

PERENCANAAN STRATEGIS SI/TI MENGGUNAKAN METODE WARD AND PEPPARD DI CV.MAXXINDO

Erwin Teguh Arujisaputra¹, Arfi Alifadanti²

Konsentrasi Sistem Informasi, Program Studi Manajemen Informatika, STMIK LPKIA

¹erwin@lpkia.ac.id, ²arfi1314077@fellow.lpkia.ac.id

Abstrak

Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut setiap perusahaan untuk selalu berinovasi agar dapat memenangkan persaingan, CV. Maxxi Indonesia Communication adalah sebuah *Event Organizer* yang berdiri sejak tahun 2007 dan bergerak pada bidang *Exhibition Organizer* atau lebih luas pada *Meeting, Incentive, Convention, Exhibition (MICE)*. Strategi bisnis yang digunakan dirasa belum mencapai tujuan bisnis terutama pada penggunaan Teknologi Informasi. Sehingga memerlukan Perencanaan Strategis SI/TI yang tepat untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Dengan kondisi tersebut, maka dalam melakukan analisis menggunakan metode Ward and Peppard karena analisis yang lebih rinci mulai dari analisis lingkungan internal dan eksternal bisnis hingga lingkungan internal dan eksternal SI/TI. *Tools* yang digunakan diantaranya adalah analisis SWOT, PEST, *Five Force Competitive*, *Critical Success Factor*, *Value Chain*, dan *Mc Farlan Strategic Grid* yang menghasilkan *Roadmap* untuk rencana 5 tahun kedepan apa yang harus dilakukan oleh perusahaan. Dari keseluruhan analisis dapat disimpulkan bahwa pada tahun pertama perusahaan akan menerapkan Sistem Informasi Promosi berupa web bisnis perusahaan yang memuat *company profile*, *contact person*, struktur organisasi dan data pameran. Disisi lain perusahaan pun perlu mengatasi ancaman dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki. Diharapkan perusahaan dapat mengadakan pelatihan guna meningkatkan kemampuan karyawan dan pengembangan Sistem Informasi Perkantoran.

Kata kunci : *strategi SI/TI, strategi bisnis, metodologi ward and peppard*

1. Pendahuluan

Setiap perusahaan yang ingin memenangkan persaingan harus selalu siap menghadapi berbagai tantangan serta perubahan yang memerlukan strategi untuk menentukan langkah efektif dan pemanfaatan sumber daya yang efisien. metodologi Ward dan Peppard memiliki Analisis yang lebih rinci mulai dari analisis lingkungan bisnis internal, analisis bisnis eksternal, analisis lingkungan SI/TI internal hingga analisis lingkungan SI/TI eksternal sehingga memungkinkan untuk mendapat strategi yang lebih tepat untuk perusahaan. Tujuan dibuat Proyek Akhir ini adalah membuat rencana strategi SI/TI yang sesuai dengan proses bisnis perusahaan dan membuat *Roadmap* untuk rencana strategi jangka panjang perusahaan. Masalah yang dimiliki perusahaan adalah belum ada perencanaan strategis sistem informasi dan teknologi informasi yang tepat bagi perusahaan dan strategi bisnis yang tepat bagi perusahaan.

2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan perusahaan CV.Maxxi Indonesia Communication (MAXXINDO) sebagai objek penelitian. MAXXINDO berdiri sejak tahun 2007, dan bergerak pada bidang *Exhibition Organizer* dan

event organizer lebih luas pada industri *Meeting, Incentive, Convention, Exhibition (MICE)*. Penelitian dilakukan secara langsung mulai dari mempelajari dan mengumpulkan dokumen yang berhubungan dengan masalah yang terdapat diperusahaan, observasi kinerja perusahaan hingga mengumpulkan data lewat sesi wawancara kepada karyawan mengenai perencanaan strategis sistem informasi dan teknologi informasi. Dilanjutkan ke tahap analisis kondisi organisasi saat ini yang memuat analisis SWOT dan menghasilkan kuadran ifas efas untuk menjelaskan kondisi strategi perusahaan saat ini, analisis diagram *Value Chain* yang berisi rangkuman aktivitas perusahaan, analisis PEST(Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi) yang dapat berpengaruh pada kinerja perusahaan, analisis *Five Force Competitive* yang berisi ancaman dari pesaing hingga produk pengganti. Setelah mendapatkan hasil analisis kondisi organisasi saat ini maka berlanjut kepada analisis organisasi yang diharapkan yang berisi analisis TOWS yang menjelaskan langkah strategi yang perlu diambil perusahaan lewat pemanfaatan kekurangan dan kelebihan perusahaan, analisis CSF yang berisi kunci permasalahan beserta tindakan yang harus diambil, strategi TI yang didapat dari analisis trend teknologi yang digunakan oleh

pesaing, dari keseluruhan analisis maka akan mendapatkan tabel Mc Farlan guna mengetahui tindakan apa yang harus dilakukan perusahaan selama rentang waktu 5 tahun kedepan.

3. Dasar Teori

Perencanaan Strategis adalah proses analisis dan evaluasi yang menghasilkan strategi dengan cara merencanakan beberapa kegiatan yang diperlukan dan memanfaatkan sumberdaya secara efektif.(Peppard, 2002)

Sistem Informasi adalah sebuah kegiatan yang mempersatukan kebutuhan untuk diolah dan mendukung operasional yang bersifat manajerial kemudian menghasilkan sebuah laporan yang dibutuhkan perusahaan. (Hartono, Analisis dan Desain, 1999)

Teknologi Informasi adalah pengembangan dari apikasi, alat, mesin dan material guna membantu manusia dalam menyelesaikan masalah (Mufti, 2011)

Strategi SI didefinisikan lebih kepada kebutuhan organisasi terhadap sistem informasi guna memperlancar strategi bisnis.(Peppard, 2002)

Strategi TI didefinisikan lebih kepada bagaimana cara mewujudkan atau memenuhi kebutuhan terhadap sistem informasi menggunakan teknologi. (Peppard, 2002)

Tools Yang Digunakan

SWOT digunakan untuk proses analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman guna merumuskan strategi yang dimiliki perusahaan. (Olson, 2014)

Value Chain digunakan untuk analisis rangkaian keseluruhan aktifitas yang dilakukan perusahaan secara rutin untuk pencapaian tujuan. (Ilham, 2012)

CSF merupakan ketentuan organisasi yang berpengaruh terhadap keberhasilan atau kegagalan. Tujuannya untuk menjelaskan objek secara keseluruhan dan menentukan tindakan yang harus dilakukan oleh organisasi. (Wedhasmara, 2009)

PEST (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi) digunakan untuk analisa lingkungan bisnis eksternal berdasarkan hasil analisa bidang politik, ekonomi, sosial dan perkembangan teknologi. Analisa lingkungan bisnis internal meliputi identifikasi variabel-variabel kekuatan dan kelemahan dari aspek lingkungan dalam perusahaan. (Heri, 2016)

Five Force Competitive merupakan persaingan terdiri dari persaingan dari pesaing-pesaing yang sudah ada, ancaman pesaing-pesaing baru, ancaman produk-produk atau jasa-jasa substitusi, kekuatan menawar dari pelanggan-pelanggan, kekuatan menawar dari pemasok-pemasok yang dapat

memperngaruhi kinerja perusahaan.(Hartono, Analisis Sistem Informasi, 2005)

Mc Farlan Strategic Griddigunakan untuk menilai kontribusi SI/TI secara keseluruhan dan efeknya terhadap kesuksesan bisnis.(Peppard, 2002)

4. Perencanaan Stetegi SI/TI

4.1. SWOT

Dibawah ini adalah data hasil analisis mengenai strategi perusahaan yang dibuat untuk mempermudah mengetahui strategi yang dimiliki perusahaan.

Tabel 3-1 SWOT CV.Maxxindo

KEKUATAN	KELEMAHAN
1. Karyawan kompeten dalam bidang <i>event organizer</i> dan pelayanan <i>customer</i> 2. Bekerjasama dengan Dinas Kebudayaan dan pariwisata, vendor, serta sponsor profesional. 3. Penyelenggaraan acara yang terjadwal minimal 5 kali 1 tahun. 4. Memiliki pengunjung tetap dan di kategorikan sebagai pengunjung VIP.	1. Harga <i>tenant</i> terbilang mahal 2. Tidak menangani acara selain bidang kebudayaan 3. Tidak memiliki website perusahaan 4. Penggunaan SI yang belum maksimal.
PELUANG	ANCAMAN
1. <i>Event Organizer</i> bidang <i>exhibition</i> di Bandung yang masih sedikit 2. Minat pengunjung usia muda 3. Promosi lewat sosial media. 4. Melaksanakan <i>event</i> kebudayaan yang spektakuler 5. Penggunaan teknologi telekomunikasi.	1. Inovasi yang dilakukan oleh pesaing terutama dalam promosi 2. Pelaku bisnis <i>event organizer</i> mulai merambah semua jenis <i>event</i> 3. Peraturan pemerintah yang membatasi kinerja perusahaan.

Menentukan indikator atau kriteria baik-buruk atau kuat-lemah adalah faktor kunci yang akan diterapkan pada obyek penelitian. Pada langkah ini ditentukan juga besaran bobot (*weight*) dan interval skoring (*rating*) yang akan dipakai di dalam analisa. Bobot dan skor dimanfaatkan untuk membentuk besaran skor pembobotan, yang kesemuanya termaktub di dalam tabel IFAS dan EFAS. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penyusunan tabel IFAS ataupun EFAS, diantaranya:

1. Pembobotan dilakukan dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor bersangkutan terhadap posisi strategis obyek.
2. Nilai rating diberikan mulai dari angka 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi obyek yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama, sedangkan variabel yang bersifat negatif, adalah kebalikannya.

Skor pembobotan, diperoleh dengan cara mengalikan poin Bobot dengan poin Rating.

a. IFAS

Tabel IFAS (*internal factor analysis summary*) berfungsi untuk mengetahui berbagai kemungkinan terhadap kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Dibawah ini adalah data tabel IFAS yang dimiliki perusahaan.

Tabel 3-2 IFAS CV.Maxxindo

KEKUATAN			
URAIAN	BOBOT	PERINGKAT	NILAI YANG DIBOBOT
1. Karyawan kompeten dalam bidang <i>event organizer</i> dan pelayanan <i>customer</i>	0,1	2	0,2
2. Bekerjasama dengan Dinas Kebudayaan dan pariwisata, vendor, serta sponsor profesional.	0,3	1	0,3
3. Penyelenggaraan acara yang terjadwal minimal 5 kali 1 tahun.	0,05	4	0,2
4. Memiliki pengunjung tetap dan di kategorikan sebagai pengunjung VIP.	0,05	3	0,15
TOTAL			0,85
KELEMAHAN			
1. Harga <i>tenant</i> terbilang mahal	0,05	2	0,1
2. Tidak menangani acara selain bidang kebudayaan	0,1	2	0,2
3. Tidak memiliki website perusahaan	0,3	1	0,3
4. Penggunaan SI yang belum maksimal.	0,05	4	0,2
TOTAL			0,8
TOTAL KESELURUHAN			0,05

b. EFAS

Tabel EFAS (*eksternal factor analysis summary*) berfungsi untuk mengetahui berbagai kemungkinan terhadap peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan. Dibawah ini adalah data tabel EFAS yang dimiliki perusahaan.

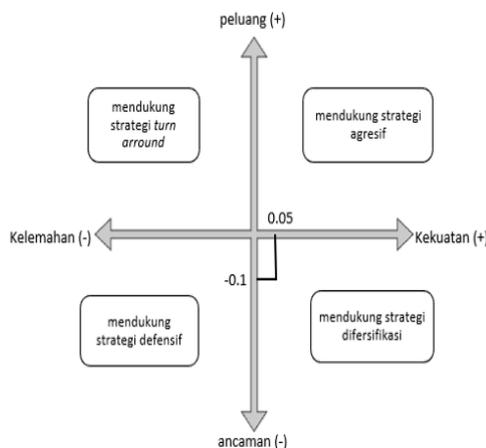
Tabel 3-3 EFAS CV.Maxxindo

PELUANG			
URAIAN	BOBOT	PERINGKAT	NILAI YANG DIBOBOT
1. <i>Event Organizer</i> bidang <i>exhibition</i> di Bandung yang masi sedikit	0,05	3	0,15
2. Minat pengunjung usia muda	0,025	4	0,1
3. Promosi lewat sosial media.	0,1	2	0,2
4. Melaksanakan <i>event</i> kebudayaan yang spektakuler	0,3	1	0,3
5. Penggunaan teknologi telekomunikasi	0,025	4	0,1
TOTAL			0,85
ANCAMAN			
1. Inovasi yang dilakukan oleh pesaing terutama dalam promosi	0,3	2	0,6
2. Pelaku bisnis <i>event organizer</i> mulai merambah semua jenis <i>event</i>	0,075	3	0,225
3. Peraturan pemerintah yang membatasi kinerja perusahaan.	0,125	1	0,125
TOTAL			0,95
TOTAL KESELURUHAN			-0,1

c. KUADRAN IFAS EFAS

Setelah didapat point dari setiap strategi maka seperti dibawah ini adalah gambar kuadran IFAS dan EFAS yang menerangkan bahwa posisi perusahaan mendukung strategi difersifikasi yang

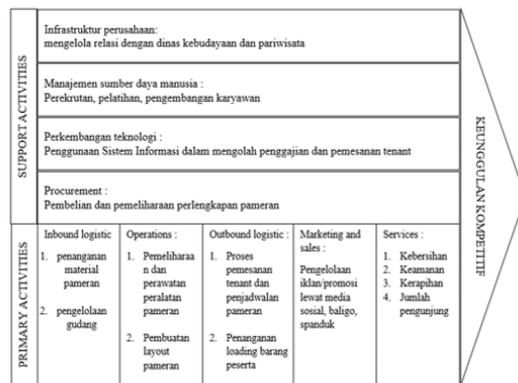
artinya adalah perusahaan perlu mengatasi ancaman dengan memanfaatkan kekuatan.



gambar 3-2 Kuadran IFAS & EFAS

4.2. VALUE CHAIN

Fungsi dari value chain adalah merangkum semua aktivitas perusahaan menjadi dua yaitu aktivitas utama dan aktivitas pendukung seperti gambar dibawah ini.



gambar 3-3 Value Chain CV.Maxxindo

Support Activity

1. Infrastruktur perusahaan yang selama ini dilakukan adalah mengelola relasi dengan dinas kebudayaan dan pariwisata dengan cara mengurus acara yang dilakukan oleh dinas kebudayaan dan pariwisata.
2. Manajemen sumberdaya manusia yang dilakukan perusahaan adalah perekrutan, pelatihan, dan pengembangan kinerja karyawan.
3. Perkembangan teknologi yang telah diterapkan diperusahaan adalah penggunaan Sistem Informasi untuk menangani penggajian karyawan dan menangani pemesanan *tenant* mulai dari mencatat data calon peserta hingga melaksanakan transaksi pemesanan *tenant*.

4. Pengadaan yang dilakukan oleh perusahaan adalah mulai dari pembelian hingga pemeliharaan perlengkapan pameran.

Primary Activity

1. Kegiatan logistik perusahaan antara lain adalah penanganan material pameran dan pengelolaan gudang yang akan digunakan oleh peserta pameran.

2. Kegiatan operasional perusahaan dalam keseharian adalah pemeliharaan dan perawatan peralatan pameran hingga pembuatan *layout* untuk pameran yang akan datang.

3. Kegiatan logistik yang dilakukan diluar operasional perusahaan antara lain proses pemesanan *tenant* dan penjadwalan pameran hingga penanganan *loading* barang peserta pada H-1 pameran.

4. Promosi yang dilakukan perusahaan adalah lewat media sosial, baligo, hingga spanduk.

5. *Service* yang dilakukan perusahaan adalah menjaga kebersihan, keamanan, kerapian dan jumlah pengunjung agar tetap stabil.

4.3. PEST(Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi)

Dibawah ini adalah hasil analisa terhadap bidang politik, ekonomi, sosial, dan teknologi yang dapat berpengaruh terhadap perusahaan.

1. Politik

Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2017 menyebutkan bahwa pemerintah mengarahkan kebijakan penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konvensi dan pameran (*meeting, incentive, convention and exhibition*) dalam hal ini selanjutnya disebut MICE sebagai salah satu penggerak bagi pengembangan destinasi pariwisata yang berdaya saing. Industri MICE diharapkan memberikan dampak dalam meningkatkan pendapatan, memperluas lapangan dan kesempatan kerja serta mendorong masuknya investasi. (kemenpar, 2018).

Selanjutnya dalam penyelenggaraan MICE pemerintah melalui Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 2 Tahun 2017 mengatur lokasi penyelenggaraan MICE kedalam klasifikasi Venue Mandiri, Venue Bintang 4 dan 5 yang disebut hotel convention, maupun venue khusus di beberapa daerah tersebut. (kemenpar, 2018)

Berdasarkan pembagian kepengurusan pemerintahan bidang pariwisata sebagaimana diatur dalam Lampiran Undang-Undang nomor 23 Tahun 2014 tentang pemerintahan Daerah, dinyatakan bahwa setiap daerah baik provinsi maupun kabupaten/kota berwenang melakukan pengelolaan destinasi pariwisata. Untuk itu setiap perusahaan yang bergerak dalam industri MICE diwajibkan mengurus perizinan dan selalu berkordinasi dengan dinas pariwisata daerah

masing-masing dalam setiap penyelenggaraan kegiatannya. (bpn, 2018)

2. Ekonomi

Pengembangan ekonomi kreatif akan ciptakan sumber ekonomi terbaru dan mendorong pengembangan ekonomi daerah untuk menciptakan lapangan kerja dan memiliki ketahanan serta resiliensi ekonomi yang tinggi. Mempertimbangkan banyaknya produk-produk inovatif dalam negeri membuat perkembangan usaha kreatif sangat produktif dan telah terbukti meningkatkan potensi budaya dan pariwisata Indonesia, sehingga turut menjaga kelestarian citra budaya daerah.

Menurut data BPS kota Bandung, dari tahun 2012-2015 perekonomian kota Bandung mengalami penurunan sekitar 0,08% hingga 0,69% dan mulai meningkat 0,15 % pada tahun 2016. Dengan demikian dibutuhkan peran dari industri kreatif untuk menciptakan ekonomi baru dan mendorong pengembangan ekonomi daerah untuk kemudian menciptakan lapangan kerja, juga membantu daerah memiliki ketahanan terhadap resiliensi ekonomi yang tinggi. (bps, 2018)

Dalam memasarkan produk-produk inovatifnya para pelaku usaha memanfaatkan media-media promosi, salah satunya dengan mengikuti *event* atau pameran yang diselenggarakan oleh jasa penyedia *event*. Persaingan para penyedia jasa *event* sangat kompetitif sehingga pemerintah harus mampu membuat iklim persaingan yang kondusif.

3. Sosial

Keberagaman sosial budaya serta ciri khas dari masing-masing daerah dalam menghasilkan produk pariwisata telah membuat penyelenggara jasa *event* mengembangkan dan berinovasi dalam menyelenggarakan pameran untuk menampung para pelaku usaha dari setiap daerah.

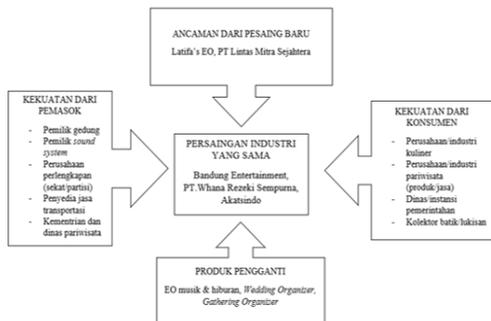
Usaha penyelenggaraan *event* juga erat kaitannya dengan keberlangsungan pengelolaan usaha pariwisata daerah. Kesadaran masyarakat daerah untuk tetap menjaga dan melestarikan budaya lokal menjadi tantangan besar.

4. Teknologi

Perkembangan teknologi informasi kini sangat maju dan berkembang pesat. Dalam perkembangan teknologi informasi selalu muncul inovasi baru sehingga semakin mudah ketersediaannya dalam pemenuhan kebutuhan manusia. Trend teknologi yang digunakan oleh para pelaku usaha jasa *event* yaitu dengan memanfaatkan teknologi berbasis web dan *mobile* dalam menjalankan operasional perusahaan, disamping itu juga memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi kepada masyarakat umum.

4.4. FIVE FORCE COMPETITIVE

Untuk mengetahui apa saja tekanan dari lima faktor yang dapat berpengaruh terhadap daya saing perusahaan maka digambarkan sebagai berikut



gambar 3-4 Five Force Competitive CV.Maxxindo

STRATEGI BISNIS SI

Strategi SI harus dapat mendukung bisnis Maxxindo agar tujuan bisnisnya dapat tercapai. Strategi SI dibuat untuk memberikan perkembangan aplikasi sistem informasi dimasa depan dengan penerapan strategi system informasi dan teknologi informasi yang lebih terintegrasi dimasa yang akan datang.

4.5. CSF

Dibawah ini adalah tabel CSF (*Critical Success Factor*) untuk mengetahui faktor apa sajakah yang dapat mempengaruhi keberhasilan perusahaan dan tindakan yang harus diambil oleh perusahaan.

Tabel 3-5 CSF (Critical Success Factor) CV.Maxxindo

LAYANAN	KUNCI PERMASALAHAN	TINDAKAN
Sumberdaya SI/IT	Pemaksimalan penggunaan perangkat Sistem Informasi	1. Melakukan pelatihan terhadap karyawan yang belum menggunakan Sistem Informasi 2. Menambah aplikasi perkantoran agar pekerjaan lebih efektif dan efisien
Layanan SI/IT	1. Belum ada website perusahaan 2. Belum ada <i>customer care</i>	1. Membuat website perusahaan 2. Membuat <i>customer care</i> (memanfaatkan nomor telepon, sms, aplikasi pengirim pesan)
Proses bisnis	1. Promosi	1. Meningkatkan area promosi 2. Menjaga kepercayaan peserta terhadap MAXXINDO

Untuk mengetahui tindakan apa yang harus diambil oleh persahaan maka perlu dibuat tabel analisis strategi TOWS dengan tujuan memaksimalkan peluang yang tersedia dan mengantisipasi tantangan.

Tabel 3-4 Matriks TOWS Strategi CV.Maxxindo

	KEKUATAN	KELEMAHAN
PELUANG	<ol style="list-style-type: none"> Harga <i>tenan</i> yang mahal akan terbayar dengan kualitas pameran yang baik didukung dengan karyawan kompeten dalam bidang <i>event</i> dan vendor terpercaya yang saling bekerjasama. Menarik minat pengunjung usia muda lewat sponsor dari perusahaan ternama. EO yang khusus menangani <i>exhibition</i> di Bandung relatif sedikit dengan penyelenggaraan acara yang terjadwal akan memudahkan pengunjung untuk <i>meningkat pameran</i>. 	<ol style="list-style-type: none"> Hanya menangani acara bidang kebudayaan maka perusahaan perlu memaksimalkan promosi. Perlu memaksimalkan <i>customer care</i> dengan cara menyediakan <i>call center</i> untuk menjaga hubungan baik dengan peserta dan pengunjung <i>Exhibition</i> yang terlaksanakan secara sempurna akan menambah kepercayaan untuk terus berpartisipasi dan tentunya mereka akan memperhitungkan pengeluaran dan pendapatan selama pameran.
ANCAMAN	<ol style="list-style-type: none"> Walaupun pesaing selalu melakukan inovasi terhadap promosinya namun MAXXINDO memiliki relasi yang dapat diandalkan Pameran yang telah terjadwal akan memberikan pengunjung waktu untuk menyesuaikan jadwal mereka Perekonomian yang tidak stabil dapat dimanfaatkan dengan penawaran lebih yang diberikan oleh para sponsor dan dapat memperkenalkan kebudayaan Indonesia kepada pengunjung manca negara. 	<ol style="list-style-type: none"> Inovasi pesaing dapat diimbangi dengan pengadaan web perusahaan Ketika pelaku bisnis lain mulai merambah semua jenis <i>event</i> maka perusahaan perlu tetap konsisten mempertahankan kebudayaan Indonesia.

STRATEGI TI

Strategi TI dibuat untuk menentukan infrastruktur TI yang diperlukan perusahaan agar mampu mendukung kebutuhan aplikasi SI yang dikembangkan selaras dengan pengembangan aplikasi SI. Strategi TI Maxxindo yang diturunkan dan dihasilkan dari perencanaan strategis berupa arahan pengembangan teknologi, yaitu :

- Mengevaluasi SI/TI saat ini
Evaluasi SI/TI saat ini dilakukan untuk meninjau kembali fungsi teknologi pada MAXXINDO secara berkala.
- Pengembangan *Office Application*
Pemanfaatan *Office application* seperti *E-mail, Ms. Office* untuk memberikan solusi untuk mendukung aktivitas administrasi kantor.
- Pemanfaatan *Cloud Computing*
Penggunaan *Cloud Computing* dapat memudahkan pengguna dalam mengolah data dan juga penghematan biaya. Sistem *Cloud* memungkinkan pengguna menyimpan data secara terpusat di server berdasarkan layanan yang tersedia di *cloud computing*.

Aplikasi Potofolio Jangka Panjang

Kondisi organisasi yang diharapkan merupakan hasil dari analisis lingkungan sebelumnya, dimana permasalahan-permasalahan yang ditemukan dievaluasi dan diberikan solusi untuk mendorong bisnis.

4.6. Analisis McFarlan Strategic Grid

Berikut adalah tabel pemetaan aplikasi menggunakan McFarlan Strategic Grid.

Rencana Strategis	Tahun I	Tahun II	Tahun III	Tahun IV	Tahun V
Aplikasi Komputer					
Membangun aplikasi perkantoran			✓		
Mengembangkan Aplikasi Pemesanan		✓			
Membangun Aplikasi Kepegawaian			✓		
Operasional TI					
Membangun Web Portal	✓				
Mengembangkan jaringan Hotspot di area pameran				✓	
Pemanfaatan Cloud Computing	✓				
Dukungan Teknologi Informasi					
Pengembangan teknologi untuk memberikan layanan IT yang maksimal				✓	
Adanya pengukuran kepuasan peserta terhadap Teknologi Informasi yang digunakan.	✓				
Pemeliharaan Perangkat IT					
Melakukan penataan asset IT			✓		
Membuat manajemen asset secara terpadu					✓

5. Kesimpulan

Dari hasil analisis Perencanaan Strategis Sistem Informasi/ Teknologi Informasi di CV.MAXXINDO maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Perusahaan perlu mengatasi ancaman dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki.
2. Sistem yang telah dirancang dapat memberikan solusi pada permasalahan di bidang promosi serta mempermudah komunikasi antara peserta dengan perwakilan perusahaan.

Daftar Pustaka:

- [1] Astawa, P. M., (2006), Penerapan Analisa SWOT Sebagai Suatu Alat Perumus Rencana Strategis Perusahaan, *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 136-146.
- [2] Awan Setiawan, B. I., (2012), Perencanaan Strategik Sistem Informasi pada Perusahaan Penerbitan dengan Metode Ward and Preppard: Studi Kasus pada Penerbit Rekayasa Sains Bandung, *Jurnal Manajemen Teknologi*, 308-325.
- [3] BPN, (2018, april 22), *publikasi*. Diambil kembali dari <http://www.bpn.go.id/PUBLIKASI/Peraturan-Perundangan/Undang-Undang/undang-undangnomor-23-tahun-2014-4893>
- [4] BPS, (2018, august 01), *Laju Pertumbuhan Ekonomi Kota Bandung Tahun 2011-2016 (Persen)*. Diambil kembali dari <https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2017/11/16/127/laju-pertumbuhan-ekonomi-kota-bandung-tahun-2011-2016-persen-.html>
- [5] Jogiyanto Hartono, M. P., (1999), *Analisis dan Disain*, Yogyakarta, Andi Offset.
- [6] Jogiyanto, H., (2005), *Analisis Sistem Informasi*, Yogyakarta, Andi Offset.
- [7] Kemenpar, (2018, april 22), *Peraturan Menteri*. Diambil kembali dari <http://www.kemenpar.go.id: http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=38&id=3585>
- [8] Mufti, A., (2011), Perencanaan Strategik Sistem Informasi dan Teknologi Informasi Perguruan Tinggi Studi Kasus : Universitas Indraprasta PGRI, *Jurnal Ilmiah Faktor Exacta*, 93-106.
- [9] Peppard, J. W., (2002), *Strategic Planning For Information Systems*, New York, John Wiley & Sons Ltd.
- [10] Peter, J. P., (2014), *Perilaku Konsumen dan Strategi Edisi 9*, Jakarta, Salemba Empat.
- [11] Razzak, D., (2018, August 29), *Sistem Informasi*. Diambil kembali dari Moodle E-Learning for Sriwijaya Student: <http://elearning.unsri.ac.id/mod/forum/discuss.php?d=8382>
- [12] Setiawan, H. S., (2016), Perencanaan Strategi Sistem Informasi PT.FM Guna Meningkatkan Daya Saing Menggunakan Metode Ward&Peppard, *Jurnal String*, 130-141.
- [13] Wedhasmara, A., (2009), Langkah Langkah Perencanaan Strategis Sistem Informasi Dengan Menggunakan Metode Ward And Peppard, *Jurnal Sistem Informasi*, 14-22.