

PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI MENGUNAKAN METODE *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA PT. HADTEX

Tri Ramdhany¹, Dani Platini Ramdani²

^{1,2}Sistem Informasi, Institut Digital Ekonomi LPKIA Bandung

^{1,2}Jln. Soekarno Hatta No. 456 Bandung 40266

tri@lpkia.ac.id, dani@fellow.lpkia.ac.id

Abstrak

PT. Hadtex (Hasil Damai Textile) adalah pabrik / produsen, pemasok (supplier) dan pengeksport terkemuka nonwoven spunbond, serat stapel regenerasi polyester, serpihan / cacahan botol PET dan benang pinal (benang spun) PET daur ulang. Dengan bertambahnya pertumbuhan perusahaan-perusahaan sejenis, mengakibatkan adanya penurunan jumlah omset PT. Hadtex, Saat ini PT. Hadtex telah menggunakan sistem informasi dan teknologi informasi dalam proses bisnisnya, namun keberadaan sistem informasi dan teknologi informasi yang belum terintegrasi menjadi kendala dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Kendala lain yang belum terencana pembangunan sistem informasi dan teknologi informasi secara rinci.

Pada penelitian ini akan dibuat perencanaan strategi SI/TI dilakukan dengan melakukan analisa lingkungan internal bisnis dan eksternal bisnis disertai analisa internal dan eksternal SI/TI dengan tools SWOT, PEST, Five Forces, Value Chain, Critical Succes Factor, McFarlan Grid. Hasil Analisis tersebut menghasilkan usulan strategi bisnis menggunakan kerangka kerja empat langkah Blue Ocean Strategy. Diantaranya pergantian bahan baku utama yaitu kapas diganti dengan limbah botol plastik yang berdampak mengurangi biaya produksi, sehingga perusahaan mampu bersaing dalam harga dan kualitas. Dan dapat digunakan untuk menyusun strategi manajemen SI/TI, strategi bisnis SI dan strategi TI dengan menyusun portofolio aplikasi di masa mendatang, aplikasi yang termasuk high potensial adalah e-commerce yang berfungsi untuk memperkenalkan dan menawarkan produk, menjual produk, dan melayani pelanggan.

Kata kunci: *Blue Ocean Strategy, SWOT, Value Chain, PEST, CSF, McFarlan Strategy Grid*

1. Pendahuluan

PT. Hadtex (Hasil Damai Textile) adalah pabrik / produsen, pemasok (supplier) dan pengeksport terkemuka nonwoven spunbond, serat stapel regenerasi polyester, serpihan / cacahan botol PET dan benang pinal (benang spun) PET daur ulang. PT. Hadtex telah memasok pasar lokal Indonesia dan juga pasar global. Dengan bertambahnya pertumbuhan perusahaan-perusahaan sejenis, mengakibatkan PT. Hadtex harus mempunyai strategi atau produk yang belum ditawarkan oleh perusahaan pesaing yang sejenis. Agar dapat bersaing dengan

perusahaan lain PT. Hadtex melakukan inovasi yaitu memproduksi benang pinal dan spundbond dari bahan baku limbah berupa botol plastik, agar harga produksi bias lebih rendah untuk meningkatkan margin. Oleh sebab itu penelitian ini diharapkan menghasilkan rumusan untuk melakukan pembaharuan

strategi bisnisnya dengan perencanaan strategis sistem informasi menggunakan metode Blue Ocean Strategy (BOS). Perlunya melihat lingkungan bisnis internal dan eksternal saat ini untuk mencapai keunggulan bisnis yang efektif dan efisien di lima tahun ke depan. Penerapan Blue Ocean Strategy (BOS) dalam bidang perdagangan akan memiliki daya saing yang kuat pada perusahaan yang sudah mampu menjual kepercayaan lebih dari sekedar menjual produk dan jasa.

Dengan adanya analisa Penerapan Blue Ocean Strategy (BOS) ini diharapkan dapat memberikan sebuah rekomendasi dan informasi mengenai sistem informasi perencanaan strategi yang sesuai dengan visi, misi dan tujuan perusahaan. Khususnya dalam perencanaan strategis yang harus dilakukan demi keberlangsungan operasional yang dapat meningkatkan keunggulan bersaing dengan perusahaan lain. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis membuat judul skripsi ini "Perencanaan

Strategis Sistem Informasi Menggunakan Metode Blue Ocean Strategy Pada PT. Hadtex.”

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Perencanaan Strategis SI/TI

Perencanaan strategis SI/TI adalah proses menemukan portofolio berupa aplikasi sistem informasi yang di gunakan perusahaan dalam mendukung serta menjalankan rencana bisnis (Ardi et al., 2017). Terdapat karakteristik perencanaan strategis SI/TI dalam mewujudkan misi utamanya yaitu strategis yang unggul dan kompetitif dan berkaitan dengan strategi bisnis, terdapat petunjuk dari para top management dan pengguna adanya strategi utama yang berupa inovasi yang dilakukan oleh pengguna dan adanya gabungan terhadap pengembangan berupa sebuah pendekatan dari bawah ke atas dan analisa dengan menggunakan pendekatan dari atas ke bawah (Ardi et al., 2017)

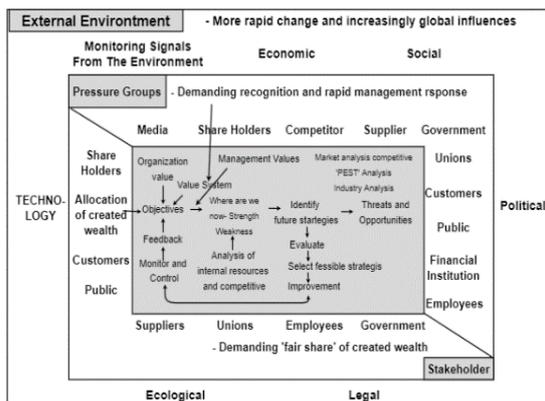
2.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT dikenal juga analisis eksternal dan internal. Dengan melakukan analisis eksternal, organisasi dapat melakukan ancaman (Threats) serta peluang (Opportunities) yang mungkin dimiliki oleh kompetitornya. Sementara dengan melakukan analisis internal, organisasi dapat menemukan kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses) yang ada pada organisasi tersebut. Hal ini juga dapat membantu organisasi untuk dapat memahami sejauh mana pencapaian keunggulan berkompetitif (Pant & Hsu, n.d.)

2.3 PEST Analysis

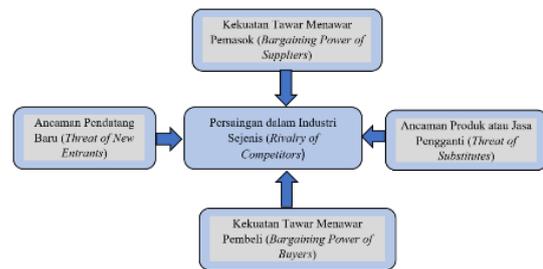
Analisis PEST Merupakan alat yang digunakan dalam mengidentifikasi resiko yang meliputi politik, ekonomi, sosial, teknologi. Pada analisis PEST kebanyakan digunakan untuk menganalisis hubungan pada analisis SWOT. Alasan nya adalah pada analisis SWOT menggabungkan faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan dan dapat digunakan untuk menilai tekanan eksternal pada unit bisnis hingga industri (Barbara et al., 2017)

Gambar 1. PEST Analysis



2.4 Five Force Analysis

Untuk menganalisis dan memahami faktor eksternal dari organisasi pada organisasi atau organisasi, yaitu ancaman serta peluangnya, maka dapat digunakan Model Kompetitif Porter. Model ini digunakan untuk mengetahui dan pengembangan lingkungan industri bisnis serta ancaman persaingan. Perlu diketahui bahwa model porter ini tidak khusus digunakan untuk membangun analisis SI dalam persaingan, tetapi digunakan untuk mengetahui posisi bersaing bisnis. Model ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi bahwa dengan adanya TI juga dapat (Porter et al., 2000)



Gambar 2. Five Force Competitive

2.5 Value Chain Analysis

Value Chain dikenalkan pertama kali oleh Porter pada tahun 1985. Pada analisis Value Chain digunakan untuk menggambarkan aktivitas yang ada pada proses bisnis berupa aktivitas utama dan pendukung. Pada analisis Value Chain telah banyak digunakan sebagai pemeriksaan dan evaluasi untuk seluruh kelompok industri yang ada hingga sistem spesifik yang terdapat pada perusahaan (Zamora, 2016)



Gambar 3. Analisis Value Chain

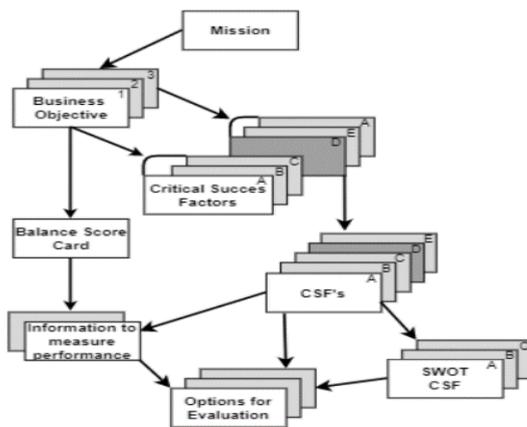
2.5 McFarlan Strategy Grid

Analisis McFarlan Strategy Grid digunakan untuk memetakan teknologi informasi dan sistem informasi sesuai peran serta suatu perusahaan. Terdapat 4 pemetaan daam melakukan analisis McFarlan Strategy Grid yaitu kuadran *strategic*, kuadran *high potential*, kuadran *keu operation* dan kuadran *support*. Berdasarkan hasil pemetaan yang ada maka akan di dapatkan peran dari aplikasi yang di gunakan oleh

perusahaan dalam waktu jangka panjang (Awiet et al., 2018)

2.6 Critical Success Factor

Analisis CSF merupakan suatu penentu keberhasilan ataupun kegagalan yang ada pada lingkungan perusahaan. Tujuan dari CSF untuk menjelaskan secara objektif tentang penentuan aktivitas yang harus dilakukan dan informasi yang diperlukan (Wedhasmara, 2017). Adapun peran dari analisis peran dari analisis CSF sebagai penghubung antara strategi bisnis dengan strategi TI, berfokus pada proses perencanaan strategis yang terdapat di area strategis, serta menjadikan prioritas dalam membuat usulan aplikasi SI dan menilai strategi SI (P. Nastiti, 2019).



Gambar 4 Metode MDLC

2.7 Blue Ocean Strategy

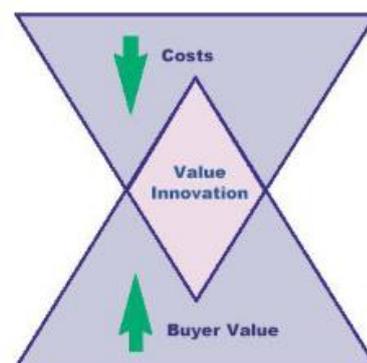
Pengertian dari *Blue Ocean Strategy* adalah sebuah strategi untuk keluar dari persaingan yang sangat ketat dengan cara menciptakan ruang pasar yang belum ada pesaingnya sehingga kata kompetisi pun menjadi tidak relevan. Kondisi dimana setiap perusahaan berusaha mengalahkan lawan mereka demi mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar sehingga ruang pasar semakin sesak, profit akan laba dan pertumbuhan pun berkurang digambarkan sebagai Samudera Merah (*Red Ocean*). Sebaliknya, ruang pasar yang belum terjelajahi, terciptanya permintaan, dan peluang pertumbuhan yang sangat digambarkan sebagai Samudera Biru (*Blue Ocean*), meskipun jumlah samudera biru diciptakan benar-benar diluar industri yang sudah ada, sebagian besar dari dalam samudera merah dengan cara diperpanjang batasan-batasan industri yang sudah ada sehingga kompetisi menjadi tidak relevan karena aturan-aturan permintaan baru akan dibentuk. (Kim, W. C. and Mauborgne, 2005)

Menurut Kim dan Mauborgne, terdapat sembilan poin kunci dari *Blue Ocean Strategy*, antara lain:

- 1) *Blue Ocean Strategy* merupakan hasil studi satu dekade yang cukup lama dari 150 strategi yang sudah dijalankan oleh lebih dari 30 industri selama 100 tahun (1880-2000).

- 2) *Blue Ocean Strategy* merupakan usaha untuk menciptakan *diferensiasi* dan harga rendah secara bersamaan.
- 3) Tujuan *blue ocean strategy* adalah tidak untuk bergabung dalam persaingan pada industri yang sudah ada, melainkan menciptakan ruang pasar baru atau menciptakan samudra biru, dan membuat persaingan menjadi tidak relevan lagi.
- 4) *Blue Ocean Strategy* menawarkan satu set metodologi dan alat-alat untuk menciptakan ruang pasar baru.
- 5) *Blue Ocean Strategy* menawarkan metodologi dan proses yang sistematis dan dapat diperbaharui, dalam menciptakan suatu inovasi dari perusahaan yang sudah ada maupun perusahaan baru.
- 6) Kerangka kerja dan alat yang digunakan pada *blue ocean strategy* antara lain adalah: kerangka kerja empat langkah, skema hapuskan-kurangi-tingkatkan-ciptakan, kanvas strategi, kurva nilai, peta *pioneer-migrator-settler* (PMS)
- 7) Kerangka kerja dan alat-alat tersebut di desain secara visual tidak hanya untuk menciptakan rumusan kebijaksanaan perusahaan yang efektif, tetapi juga untuk mengeksekusi dengan efektif melalui komunikasi yang mudah.
- 8) *Blue Ocean Strategy* melingkupi merumuskan strategi dan mengeksekusi strategi.
- 9) Terdapat 3 konsep kunci dalam membangun *blue ocean strategy*, yaitu: nilai inovasi, penerapan kepemimpinan *tipping point*, dan proses yang adil. (Kim, W. C. and Mauborgne, 2005)

Prinsip pertama *Blue Ocean Strategy* adalah merekonstruksi batasan-batasan pasar untuk menjauh dari persaingan dan menciptakan samudra biru. Pimpinan harus dapat membaca peluang-peluang komersial secara menarik. Inovasi nilai merupakan bagian salah satu dari *Blue Ocean Strategy* yang diciptakan dalam wilayah dimana tindakan perusahaan secara positif mempengaruhi struktur biaya dan tawaran nilai bagi pembeli.



Gambar 5 Diferensiasi dan Biaya Rendah

3. Metode Penelitian

3.1 Tahapan Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti di PT. Hadtex diperoleh faktor - faktor yang menjadi kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threat). Berikut tabel analisis SWOT PT. Hadtex:

1. Strategi SO

Dengan analisis kekuatan dan peluang yang ada, PT. Hadtex dapat menciptakan kekuatan yang ada dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara menciptakan produk yang berkualitas dan inovatif. Saat ini PT. hadtex memproduksi dakron dengan berbagai warna. Perluasan jaringan pelanggan untuk meningkatkan nilai penjualan melalui analisa pangsa pasar. Dan pembaharuan bahan baku produksi guna mengurangi biaya produksi.

2. Strategi WO

Dari analisis diatas PT. hadtex dapat mengurangi kelemahan yang ada dengan memanfaatkan peluang menjadi kekuatan dalam daya saing. Saat ini strategi dari PT. hadtex adalah dengan memberikan reward atau bonus untuk karyawan bagian produksi dan bagian sales jika memenuhi target yang ditentukan.

3. Strategi ST

Strategi PT. hadtex saat ini dengan menggunakan mesin yang ada produksi dengan bahan baku daur ulang menciptakan produk yang bervariasi dan inovatif.

4. Strategi WT

Strategi PT. Hadtex melakukan komunikasi dengan Asosiasi buruh mengenai kebijakan upah, dan memperbanyak suplier yang siap menyuplai bahan baku.

3.1.1 Analisis IFAS dan EFAS

Tabel 1 Perhitungan IFAS

FAKTOR STRATEGI INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
<i>Strength (S)</i>			
1. Bangunan pabrik dan Gudang yang luas serta strategis.	0,10	3	0,30
2. Menggunakan program CRP (<i>Cost Reduction Program</i>), program yang berguna untuk memangkas biaya produksi.	0,20	4	0,80
3. Manajemen yang kuat.	0,10	2	0,20
4. Sarana dan Prasarana memadai seperti : mobil dan motor.	0,05	2	0,10
5. Karyawan yang berpengalaman	0,05	3	0,15
Total Strength (kekuatan)	0,50		1,55
<i>Weakness (W)</i>			
1. Visi dan Misi perusahaan kurang sosialisasi	0,10	2	0,20
2. SDM kurang mampu menjalankan IT.	0,10	2	0,20
3. Tenaga kerja yang dimiliki mempunyai motivasi kerja yang relatif rendah.	0,10	3	0,30
4. Beberapa mesin sudah menua, biaya pemeliharaan cukup tinggi, pemakaian energi yang tinggi.	0,20	1	0,20
Total Weakness (kelemahan)	0,50		0,90
Total IFAS	1		0,65

Tabel 2 Perhitungan EFAS

FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
<i>Opportunity (O)</i>			
1. Tingkat persaingan dalam industri relatif rendah.	0,10	3	0,30
2. Pelanggan potensial sangat memadai.	0,10	4	0,40
3. Pemerintah cenderung menerapkan regulasi yang dapat mendorong berkembangnya industri ini.	0,10	2	0,20
4. Reputasi perusahaan dalam pasar industri sangat memadai.	0,10	3	0,30
5. Ketersediaan sumber bahan baku untuk kebutuhan produksi sangat memadai.	0,10	4	0,40
Total Opportunity (Peluang)	0,50		1,60
<i>Threat (T)</i>			
1. Asosiasi buruh menuntut upah tenaga kerja yang tinggi	0,10	2	0,20
2. Harga bahan baku di pasar cenderung meningkat secara signifikan	0,10	3	0,30
3. Biaya tenaga kerja pada pasar tenaga kerja relatif mahal	0,10	3	0,30
4. Kecenderungan meningkatnya barang-barang impor.	0,05	1	0,05
5. Harga bahan bakar batu bara dan minyak cenderung terus naik.	0,15	3	0,45
Total Weakness (kelemahan)	0,50		1,30
Total EFAS	1		0,30

Keterangan tabel diatas sebagai berikut :

Dari hasil wawancara dan kuesioner kepada Kepala HRD (ada dilampiran) diperoleh bahwa bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut jumlah tidak boleh melebihi skor total 1,0).

Untuk rating masing-masing faktor memberikan skala mulai dari 4 (Sangat Bagus) sampai dengan 1 (buruk), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari 1+ sampai dengan 4+ (sangat baik) dengan membandingkan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, sebaliknya.

3.1.2 Hasil Analisis SWOT

sehingga diperoleh gambaran posisi persaingan pasar dari PT. Hadtex

melalui diagram analisis SWOT sebagai berikut :

a. Titik X = Kekuatan (*Strength*) – Kelemahan (*Weakness*)

$$\text{Total bobot rating kekuatan} = 1,55$$

$$\text{Total bobot rating kelemahan} = 0,90 - 0,65$$

b. Titik Y = Peluang (*Opportunity*) – Ancaman (*Threat*)

$$\text{Total bobot rating peluang} = 1,60$$

$$\text{Total bobot rating ancaman} = 1,30 - 0,30$$

perusahaan seperti PT. Argo Pantes, PT. Apac Citra Centertex, dan PT. Eratex Djaja. Tetapi perusahaan tersebut tidak menjadi pesaing yang besar bagi perusahaan. Menurut analisis saya, perusahaan harus pandai-pandai ber-manuver untuk menghadapi pesaing-pesaing yang kuat yang berasal dari luar negeri.

Solusi yang dapat dihadirkan untuk pesaing-pesaing yang kuat adalah berusaha menghindari pasar yang ditargetkan oleh negara-negara kuat seperti Cina. Solusi yang lain adalah dengan melakukan variasi produk yang tidak dapat dihasilkan oleh pesaing lain. **(FF1)**

2. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli (*Bargaining Power of Buyers*)
 - a) Minta jatuh tempo pembayaran lebih lama
 - b) Layanan Pengiriman cepat
 - c) Harga rendah

Faktor-faktor diatas membuat pembeli memegang kendali yang besar terhadap daya tawar barang dan layanan sesuai dengan yang diinginkan. Sensitifitas pembeli terhadap harga dan kualitas produk yang ditawarkan menimbulkan persaingan yang tinggi. **(FF2)**

3. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*)
 - a) Supplier untuk bahan baku produksi masih sangat terbatas.
 - b) Daya tawar tinggi.

Faktor tersebut membuat ancaman persaiangan sangat tinggi, hal ini menyebabkan perusahaan membuat kebijakan untuk membayar terlebih dahulu kepada supplier. **(FF3)**

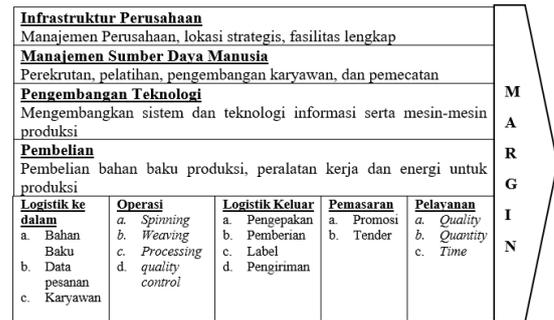
4. Ancaman Pendetang Baru (*Threat of New Entrant*)
 - a) Membutuhkan modal yang sangat besar untuk mendirikan sebuah pabrik.
 - b) Membutuhkan waktu yang cukup lama untuk membangun dan menciptakan reputasi perusahaan yang baik untuk mendapatkan pelanggan.

Dua faktor tersebut membuat ancaman dari pendatang baru relatif rendah, sehingga posisi perusahaan kuat. **(FF4)**

5. Ancaman Produk Pengganti (*Threat of Substitutes*)
 - a) Banyak produk-produk impor dengan harga yang lebih murah tetapi kualitas rendah.
 - b) Harga barang pengganti lebih murah.

Posisi perusahaan kuat karena faktor diatas membuat ancaman dari produk pengganti relatif rendah karena pelanggan lebih memilih kualitas yang baik. **(FF5)**

3.1.5 Analisis Value Chainx



Gambar 7 Value Chain PT. Hadtex

3.4 Analisis Critical Succes Factor

Tabel 4 Critical Success Factor

KODE	MISI	Sasaran Bisnis	CSF (Aksi)
CSF1	Produk inovatif berkualitas tinggi	1. Bertambah nilai penjualan 2. Mampu bersaing dengan perusahaan lain	1. Pembaharuan bahan baku produksi 2. Menciptakan produk-produk yang berkualitas tinggi dan berbeda dari pesaing.
CSF2	Memberikan layanan yang sangat baik	1. Pelanggan loyal kepada perusahaan 2. Mendapatkan pelanggan baru	1. Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan 2. Memaksimalkan penggunaan website
CSF3	Antusiasme yang tinggi di antara pelanggan, vendor, karyawan, dan pemangku kepentingan	1. Pimpinan perusahaan ingin mengetahui analisis data operasional dan data transaksional penjualan produk. 2. Manager HRD dapat menganalisis peningkatan produktivitas Karyawan. 3. Respon yang cepat dan tepat atas complain dari customer dan Karyawan.	1. Menjalankan penilaian kinerja karyawan 2. Mengadakan reward dan punishment untuk karyawan
CSF4	Terus mengembangkan rantai pasokan teknologi bahan baku dan sumber daya manusia	1. Jumlah persediaan bahan baku terjaga. 2. Sumber energi untuk produksi terjamin 3. Pemeliharaan dan perawatan mesin produksi 4. Pengembangan IT	1. Terus mencari pemasok bahan baku yang baru 2. Pemeliharaan dan perawatan mesin produksi terjadwal.

4. Kebijakan Manajemen SI/TI Saat Ini

PT. Hadtex menetapkan kebijakan untuk mempermudah pengaturan, pengawasan dan *maintenance* di bidang SI/TI. Adapun kebijakan-kebijakan manajemen saat ini yang menjadi dasar pelaksanaan kerja urusan TI sebagai berikut: (KM)

1. Pemeliharaan perangkat keras dan infrastruktur dilakukan jika ada kerusakan dan evaluasi perangkat.
2. Perancangan dan pembuatan Tata Kelola TI guna membantu dalam pengelolaan kinerja TI.
3. Penyempurnaan struktur organisasi bidang SI/TI yang didasarkan pada kemampuan dan ketersediaan SDM yang ada.
4. Pelatihan dan workshop keahlian TI guna meningkatkan kemampuan dan pengetahuan TI dari personel TI. Proses workshop dan pelatihan tidak terealisasi karena terbentur dengan rutinitas pekerjaan.
5. Upgrade perangkat keras dan lunak dilakukan secara berkala sesuai kebutuhan.
6. Perancangan dan pembuatan Master Plan IT untuk dijadikan pedoman dalam melaksanakan tanggung jawab yang

dilaksanakan TI tidak terealisasi karena terbentur dengan rutinitas pekerjaan.

7. Pengembangan aplikasi dan infrastruktur berdasarkan permintaan Manajemen.

4.1 Portfolio Aplikasi Saat Ini

Terdapat beberapa modul aplikasi di PT. Hadtex antara lain:

1. Modul *Financial System*

Modul ini membantu kegiatan proses keuangan dan akuntansi yang meliputi *general ledger, clearing, quick jurnal, budget transaction, bank deposit, bank transactions, reconcile bank statement, trial balance, bank posting jurnal, AR/AP*.

2. Modul *Payroll System*

Modul ini berisi mengenai Absensi Karyawan, daftar perijinan karyawan, asuransi jamsostek, sistem penggajian.

3. Modul *Sales System*

Modul yang berhubungan dengan penjualan, seperti order penjualan, *delivery order*, daftar piutang, invoice penjualan.

4. Modul *Purchasing System*

Modul yang digunakan untuk mengoptimalkan proses pembelian dan pengadaan barang untuk pembuatan *Purchase Order (PO)* atau perjanjian jangka panjang, penerimaan barang, invoice pembelian, retur pembelian, order pembelian dan pembayaran hutang.

5. Modul *Inventory System*

Semua transaksi yang mengakibatkan perubahan stok bahan baku produksi dan sumber daya produksi yang ditangani oleh inventory management. Transaksi tersebut adalah: stok transfer, stok *adjustment, reconcile stock, return delivery*.

6. Modul *Maintenance System*

Modul yang berhubungan dengan perawatan dan pemeliharaan. Sub modulnya terdiri dari *plant management, preventive management* dan *Service Maintenance*.

7. Modul *Human Resources System*

Modul ini untuk management sumber daya manusia dan juga meletakkan tenaga kerja sebagai asset. Adapun modul HRS berisi mengenai: Detail penggajian, data kehadiran pegawai, data evaluasi karyawan.

8. Website Perusahaan

Digunakan untuk menampilkan *company profile* agar pelanggan dapat mengenal perusahaan serta memperkenalkan produk dan layanan yang ditawarkan.

Tabel 5 Pengelompokan Aplikasi Saat Ini

<i>Strategic</i>	<i>High Potensial</i>
	Website Perusahaan
<i>Key Operasional</i>	<i>Support</i>
Modul <i>Financial System</i> Modul <i>Sales</i> Modul <i>Purchasing System</i> Modul <i>Inventory System</i>	Modul <i>Payroll</i> Modul <i>Maintenance</i> Modul <i>Human Resources System</i>

4.2 Analisis Eksternal SI/TI

Tabel 6 Hasil Analisa Eksternal SI/TI

Eksternal Sistem Informasi	Hasil Analisa
<i>E-commerce</i>	Penerapan <i>E-Commerce</i> Dapat meningkatkan market <i>exposure</i> (pangsa pasar). Transaksi on-line yang membuat semua orang di seluruh dunia dapat memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media computer dan tidak terbatas jarak dan waktu.
<i>E-Partner Relationship Management</i>	Penerapan <i>E-Partner Relationship Management</i> agar semua arus kegiatan administrasi dilakukan antara partner dan metode yang efektif dalam berkomunikasi antar partner dan dapat menyebabkan loyalitas mitra, siklus pasar singkat, waktu yang lebih baik dan manajemen sumber daya.
<i>E-Customer Relationship Management (CRM)</i>	Penerapan <i>E-Customer Relationship Management (CRM)</i> agar perusahaan dapat mewujudkan sistem manajemen yang dapat mengelola dan melayani setiap kebutuhan customer yang terkait dengan produk dengan lebih baik lagi.
<i>E-Supply Chain Management</i>	Penerapan <i>E-Supply Chain Management</i> agar perusahaan mempunyai alat untuk melakukan mediasi pasar, dimana dapat menghubungkan perusahaan dengan distributor produk tersebut. Dan mampu untuk memastikan dan mengelola pembiayaan terkait dengan survey pasar, perencanaan produk, hingga biaya lain diluar pembayaran fisik.
Eksternal Teknologi Informasi	Hasil Analisa
<i>Cloud Computing</i>	Penerapan <i>cloud computing</i> dapat membantu menyimpan data secara terpusat, keamanan data terjamin, kemudahan akses data darimanapun dan penghematan biaya.
<i>Utility Computing</i>	Penerapan <i>utility computer</i> supaya perusahaan bisa memanfaatkan computing resources yang sudah ada dengan lebih baik, dan mencapai tingkat produktivitas lebih tinggi dengan mengotomasi proses-proses dengan partner maupun customer-nya
<i>Virtual Private Server (VPS)</i>	Penerapan VPS user memiliki kebebasan menentukan sistem operasi dan <i>platform</i> yang digunakan sehingga dapat mengoptimalkan layanan bisnis.

Tabel 7 Analisis Kesenjangan SI

NO	Kebutuhan Bisnis	Kondisi Saat Ini	Kebutuhan Sistem Informasi	Keterangan
1	1) Bertambah nilai penjualan (CSF1) 2) Mampu bersaing dengan perusahaan lain (CSF1)	Perusahaan hanya menggunakan website perusahaan.	1) Website 2) E-Commerce	1) Upgrade 2) New System
2	1) Pelanggan loyal kepada perusahaan (CSF2) 2) Mendapatkan pelanggan baru (CSF2)	Perusahaan hanya menggunakan website perusahaan.	E-Customer Relationship Management (CRM)	New System
3	1) Pimpinan perusahaan ingin mengetahui analisis data operasional dan data transaksional penjualan produk. (CSF3) 2) Manager HRD dapat menganalisis peningkatan produktivitas Karyawan (CSF3) 3) Respon yang cepat dan tepat atas complain dari customer dan Karyawan (CSF3)	1) Menggunakan Modul Financial System, Modul Sales, Modul Purchasing System, Modul Inventory System 2) Menggunakan Human Resources System. 3) Website Perusahaan	1) Executive Information system 2) Business Intelligence 3) Human Resources System (sudah ada) 4) Help desk System	1) New System 2) New System 3) Upgrade 4) New System
4	1) Jumlah persediaan bahan baku terjaga. (CSF4) 2) Sumber energi untuk produksi terjamin. (CSF4) 3) Pemeliharaan dan perawatan mesin produksi. (CSF4)	1) Menggunakan Modul Inventory 2) Menggunakan Modul Inventory 3) Menggunakan modul maintenance	Electronic Supply Chain Management	New System

Tabel 8 Analisis Kesenjangan TI

NO	Kebutuhan Bisnis	Kondisi Saat Ini	Kebutuhan Teknologi Informasi	Keterangan
1	Terintegrasinya bagian produksi	Belum semua bagian produksi terintegrasi	Penambahan komputer untuk bagian produksi	New System
2	Backup Database	Server Database masih di backup manual melalui hard disk external dan didalam server itu sendiri	Cloud Computing VPS	New System
3	Web Server	digunakan untuk melakukan hosting untuk portal web PT. Hadtex untuk kebutuhan sosialisasi image perusahaan dan pengenalan produk.	Web Server	New System
4	Anti virus server	Anti virus masih dimasing-masing komputer	Anti Virus Server	New System

4.3 Implementasi Strategi Bisnis dengan Blue Ocean Strategy

1. Hapuskan

a. Menghapus/berhenti pabrik produksi nedlepuh / glass woll untuk bahan pelapis karet, karena harga produksi terlalu tinggi dibandingkan dengan harga jual.

b. Outsourcing untuk staff IT, sebaiknya staff IT dimasukkan sebagai bagian dari perusahaan dan masuk kedalam struktur organisasi.

2. Kurangi

a. Kurangi karyawan yang sudah tidak produktif dan diganti dengan karyawan yang lebih fresh

b. Kurangi produksi produk yang kurang diminati atau kurang permintaan pasar seperti spound bond.

3. Tingkatkan

a. Tingkatkan kemampuan karyawan bidang IT dan bidang produksi, dengan cara melakukan pelatihan secara terjadwal.

b. Ditambah produksi untuk produk yang permintaan semakin banyak diantaranya produk staple fibre (serat buatan).

c. Tambah pemasok untuk bahan baku limbah botol plastik (PET).

d. Pemanfaatan sistem informasi, data dapat diperoleh dengan cepat dan dapat menghasilkan informasi yang berkualitas. Hal ini membantu para pengambil keputusan perusahaan dalam menentukan strategi dan taktik untuk jangka panjang perusahaan. Arus informasi yang cepat juga dapat membuat manajemen tingkat atas untuk digunakan dengan baik.

e. Mengintegrasikan seluruh divisi perusahaan agar arus informasi cepat dan tepat tentu dapat mendukung proses bisnis perusahaan seperti cepatnya proses produksi barang melalui pesanan, proses pengiriman barang, proses layanan pelanggan, dan sebagainya.

4. Ciptakan

a. Menciptakan bahan baku produksi sebagai pengganti kapas, yaitu dengan bahan baku dari daur ulang botol plastik (PET), agar mampu bersaing dengan kompetitor dari segi harga.

b. Menciptakan produk yang inovatif yang berbeda dengan pesaing seperti untuk dakron bervariasi warna.

c. Ciptakan manajemen SI/TI mulai dari SOP SI/TI, Tata Kelola SI/TI, Masterplan SI/TI.

d. Buat kebijakan untuk bekerjasama dengan karang taruna sekitar pabrik dalam mengelola limbah.

e. Menciptakan pangsa pasar yang baru dengan analisis pasar, Perusahaan harus pandai-pandai dalam menganalisis pasar. Apa lagi perusahaan bermain di pasar internasional. Hal ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan perusahaan di pasar tersebut dan kekuatan para pesaingnya. Melalui Analisis pasar juga dapat diketahui kebutuhan dari pelanggan serta daya

beli pelanggan. Melalui Analisis pasar, perusahaan dapat melakukan strategi untuk masa depan

berbagai teknologi seperti firewall dan sistem deteksi intrusi.

4.3.1 Strategy Bisnis SI

Tabel 9 Kebutuhan Bisnis dan Usulan Sistem Informasi

Kebutuhan Bisnis	Usulan Sistem Informasi	Keterangan/manfaat	Pengguna
1) Bertambah nilai penjualan (CSF1) 2) Mampu bersaing dengan perusahaan lain (CSF1)	1) Website Perusahaan (upgrade) 2) E-Commerce (baru)	1) Sebagai media promosi produk. 2) Penjualan secara online. 3) Company Profile dapat dikenal secara global.	Manager Marketing, Staff Marketing, staff IT
1) Meningkatkan loyalitas Pelanggan (CSF2) 2) Mencari Pelanggan baru yang potensial dengan informasi perusahaan yang akan menjadi pelanggan baru (CSF2)	Customer Relationship Management (baru)	1) Menggunakan Hubungan dengan pelanggan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. 2) Menggunakan informasi untuk mencari pelanggan baru	Staff marketing dan Sales
1) Pimpinan perusahaan ingin mengetahui analisis data operasional dan data transaksional penjualan produk (CSF3) 2) Manager HRD dapat menganalisis peningkatan produktivitas Karyawan (CSF3) 3) Respon yang cepat dan tepat atas complain dari customer dan Karyawan (CSF3)	1) Executive Information system (baru) 2) Business Intelligence (baru) 3) Human Resources System (sudah ada) 4) Help desk System (baru) 5) Modul sales (sudah ada) 6) Modul Purchasing (sudah ada)	1) Mempercepat Pengambilan Keputusan. 2) Membantu mempercepat respon keluhan dari karyawan maupun pelanggan. 3) memonitor, evaluasi, dan menilai kompetensi karyawan	Direktur dan Manager Accounting, staff Accounting, manager HGA, staff IT
1) Jumlah persediaan bahan baku dan sumber daya energi untuk produksi terjaga (CSF4) 2) Pemeliharaan mesin dan aset perusahaan secara berkala (CSF4)	1) Electronic Supply Chain Management (baru) 2) Modul inventory (sudah ada)	1) Mempercepat proses bisnis yaitu arus flow material, transaction, dan inventory pada perusahaan. Aplikasi SCM bertujuan untuk meningkatkan nilai produksi. Karena SCM juga bertugas melakukan controlling dalam tahap penyediaan bahan baku, produksi, sampai pengiriman produk. 2) Mengetahui posisi data persediaan bahan baku dan hasil produksi secara akurat.	Staff IT, GM Produksi, bagian produksi dan bagian W&D

Selain itu, PT. Hadtex juga menekankan pentingnya backup data dan mitigasi bencana untuk memastikan ketersediaan data yang kritis. Rencana cadangan data mencakup analisis risiko dan penentuan metode backup, serta pengaturan lokasi backup yang berada di luar kantor pusat untuk menjaga keberlangsungan bisnis. Implementasi sistem informasi terpadu untuk produksi dan back office menjadi kunci dalam meningkatkan efisiensi dan integrasi proses bisnis utama, memastikan layanan TI tetap tersedia dan mendukung citra perusahaan. Backup data di Disaster Recovery Centre (DRC) yang strategis merupakan bagian dari mitigasi risiko untuk menjaga kestabilan operasional perusahaan.

4.3.3 Portofolio Aplikasi Masa Depan

Dari hasil pemetaan kebutuhan SI tersebut didapat gambaran kontribusi sebuah aplikasi SI/TI terhadap organisasi dan pengembangan di masa mendatang, Matriks tersebut menyatakan bahwa aplikasi pada keempat segmen tersebut memerlukan strategi yang sangat dalam hal perencanaan, pengembangan, implementasi, dan operasinya. Hal ini disebabkan oleh perbedaan peran masing-masing aplikasi dalam bisnis. beberapa aplikasi yang perlu dibuat dan dikembangkan. Kemudian dipetakan ke dalam analisa strategic grid pada tabel berikut :

4.3.2 Strategi Teknologi Informasi

Strategi TI PT. Hadtex membahas perubahan teknologi informasi yang sedang terjadi dan penyebab dasarnya. Meskipun perusahaan telah menggunakan jaringan komputer, integrasi antar-divisi, khususnya divisi produksi, belum optimal. Arsitektur infrastruktur TI mereka berdasarkan prinsip best practice untuk memastikan bahwa tujuan pemanfaatan TI tercapai, meliputi ketersediaan (availability), skalabilitas (scalability), keamanan (security), kemudahan pemeliharaan (serviceability), dan kemudahan pengelolaan (manageability). Peneliti merekomendasikan berbagai solusi infrastruktur TI seperti cloud computing, VPN, antivirus server, dan peningkatan keamanan jaringan.

Tabel 10 Portofolio Aplikasi Mendatang

Strategic	High Potential
Customer Relationship Management (baru) Executive Information System (baru) Business Intelligence (baru)	Website Perusahaan (upgrade) E-Commerce (baru)
Key Operasional	Support
Modul Financial System (sudah ada) Modul Sales (upgrade) Modul Purchasing System (upgrade) Modul Inventory System (upgrade) Electronic Supply Chain Management (baru)	Modul Payroll (sudah ada) Modul Maintenance (sudah ada) Modul Human Resources System (upgrade) Aplikasi Help Desk (baru)

Kebutuhan akan infrastruktur TI yang handal dan terintegrasi menjadi penting untuk mendukung proses bisnis. PT. Hadtex merencanakan untuk menerapkan teknologi yang memungkinkan pengelolaan kapasitas perangkat secara dinamis dan pengamanan data dari ancaman. Langkah-langkah yang diambil termasuk penerapan teknologi clustering server dan storage, pengadaan jaringan VPN untuk keamanan transfer data, dan penggunaan antivirus server untuk melindungi setiap komputer di perusahaan. Keamanan jaringan, baik LAN maupun WAN, juga menjadi prioritas utama dengan penerapan

5. Kesimpulan

5.1. Kesimpulan

Untuk meningkatkan omset penjualan dan bersaing dengan perusahaan sejenis, perlu diterapkan strategi Blue Ocean Strategy. Perusahaan disarankan untuk menyusun perencanaan strategi jangka empat tahun dengan analisis tahunan untuk menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dan pasar. Implementasi aplikasi High Potential harus menjadi prioritas, didukung dengan koordinasi yang baik dan

kecepatan proses integrasi antar bagian. Dukungan dan komitmen dari manajemen tingkat atas sangat diperlukan dalam perencanaan bisnis dan strategi sistem serta teknologi informasi.

Selain itu, strategi sistem informasi manajemen SI/TI dibagi menjadi tiga tugas utama: perencanaan kebijakan dan strategi SI/TI, pengembangan SI/TI, serta operasional dan layanan SI/TI. Pembentukan tim kerja yang terdiri dari tim perencanaan bisnis dan sistem informasi serta tim pelaksanaan teknis sangat dianjurkan untuk mendukung implementasi strategi ini. Rekomendasi ini diharapkan dapat membantu perusahaan mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi untuk mencapai tujuan bisnis yang lebih tinggi.

5.2. Saran

penulis menyarankan untuk menganalisis faktor-faktor yang menjadi prioritas pengembangan sistem informasi beserta analisis kelayakan investasi dalam perencanaan strategis sistem informasi. diperhatikan juga strategi implementasinya dan terus dilanjutkan dan direvisi, terutama apabila terjadi perubahan strategi organisasi dan muncul teknologi baru yang layak dipertimbangkan.

Daftar Pustaka

- Ardi, A., Utami, E., Emha, D., & Luthfi, T. (2017). PERENCANAAN MASTER PLAN ARSITEKTUR BISNIS PT. GLOBAL ARTA BORNEO MENGGUNAKAN FRAMEWORK WARD AND PEPPARD. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 9, 107.
- Awiet, M., Prasetyo, W., & Eliyanti, K. (2018). PLANNING INFORMATION SYSTEM STRATEGY PT. DIAN HARDESA JAKARTA. *Jurnal SIMETRIS*, 9(2).
- Barbara, C., Cortis, D., Perotti, R., Sammut, C., & Vella, A. (2017). The european insurance industry: A pest analysis. In *International Journal of Financial Studies* (Vol. 5, Issue 2). MDPI AG. <https://doi.org/10.3390/ijfs5020014>
- Kim, W. C. and Mauborgne, R. (2005). Value innovation: a leap into the blue ocean. In *Journal research of Business Strategy* (Ketiga, Vol. 26, Issue 4). PT. Serambi Ilmu Semesta.
- P. Nastiti. (2019). Analisis Strategi Bisnis dan SI / TI pada Perusahaan Rintisan Berbasis Teknologi. *JUTEI*, 3(1). <https://doi.org/10.21460/jutei.2018.31.132>.
- Pant, S., & Hsu, C. (n.d.). † *Doctoral Student, School of Management*.
- Porter, M. E., Collins, J. C., Porras, J. I., Johnson, M. W., Christensen, C. M., Kagermann, H., Kim, W. C., Mauborgne, R., Neilson, G. L., Martin, K. L., Powers, E., Kaplan, R. S., Norton, D. P., Gadiesh, O., Gilbert, J. L., Mankins, M. C., Steele, R., Rogers, P., & Blenko, M. (2000). *Strategy Development What Is Strategy? The Five Competitive Forces That Shape Strategy Building Your Company's Vision Reinventing Your Business Model Blue Ocean Strategy Strategy Execution The Secrets to Successful Strategy Execution Using the Balanced Scorecard as a Strategic Management System Transforming Corner-Office Strategy into Frontline Action Turning Great Strategy into Great Performance Who Has the D?: How Clear Decision Roles Enhance Organizational Performance*. www.hbr.org
- Wedhasmara, A. (2017). LANGKAH-LANGKAH PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI DENGAN MENGGUNAKAN METODE WARD AND PREPPARD. *Sist. Informasi*.
- Zamora, E. A. (2016). Value Chain Analysis: A Brief Review. *Asian Journal of Innovation and Policy*, 5(2), 116–128. <https://doi.org/10.7545/ajip.2016.5.2.116>