya adalah kanvas strategi. Gambar berikut ini adalah contoh sebuah kanvas strategi industri penerbangan, yang menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam industri penerbangan.



Gambar 2. 2 Contoh Kanvas Strategi Industri Penerbangan (Kim dan Mauborgn, 2006)

Kerangka Kerja 4 langkah

Dalam usaha menciptakan inovasi, nilai dapat diterjemahkan dengan efisiensi biaya produksi dan menciptakan nilai lebih bagi konsumen. Untuk membantu menerjemahkan hal-hal apa saja dari faktor-faktor yang menentukan dalam industri diketengahkan dalam Kerangka kerja 4 langkah (*Four Action Framework*) Seperti dijelaskan dalam Gambar berikut ini:



Gambar 2.3 Kerangka Kerja Empat Langkah (Kim dan Mauborgn, 2006)

2.2 Balanced Score Card

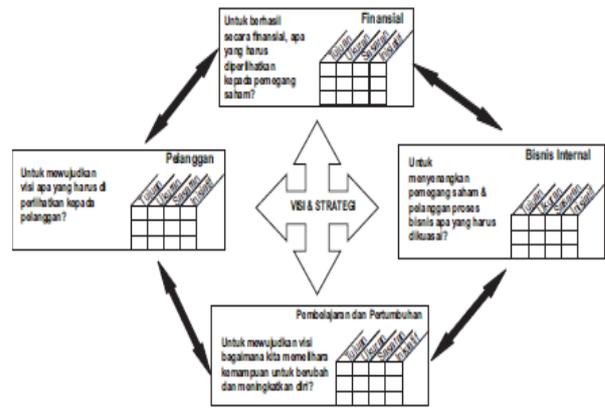
Menurut Rudianto dalam bukunya yang berjudul Akuntansi Manajemen : Informasi untuk Pengambil Keputusan Manajemen, mengemukakan bahwa pengertian *Balanced Score Card* adalah : “merupakan alat manajemen kotemporer untuk menilai kinerja eksekutif perusahaan yang mencakup keuangan, pelanggan, proses bisnis, pembelajaran dan pertumbuhan”.

Dalam kerangka kerja *Balanced Scorecard*, visi dan strategi perusahaan menghasilkan empat perspektif pengukuran,yaitu: keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan (*learning and growth*).

Perusahaan yang menggunakan *scorecard* sebagai sistem manajemen strategis, untuk mengelola strategi jangka panjang akan menghasilkan proses manajemen sebagai berikut:

1. Memperjelas dan menerjemahkan visi dan strategi perusahaan,
2. Mengkomunikasikan dan mengkaitkan berbagai tujuan dan ukuran strategis,
3. Merencanakan, menetapkan sasaran, dan menyelaraskan berbagai inisiatif strategis,
4. Meningkatkan umpan balik dan pembelajaran strategis.

Gambaran keterkaitan antar perspektif tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Robert S. Kaplan dan David P. Norton, *Balanced Scorecard* (2008,8)

Gambar 2.4 Balanced Score Card (Robert. S.Kaplan dan David P. Norton, 2008)

3. Hasil Penelitian

Analisis dilakukan dengan menggunakan tool’s analisis *Blue Ocean Strategy* sehingga dapat di ketahui beberapa faktor yang bisa mempengaruhi perusahaan dalam hal ini sebuah perusahaan yang mengimplementasikan *e-commerce* sebagai alat bantu bisnis nya.

Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan perusahaan *e-commerce* :

1. Harga
2. Promosi
3. Kualitas Produk
4. Variasi Produk
5. Pelayanan yang ramah
6. Pelayanan yang cepat
7. Kemudahan Transaksi
8. Garansi
9. Produk Lengkap

3.1 Analisis Blue Ocean Strategy

Berdasarkan kondisi tingkat persaingan pada perusahaan *e-commerce*, untuk menerapkan *Blue Ocean Strategy* perlu dilakukan langkah-langkah strategis untuk berpindah dari kondisi Samudera Merah ke Samudera Biru.

Karena itu membuat sebuah kanvas strategi dilakukan kerangka kerja 4 langkah menuju *Blue Ocean Strategy* yaitu:

1. Hapuskan

Garansi bukan lagi menjadi faktor yang menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih produk. Sehingga, faktor ini tidak memiliki pengaruh terhadap kuantitas penjualan produk Geoff Max Footwear. Hal ini dikarenakan pelanggan lebih mempertimbangkan kualitas produk yang baik dibandingkan

mempertimbangkan faktor garansi. Geoff Max Footwear harus meyakinkan bahwa setiap produk yang dijual merupakan produk yang berkualitas sehingga pelanggan merasa aman ketika membeli produk meskipun tanpa garansi. Selain itu, pihak Geoff Max Footwear juga sebaiknya memberikan informasi detail tentang produk seperti material, ukuran, *size chart*, gambar, dan membuat kebijakan pembelian apabila barang yang sudah dibeli karena kesalahan pelanggan tidak dapat dikembalikan, misalnya pelanggan membeli produk sepatu dan meminta di retur karena ukurannya tidak pas (Kebesaran/Kekecilan).

2. Kurangi

a. Variasi Produk yang Beragam

Variasi produk yang beragam berpengaruh kecil terhadap kuantitas penjualan produk. Hal ini dikarenakan pelanggan Geoff Max Footwear adalah anak-anak muda khususnya laki-laki yang memiliki kecenderungan cepat bosan dan mempunyai ketertarikan terhadap model produk yang sederhana dan tidak pasaran. Oleh karena itu, Geoff Max Footwear sebaiknya membuat produk yang kuota produksinya terbatas tapi tetap *up to date*.

b. Harga

Faktor harga merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan para pelanggan dalam memilih produk. Karena menjual produk yang sama dengan para pesaing, Geoff Max Footwear tidak bisa bebas dengan leluasa sehingga keuntungan yang didapatkan bergantung kepada perubahan harga yang ditetapkan oleh para pesaing. Tetapi, dengan menciptakan produk yang berbeda dengan para pesaing dan memiliki pasar sendiri maka Geoff Max Footwear tidak akan bergantung pada pesaing dalam menentukan harga produk. Dengan meningkatkan kualitas design produk, konsumen pun akan menerima harga yang dipasang oleh Geoff Max Footwear karena sesuai dengan kualitas produk yang dibeli.

c. Promosi

Promosi tidak hanya bisa dilakukan dengan biaya yang besar, namun dengan biaya rendah pun promosi masih bisa dilakukan. Banyaknya fasilitas media sosial dan fasilitas internet seperti *website* promosi bisa dilakukan dengan biaya yang tidak mahal. Geoff Max Footwear sebaiknya tidak banyak mengeluarkan biaya untuk periklanan secara online maupun *offline*. Khususnya Geoff Max Footwear perlu meminimalisir biaya promosi berbayar di media sosial, akan tetapi dapat melibatkan para pengikut-pengikutnya di media sosial dan mengadakan *give away* apabila *followers* melakukan *spam like* dan komentar. Hal tersebut berpengaruh besar karena dapat menjadi kiriman rekomendasi populer bagi akun lain yang tidak mengetahui Geoff Max Footwear sehingga *followers* pun akan bertambah dan ada peluang tertarik untuk berbelanja.

3. Tingkatkan

a. Kecepatan Waktu Memproses Pesanan

Faktor ini sangat berperan penting karena berkaitan langsung dengan kepuasan pelanggan. Apabila terdapat hambatan yang dapat memperlambat proses *Order*, pelanggan tentunya akan kecewa dan menyesal.

Untuk mencegah hal tersebut, pihak Geoff Max Footwear perlu memberikan laporan dan berkonsultasi dengan pelanggan supaya mengetahui dan menyetujui Syarat dan Ketentuan *Order*. Berikan rentang waktu untuk memproses pesanan. Contohnya apabila ada seorang pelanggan memesan 1 pasang sepatu dan menanyakan berapa lama waktu pengiriman. pada kenyataannya, estimasi barang biasanya sampai 2 sampai 3 hari. Untuk itu, berikan informasi kepada pelanggan bahwa estimasi pengiriman memakan waktu 3 sampai 5 hari. Diluar hal tersebut, buatlah Syarat dan Ketentuan seputar *Order*. Hal ini untuk mencegah terjadinya hambatan pada proses order dan pengiriman pesanan sehingga pelanggan tidak akan merasa kecewa.

b. Karyawan yang Ramah Terhadap Pelanggan

Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan Geoff Max Footwear, maka karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan harus memiliki pengetahuan dalam melayani pelanggan dengan baik. Salah satu metode yang dapat diterapkan yaitu dengan cara memberikan aturan kepada karyawan mengenai standar pelayanan, misalnya dalam membalas pesan dari pelanggan yang berupa pertanyaan, kritik, maupun saran perlu ditanggapi secepat mungkin dengan menggunakan tutur bahasa yang baik dan sopan. Meskipun terdapat pelanggan yang tidak dapat mengendalikan emosi, berikanlah pengertian dan dengarkan apa yang disampaikan oleh pelanggan sehingga pelanggan pun akan merasa dihargai. Namun pelayanan yang diberikan oleh karyawan harus diberikan dengan tulus, sehingga tidak ada kesan seperti robot pada karyawan. Dengan keramahan dari karyawan khususnya yang menangani pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dan tidak akan menyesal untuk terus berbelanja.

c. Produk yang dijual Lengkap

Produk yang dijual oleh Geoff Max Footwear berfokus pada penjualan sepatu. Meskipun begitu, Geoff Max Footwear juga menjual produk selain sepatu yang dikatakan cukup lengkap seperti kaos, kemeja, aksesoris, dan tas. Akan tetapi, sebaiknya tetap meningkatkan produksi barang-barang tersebut dan menyediakan juga produk *unisex* (dapat dipakai oleh pria maupun wanita).

d. Kualitas Material Produk yang digunakan

Dalam upaya menciptakan peningkatan kualitas produk, maka Geoff Max Footwear juga harus selalu memperhatikan kualitas material yang digunakan.

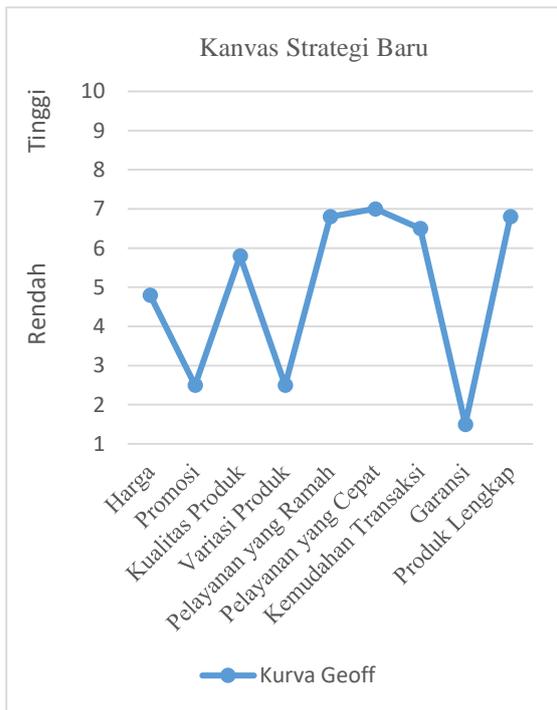
Dengan design yang baru dan kualitas material yang bagus maka Geoff Max Footwear akan meninggalkan para pesaingnya yang mayoritasnya menjual produk yang sama persis satu sama lain.

4. Ciptakan

a. Kemudahan Bertransaksi

Kemudahan bertransaksi yang dimaksud adalah transaksi jual beli antara Geoff Max Footwear dengan pelanggan dan transaksi informasi antara Geoff Max Footwear dengan pelanggan. Faktor kemudahan bertransaksi ini akan memudahkan pelanggan dalam proses jual-beli dan memudahkan untuk mengakses informasi dari Geoff Max Footwear. Menciptakan kemudahan bertransaksi, yaitu dengan cara memperbaiki sistem konfirmasi pembayaran supaya lebih optimal dan tidak ada gangguan saat pelanggan melakukan proses konfirmasi pembayaran di *website*. Selain itu, berikan juga informasi yang jelas terkait cara melakukan transaksi di Geoff Max Footwear sehingga pelanggan dapat mengetahui panduan bertransaksi.

Berdasarkan kerangka kerja empat langkah tersebut, berikut adalah kanvas strategi baru dari perusahaan *e-commerce* Geoff Max Footwear yang baru.



Gambar 3.1 Kanvas Strategi Baru

3.2 Pemetaan Blue Ocean Strategy terhadap Balanced Score Card

Untuk menyelaraskan antara Strategi SI dengan Strategi Bisnis, perlu dipahami terlebih dahulu hubungan antara keduanya dalam perusahaan *e-commerce*. Strategi SI bukan hanya sebagai bagian pendukung saja, tetapi juga berfungsi sebagai penentu kebijakan.

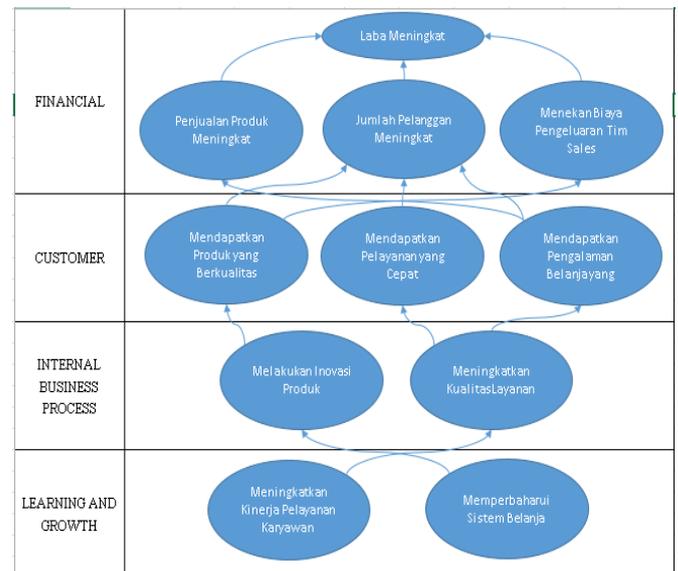
Berikut adalah tabel pemetaan *Blue Ocean Strategy* terhadap *Balanced Score Card*

Tabel 4.1 Pemetaan BOS terhadap BSC

Blue Ocean Strategy	Balanced Score Card			
	Financial	Customer	Internal Business Process	Learning and Growth
Variasi produk yang beragam	√		√	
Kualitas material produk yang digunakan		√	√	
Kecepatan waktu memproses pesanan		√		√
Karyawan yang ramah terhadap pelanggan		√		√
Garansi	√		√	
Harga	√		√	
Promosi	√			√
Kemudahan bertransaksi		√		√
Produk yang dijual lengkap	√		√	

Hasil pemetaan BOS dan BSC dapat diuraikan kembali untuk mendapatkan potensial kebutuhan SI dan TI. Berikut ini analisa kebutuhan SI/TI berdasarkan pemetaan BOS pada BSC.

3.3 Analisa Kebutuhan SI/TI dengan Peta Strategi



Tabel 4.2 menunjukan SI/TI demand dikelompokkan berdasarkan integrasi BOS-BSC.

Tabel 4.2 Sasaran dan Target

Perspektif	Strategi	KPI (tolok ukur)	Ukuran	Target	Keterangan	IS Demand	Potensial Teknol
Financial	Laba Meningkatkan	Laba Perusahaan	Rp	1000.000.000/bulan	Keuntungan Meningkat	Sistem Informasi Akuntansi, Sistem Informasi Analisa	ERP, SCM, Sistem Informasi Manajemen e-commerce
	Penjualan Produk Meningkat	Jumlah Penjualan Bertambah	angka	5000/bulan	Jumlah Penjualan Meningkat	Sistem Informasi Penjualan <i>on line</i>	Sistem Informasi Manajemen e-commerce
	Jumlah Pelanggan Meningkat	Pelanggan Bertambah	angka	5000/bulan	Pelanggan Meningkat	Sistem Informasi Pelayanan, Sistem Informasi Piset Pelanggan	Sistem Informasi Manajemen, CRM, SCM
	Menekan Biaya Pengeluaran	Pengeluaran Berkurang	Rp	5000000/bulan	Biaya Pengeluaran Berkurang	Sistem Informasi Akuntansi	SCM, Sistem Informasi Manajemen e-commerce
Customer	Mendapatkan Produk yang Berkualitas	Memperbaharui Kualitas Produk	rating	5	Kualitas Produk Meningkat	Knowledge Management System	CRM, Sistem Informasi Manajemen e-commerce
	Mendapatkan Pelayanan yang Cepat	Waktu Pelayanan	menit	5 menit (penanganan)	Kecepatan Pelayanan terhadap Pelanggan Meningkat	Sistem Informasi Pelayanan	CRM, Sistem Informasi Manajemen e-commerce
	Mendapatkan Pengalaman Berbelanja yang Menantang	Kepuasan Pelanggan	rating	5	Kepuasan Pelanggan Meningkat	Sistem Informasi Pelayanan	SCM, CRM, CRM, Sistem Informasi Manajemen e-commerce
Internal Business Process	Melakukan Inovasi Produk	Daya Tarik Produk	angka	20 produk /tahun	Meningkatkan Minat Beli Pelanggan	Sistem Informasi <i>On line</i> Jaringan	Sistem Informasi Manajemen e-commerce, <i>Data Mining</i>
	Meningkatkan Kualitas Layanan	Keluhan Pelanggan	angka	0	Tidak ada Keluhan perhari	Sistem Informasi Customer Relation, Knowledge Management	CRM, Sistem Informasi Manajemen e-commerce
Learning and Growth	Meningkatkan Kinerja Pelayanan Karyawan	Pelatihan	angka	2 kali pelatihan intern/bulan	Meningkatkan skill karyawan dalam melayani pelanggan	Sistem Informasi Kepegawaian	Sistem Informasi Human Resource, <i>Data Warehouse</i>
	Memperbaharui Sistem Belanja	Meningkatnya Pengunjung Website	angka	200.000 Pengunjung/bulan	Meningkatkan minat pelanggan terhadap produk	Sistem Informasi Penjualan <i>on line</i>	Sistem Informasi Manajemen e-commerce, <i>Data Mining</i>

Keterangan : *IS Demand* adalah kebutuhan sistem informasi atas strategi yang dibuat dari tiap-tiap perspektif BSC.

5. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan di Geoff Max Footwear yaitu sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian ini, peneliti membuat perancangan strategi sistem informasi dengan membuat kanvas strategi baru beserta sasaran dan target yang dihasilkan dari *Balanced Score Card*.
2. Berdasarkan salah satu hasil dari *IS Demand*, peneliti memilih Sistem Informasi Pelayanan untuk di implementasikan kedalam perangkat lunak berbasis *web*.
3. Dalam mempercepat proses penanganan order sampai informasi pengiriman, peneliti membuat aplikasi Layanan Pelanggan Geoff Max Footwear sebagai tambahan fitur dalam *website e-commerce* yang utama

Adapun saran bagi perusahaan Geoff Max Footwear yaitu:

1. Membuat pengembangan otomatisasi dari proses pembayaran, pengiriman, dan pemberitahuan guna mempermudah proses transaksi.
2. Mengupdate beberapa *software* dan *hardware* untuk mempercepat kinerja proses transaksi, penanganan pelanggan, maupun kegiatan operasional lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. B. b. Ladjamudin, Analisis dan Desain Sistem Informasi, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- [2]. Kadir, Pengenalan Sistem Informasi Edisi Revisi, Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- [3]. K. Kotler, Marketing Management 14th Global Edition, Pearson Prentice Hall, 2012.
- [4]. Susanto, Sistem Informasi Akuntansi, Bandung: Lingga Jaya, 2013.
- [5]. J. W. a. P. Joe, Strategic Planning for Information System, third edition, England: John Wiley & Sons Ltd, 2002.
- [6]. Laudon, K.C, Sistem Informasi Manajemen, Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- [7]. P. A. Mudie Peter, Service Marketing Management Third Edition, Routledge, 2006.
- [8]. R. Tantra, Manajemen Proyek Sistem Informasi, Yogyakarta: Andi Offset, 2012.
- [9]. Rudianto, Akuntansi Manajemen, Informasi untuk Pengambilan Keputusan, Gramedia, Jakarta
- [10]. T. Subatri, Analisis Sistem Informasi, Yogyakarta: Andi Offset, 2012.
- [11]. W. C. Kim. a. Muborgne, Blue Ocean Strategy: Menciptakan Ruang Pasar Tanpa Pesaing dan Biarkan Kompetisi Tak Lagi Relevan, Harvard Business School Publishing Corporation, edisi Indonesia, 2006.
- [12]. S. a. B. Ilman, “Perencanaan Strategik Sistem Informasi pada Perusahaan Penerbitan dengan Metode Ward and Preppard: Studi Kasus pada Penerbit ReKayasa Sains Bandung,” vol. 11, 2012.
- [13]. S. d. Z. A. Hasibuan, “Model Perencanaan Strategis Sistem In formasi Pada Industri Penyiaran Televisi dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy dan Balanced Score Card,” *Jurnal Sistem Informasi*, vol. 3, 2007.
- [14]. M. Riadi, 2013. [Online]. Available: www.kajianpustaka.com/2013/04/perdagangan-elektronik-e-commerce.html. [Diakses 12-2-2017].
- [15]. Wedhasmara, A. (2009). Langkah-langkah Perencanaan Strategis Sistem Informasi dengan Menggunakan metoda Ward and Peppard.[skripsi]. Available: <http://digilib.unsri.ac.id/download/JurnalSI%20Ari%20Wedhasmara.pdf>. [Diakses 10-04-2017]

