DAFTAR ISI

ABSTRAK i

ABSTRACT ..... **ii**

KATA PENGANTAR ..... **iii**

DAFTAR ISI ..... **vi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xii**

DAFTAR TABEL ..... **xiii**

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian 1

1.2. Identifikasi Masalah 5

1.3. Tujuan Peneltian 6

1.4. Manfaat Penelitian 7

1.5. Pembatasan Masalah dan Asumsi 7

1.6. Sistematika Penelitian 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Pustaka 10

2.2. Alur Penelitian 13

2.3. Sistem Informasi dan Teknologi Informasi 13

2.4. Strategi SI dan TI 14

2.4.1. Strategi Sistem Informasi 14

2.4.2. Strategi Teknologi Informasi 15

2.5. Strategi Bisnis 15
2.6. *Business Model Canvas* (BMC) 16
2.6.1. *Customer Segments* 17
2.6.2. *Value Propositions* 18
2.6.3. *Channels* 18
2.6.4. *Customer Relationship* 18
2.6.5. *Revenue Streams* 19
2.6.6. *Key Resources* 20
2.6.7. *Key Activites* 21
2.6.8. *Key Partnerships* 21
2.6.9. *Cost Structure* 22
2.7. *Porter's Five Forces Model* 22
2.7.1. Ancaman Pendatang Baru 23
2.7.2. Kekuatan Pemasok 24
2.7.3. Kekuatan Pembeli 25
2.7.4. Ancaman Produk atau Jasa Pengganti 25
2.7.5. Persaingan Industri Sama 26
2.8. Analisis SWOT 26
2.9. McFarlan *Strategic Grid* 30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metodologi Penelitian 34
3.1.1. Metode dan Alur Penelitian 34
3.1.2. Tujuan Perencanaan Strategi Bisnis dan SI/IT 38

3.1.3. Teknik Perencanaan Strategi Bisnis dan SI/IT 39
3.2. Objek Penelitian 40
3.2.1. Sejarah dan Profil CV. RC 40
3.2.2. Visi dan Misi CV. RC 42
3.2.3. Struktur Organisasi 43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1. Identifikasi Lingkungan Bisnis 48
4.2. Analisis *Business Model Canvas* (BMC) Pada CV. RC 45
4.2.1. Blok *Customer Segments* 47
4.2.2. Blok *Value Propositions* 48
4.2.3. Blok *Channels* 48
4.2.4. Blok *Customer Relationship* 49
4.2.5. Blok *Revenue Streams* 50
4.2.6. Blok *Key Resources* 50
4.2.7. Blok *Key Activites* 51
4.2.8. Blok *Key Partnerships* 52
4.2.9. Blok *Cost Structure* 52
4.3. Analisis *Porter's Five Forces Model* Pada CV. RC 54
4.3.1. Parameter Pada Analisis 57
4.3.2. Penilaian Pada Analisis 59
4.3.3. Tahap Analisis 60
4.3.3.1. Ancaman Pendatang Baru 60
4.3.3.1.1. Skala Ekonomi 60

4.3.3.1.2. Diferensiasi Produk 61
4.3.3.1.3. Biaya Pengalihan 62
4.3.3.1.4. Kebutuhan Modal 62
4.3.3.1.5. Kebijakan Pemerintah 63
4.3.3.1.6. Hasil Analisis Pendatang Baru 64
4.3.3.2. Kekuatan Pemasok 65
4.3.3.2.1. Dominasi Produk 65
4.3.3.2.2. Produk Pemasok 66
4.3.3.2.3. Integrasi Maju 66
4.3.3.2.4. Pasar Pemasok 67
4.3.3.2.5. Hasil Analisis Kekuatan Pemasok 67
4.3.3.3. Kekuatan Pembeli 68
4.3.3.3.1. Pangsa Pasar Pembeli 68
4.3.3.3.2. Informasi Produk 68
4.3.3.3.3. Biaya Beralih Ke Produk Lain 69
4.3.3.3.4. Laba Pembeli 70
4.3.3.3.5. Hasil Analisis Kekuatan Pembeli 70
4.3.3.4. Ancaman Produk Pengganti 71
4.3.3.4.1. Produk Pengganti 71
4.3.3.4.2. Harga Produk Pengganti 71
4.3.3.4.3. Pangsa Pasar Produk Pengganti 73
4.3.3.4.4. Hasil Analisis Ancaman Produk Pengganti 74
4.3.3.5. Persaingan Pesaing Industri Sama 74

4.3.3.5.1. Jumlah Pesaing 74
4.3.3.5.2. Diferensiasi Produk 75
4.3.3.5.3. Pertumbuhan Industri 75
4.3.3.5.4. Biaya Tetap 76
4.3.3.5.5. Hambatan Keluar 76
4.3.3.5.6. Hasil Analisis Persaingan Pesaing Industri Sama 77
4.3.4. Hasil Analisis Porter's *Five Forces Model* Pada CV. RC 77
4.3.5. Identifikasi Hasil Porter Pada CV. RC 79
4.3.5.1. Jumlah Pesaing 80
4.3.5.2. Diferensiasi Produk 81
4.3.5.3. Pertumbuhan Industri 82
4.3.5.4. Biaya Tetap 83
4.3.5.5. Hambatan Keluar 83
4.4. Analisis SWOT Pada CV. RC 84
4.4.1. Parameter Analisis 84
4.4.2. Penilaian Pada Analisis 86
4.4.3. Tahap Analisis 88
4.4.3.1. Matriks Identifikasi 88
4.4.3.2. Matriks IFAS dan EFAS 89
4.4.3.3. Diagram SWOT 93
4.4.4. Hasil Analisis SWOT Pada CV. RC 93
4.4.5. Identifikasi Hasil Analisis SWOT Pada CV. RC 93
4.5. Analisis Lingkungan SI/IT Pada CV. RC 98

4.5.1. Analisis Lingkungan Internal SI/IT 98
4.5.2. Analisis Lingkungan Eksternal SI/IT 100
4.6. Perancangan Strategi Bisnis Dan SI/IT Pada CV. RC 103
4.6.1. Identifikasi Solusi Bisnis 103
4.6.1.1. Identifikasi Solusi Berdasarkan BMC 104
4.6.1.2. Identifikasi Solusi Berdasarkan Porter 106
4.6.1.3. Identifikasi Solusi Berdasarkan SWOT 107
4.6.2. Identifikasi Solusi SI/IT 109
4.6.3. Usulan Strategi Bisnis Mendatang 113
4.6.4. Usulan Portopolio Aplikasi Mendatang 117
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1. Kesimpulan 119
5.2. Saran 121
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN