SIDANG TESIS PASCASARJANA MM UNIKOM

11 – 08 - 2011

TESIS Magister Manajemen
2011

USULAN RANCANGAN APLIKASI SISTEM INFORMASI PADA DISTRIBUTOR BUKU X

Cornelis Papasi 6110109018



Latar Belakang Penelitian

- Perkembangan pemakaian teknologi informasi dalam bisnis.
- Investasi oleh Distributor Buku x.
- Berbagai permasalahan dalam proses bisnis distributor buku x.
- Kesulitan dalam menentukan aplikasi dan sistem informasi dalam memecahkan permasalahan.



Identifikasi Masalah

- Belum terintegrasinya data dalam suatu sistem informasi yang ada saat ini pada distributor buku x menimbulkan beberapa permasalahan dan pada sisi yang lain ada peluang pemanfaatan sistem informasi, kedua hal tersebut diterangkan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi rekomendasi pemilihan aplikasi sistem informasi sehingga penting untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi tersebut beserta rekomendasinya.
- Bagaimana merancang aplikasi sistem informasi yang dibutuhkan oleh distributor buku x sesuai dengan hasil rekomendasi.



Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi rekomendasi pemilihan aplikasi sistem informasi beserta rekomendasinya sehingga data distributor buku x dapat terintegrasi dalam suatu sistem informasi untuk menangani permasalahan yang ada.
- Untuk merancang aplikasi sistem informasi yang dibutuhkan oleh distributor buku x hasil dari rekomendasi.





Alat Analisis Yang Digunakan

- Alat Analisis yang akan memberikan rekomendasi aplikasi dan sistem informasi yang akan digunakan Distributor buku x.
- Terdiri dari Analisis SWOT, Balanced Scorecard, Critical Succes Factors, dan Analisis Value Chain.



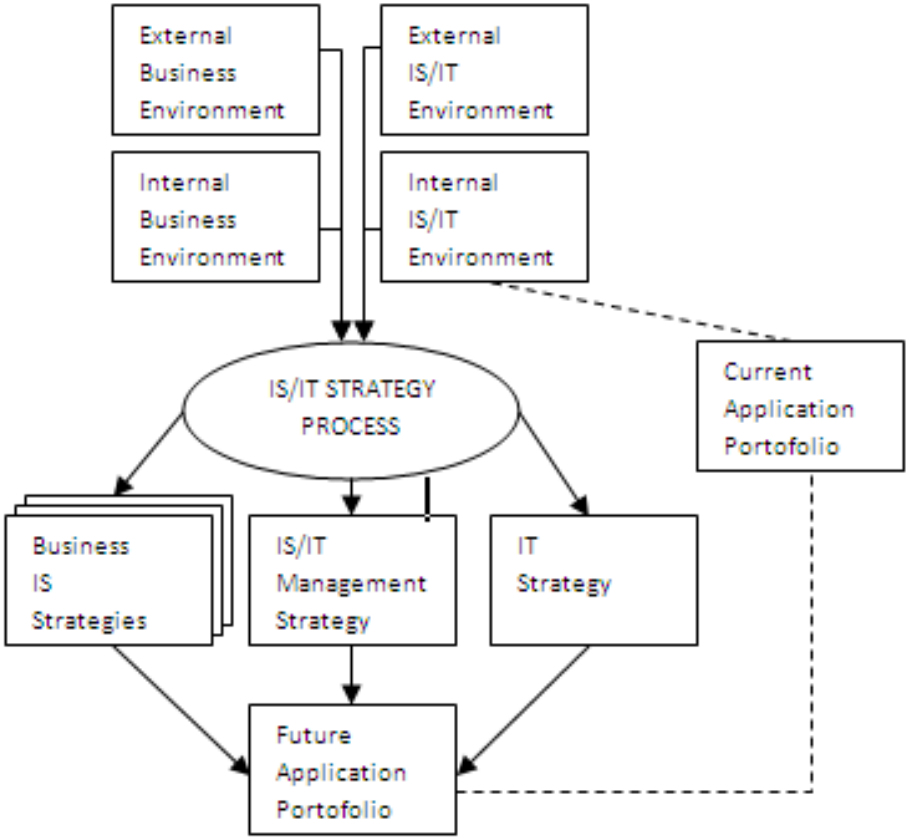
Tinjauan Pustaka

- Pemindaian Lingkungan
- Alat Analisis Penelitian.
- Aplikasi dan Sistem Informasi.
- Kerangka Pemikiran.



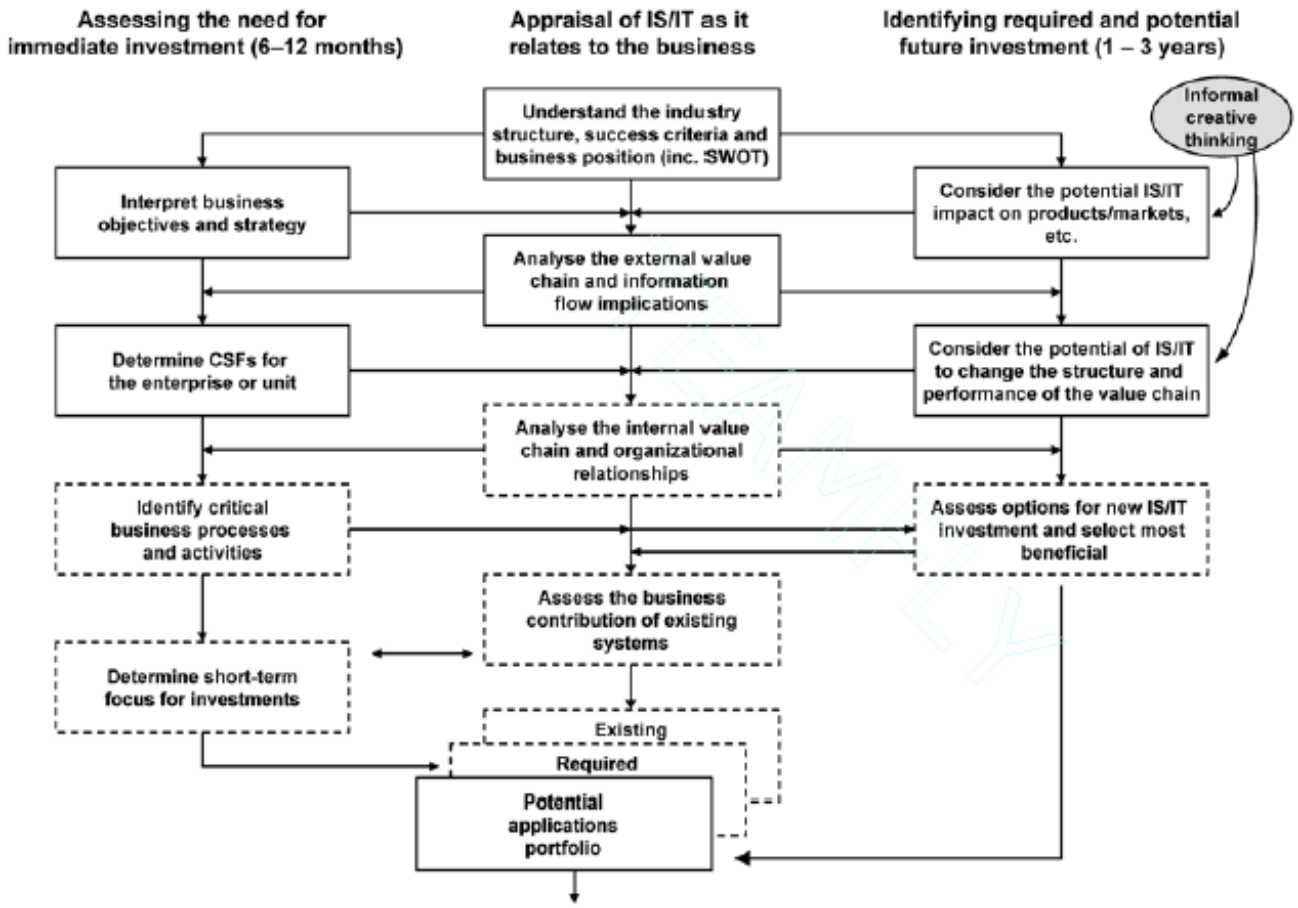
Kerangka Pemikiran

Model Strategi TI dari Ward dan Peppard sebagai kerangka pemikiran melandasi penelitian ini.





Kerangka Pemikiran (2)



Kerangka pemikiran lain yang melandasi model penelitian adalah dari Ward dan Peppard mengenai pemilihan kebutuhan aplikasi dari segi tingkat kepentingan.

Pemindaian Lingkungan Eksternal dan Internal

- Pemindaian ini dilakukan agar memperoleh *input* atau bahan masukan kepada proses analisis selanjutnya.

Magister Manajemen

Hasil Pemindaian

- Pimpinan/Marketing mempunyai pemahaman dan mengerti mengenai konsep komunikasi marketing dengan pelanggan. Hal ini digambarkan sebagai praktek terhadap teori yang dipelajari. Beberapa hal yang dikemukakan dalam wawancara dengan pimpinan:

-Membangun kepercayaan konsumen terhadap citra perusahaan atau manfaat (*benefit*) atas produk yang ditawarkan/ digunakan,

-Menjaga reputasi dan pastikan jati diri yang sebenarnya dan raih pelanggan, pertahankan, dan kembangkan mereka.

Magister Manajemen

Hasil Pemindaian (2)

- Mempunyai sumber daya manusia dengan kinerja baik dan siap meningkatkan kemampuan berdasarkan survei kinerja pegawai. Salah satu pertanyaannya adalah kesanggupan untuk menggunakan TI.
- Mempunyai jaringan yang cukup luas diantara pesaingnya. Indikatornya adalah meliputi penanganan toko buku skala C dan D, meliputi seluruh Jawa Barat dan sebagian Jawa Tengah serta mempunyai perwakilan di Jakarta dan Yogyakarta.

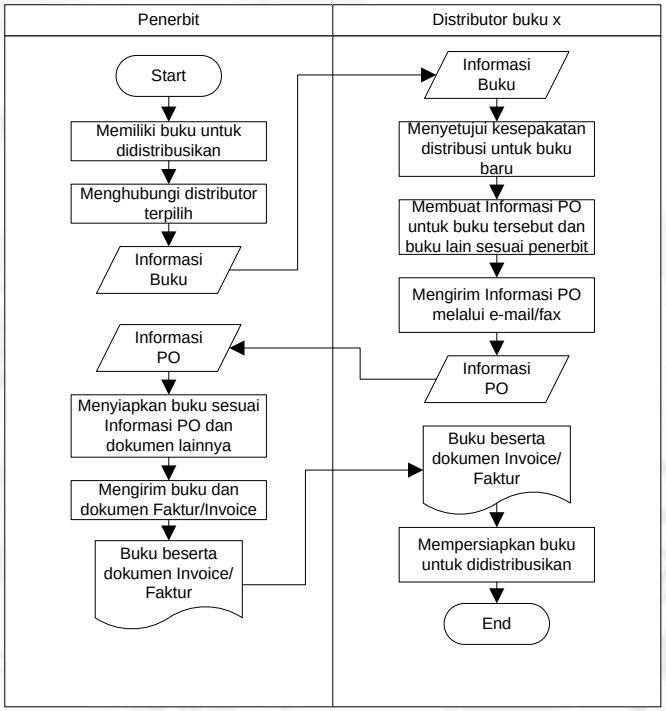
Hasil Pemindaian (3)

- Menjadi pilihan toko buku untuk penerbit baru. Beberapa penerbit baru jika ditanyakan sumber distributor ini merupakan rekomendasi dari toko buku.
- Faktor Sosial dan Teknologi serta kemampuan pesaing sekelas.

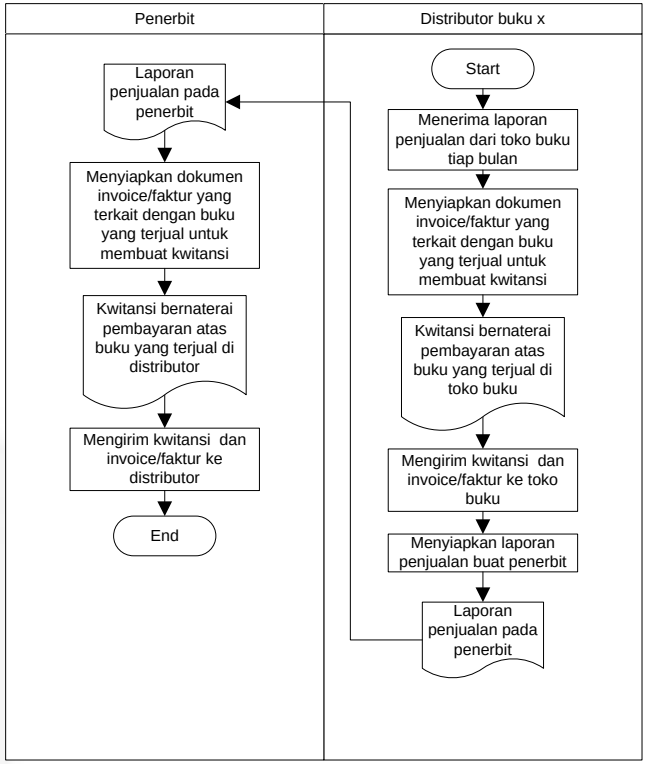
Magister Manajemen

Hasil Pemindaian (4)

- Prosedur-prosedur serta dokumen dan informasi dokumen yang terlibat.



Prosedur Penerbitan PO



Prosedur Penerbitan Laporan Penjualan

Hasil Pemindaian (5)

- Data-data pengamatan dan data masa lalu untuk dianalisis

Bulan	Proses pembuatan dokumen/laporan kurang atau sama dengan 2 hari (kejadian)	Pelunasan dengan kontra bon	Terlambat kontra bon	Salah data pada laporan/ dokumen
Januari 2011	1	1	1	2
Februari 2011	1	1	0	1
Maret 2011	1	1	0	1
April 2011	2	0	0	2
Mei 2011	1	1	1	1
Juni 2011	1	0	0	0
Juli 2011	2	1	0	1

Bulan	Salah antar	Salah biaya kirim	Dokumen hilang/sulit dicari
Januari 2011	0	1	0
Februari 2011	1	0	1
Maret 2011	0	1	0
April 2011	0	1	2
Mei 2011	0	0	1
Juni 2011	1	0	1
Juli 2011	0	0	0

Magister Manajemen

Hasil Pemindaian (6)

- Survei kepada pegawai

1. Kualitas Hasil Kerja (kesesuaian hasil kerja dengan yang diharapkan)
2. Kerjasama (mampu bekerjasama dengan pegawai bagian lain)
3. *Creativeness* (mampu memberikan ide tentang pekerjaanya)
4. Semangat kerja/Inisiative/*personal qualities* (semangat akan pekerjaan dan tugas baru)

Tabel 4.4. Penilaian Kinerja Pegawai distributor buku x

Bagian fungsional	Penilaian		Skor total	
Keuangan	STS	1	0	3.5
	TS	2	0	
	N	3	50%	
	S	4	50%	
	SS	5	0	
Marketing	STS	1	0	3.75
	TS	2	0	
	N	3	50%	
	S	4	75%	
	SS	5	0	
Operasional	STS	1	0	3.625
	TS	2	0	
	N	3	37,5%	
	S	4	62,5%	
	SS	5	0	

keterangan: sts(sangat tidak setuju), ts(tidak setuju),n(netral),s(setuju), dan ss(sangat setuju)

Magister Manajemen

Hasil Pemindaian (7)

- Catatan keuangan

Bulan	Penjualan (buku)	Laba bersih (juta rupiah)	Total Aktiva (juta rupiah)	ROA
April 2011	1870	11	4.9	2.24%
Mei 2011	1980	12.5	4.8	2.60%
Juni 2011	1920	12	4.9	2.44%

- Serta data-data lainnya baik primer dan sekunder yang bisa menjadi bahan analisis atau mendukung penelitian.

Magister Manajemen

Analisa SWOT

- Adalah analisa untuk melihat bagaimana menerapkan strategi atas kekuatan dan kelemahan yang ada pada diri kita terhadap peluang dan ancaman yang datang dari luar.

Internal Eksternal	Strengths (S) - Tentukan 5-10 faktor kelemahan perusahaan	Weaknesses (W) - Tentukan 5-10 faktor kelemahan perusahaan
Opportunities (O) - Tentukan 5-10 faktor peluang bagi perusahaan	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang
Threats (T) - Tentukan 5-10 faktor ancaman bagi perusahaan	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Magister Manajemen

Analisis SWOT dengan Matriks SWOT (SO-WO)

Hasil Analisis SWOT dengan menggunakan Matriks SWOT dalam menentukan strategi terhadap komponen internal SO-WO

Internal **Eksternal**	***Strengths* (S)** 1. Pimpinan/bagian Marketing mempunyai pemahaman dan mengerti mengenai konsep marketing dan komunikasi dengan pelanggan dan mempraktekkannya. 2. Mempunyai sumber daya manusia dengan kinerja baik dan siap meningkatkan kemampuan berdasarkan survei kinerja pegawai. 3. Sudah memulai untuk menggunakan teknologi informasi dan berkomitmen untuk mengembangkan. 4. Mempunyai jaringan distribusi yang cukup luas di kelasnya. (lihat keterangan pada sub bab 4.1.1.6.) 5. Menjadi pilihan para toko buku dan penerbit dalam memasarkan bukunya.	***Weaknesses* (W)** 1. Belum mempunyai gudang yang cukup luas menampung buku. 2. Belum memiliki database atau penanganan informasi proses bisnis yang terintegrasi. 3. Akses luar pulau jawa belum dipunyai. 4. Belum terlibat dalam mendekatkan atau mengenalkan buku kepada *end user*. 5. Kesulitan dalam pengembangan selanjutnya terutama dalam TI/SI.
***Opportunities* (O)** 1. Masih terbukanya pasar luar daerah. 2. *Self publishing* yang bermunculan. 3. Gerakan minat baca yang terus ditumbuhkan. 4. Distributor buku lain masih sebatas *website profile*. 5. Penggunaan teknologi TI/SI yang semakin berkembang.	**STRATEGI SO** - Pemahaman dan mengerti mengenai konsep komunikasi marketing dengan pelanggan untuk meraih *self publishing* yang bermunculan bahkan dengan menggunakan TI/SI. - Komitmen untuk terus mengembangkan penggunaan TI/SI yang berkembang didukung oleh seluruh pegawai dalam mengambil peluang pasar luar daerah dan gerakan minat baca dan bersaing dalam segi teknologi.	**STRATEGI WO** - Memanfaatkan penggunaan teknologi TI/SI yang semakin berkembang untuk meminimalkan segala *weakness*. - Memulai pengenalan, promosi dan penjualan buku kepada *end user*.

Magister Manajemen

Analisis SWOT dengan Matriks SWOT (ST-WT)

Hasil Analisis SWOT dengan menggunakan Matriks SWOT dalam menentukan strategi terhadap komponen internal ST-WT

Threats (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. Cukup banyak distributor yang memulai penggunaan TI/SI. 2. Tekanan pembentukan buku digital. 3. Daya beli yang masih belum tumbuh besar. 4. Sumber substitusi dari buku melalui dunia maya yang semakin berkembang. 5. Biaya kurir semakin besar.	- Mempunyai sumber daya manusia dengan kinerja baik dan terus meningkatkan kemampuan berdasarkan survei kinerja pegawai serta komitmen pengembangan TI/SI dalam persaingan distributor serta ancaman lainnya.	- Minimalkan kelemahan akan akses luar pulau jawa dengan memberikan penawaran kerja sama dan mencari kontak luar pulau jawa sehingga ancaman biaya kurir dapat dihindarkan dan substitusi buku di luar pulau jawa dapat diminimalisasi - Kesulitan pengembangan harus segera diatasi agar ancaman pesaing pemakai TI/SI diminimalisasi dan pembentukan buku digital dapat diikuti.

Balanced Scorecard (BSC)

- Adalah alat untuk menurunkan visi dan misi kedalam aksi perusahaan yang sesungguhnya.
- BSC dibagi ke dalam 4 perspektif yang merupakan 4 kegiatan utama proses bisnis yang masing-masing mempunyai tujuan serta perlu diukur kinerjanya dan ditetapkan targetnya.

Perspektif	Tujuan/Sasaran Strategis	KPI	Target
Keuangan			
Pelanggan			
Proses Bisnis Internal			
Pertumbuhan dan Pembelajaran			

Magister Manajemen

BSC Distributor buku x

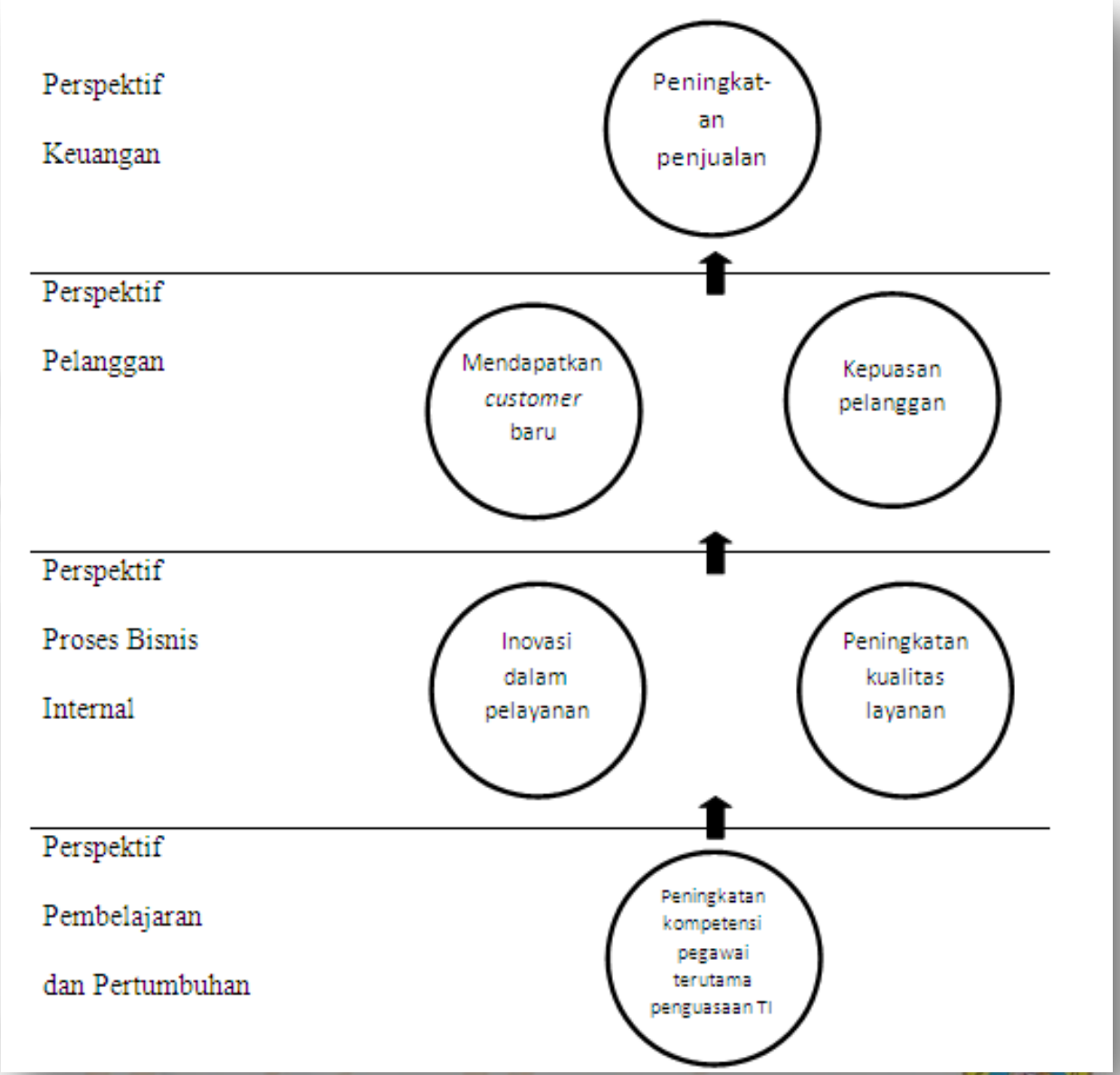
Data-data kondisi saat ini dan sebelumnya didapatkan dengan survei dan pengumpulan bukti dan pencatatan kejadian melalui wawancara.

Perspektif	Tujuan/Sasaran Strategis	KPI	Kondisi Saat Ini	Target
Keuangan	Peningkatan penjualan.	Persentase kenaikan penjualan.	Rata-rata 2000 buku dalam 1 bulan.	Naik sekitar 50% dari periode sebelumnya menjadi sekitar 3000 buku dalam waktu 1 tahun.(lihat sub bab 4.1.5.5.)
Pelanggan	Kepuasan Pelanggan.	Indikator dari variabel kepuasan pelanggan. -Meningkatkan apresiasi yang dikemukakan oleh pelanggan. -Menurunkan keluhan pelanggan.	-Hanya 1 apresiasi dalam 3 bulan kerja -selalu ada keluhan dalam 1 tahun.	-lebih dari 3 apresiasi -maksimal 1 atau 0 keluhan. (Persiapan survei kepuasan pelanggan)
Proses Bisnis Internal	1. Inovasi dalam pelayanan. 2. Peningkatan kualitas layanan.	1. Jumlah aplikasi inovatif yang diciptakan dan terpakai. 2. Indikator dari variabel kualitas layanan: *Responsiveness, Tangible, Emphaty, Reliability* dan *Assurance* dari *output* distributor buku x.	1.Belum ada layanan inovatif kepada pelanggan sebagai nilai tambah. 2. -Penyelesaian rata-rata dokumen adalah 2 hari setelah ada permintaan. - Keluar kontra bon 5 kali dan terlambat 2 kali 1 tahun. -Beberapa kejadian di tabel 4.2. dan 4.3. -Hanya telepon dan e-mail. - Ada 4 kegiatan menonjol (lihat sub bab 4.2.2.1.)	1. 1 layanan dalam 6 bulan dan diakses sebanyak minimal 5 kali. 2. -Penyelesaian rata-rata dokumen adalah 1 hari setelah ada permintaan. - Keluar kontra bon maksimal 3 kali dan terlambat maksimal 1 kali dalam 1 tahun. -Kesalahan lain diperkecil kejadiannya. -Ada penambahan saluran komunikasi. - *Emphaty* dan *Assurance* ditingkatkan dengan tindakan. (Persiapan survei kualitas layanan)
Pertumbuhan dan Pembelajaran	Peningkatan kompetensi pegawai terutama penguasaan TI.	Jumlah pelatihan yang diadakan.	Belum ada pelatihan.	Minimal 2 pelatihan dalam 1 tahun dimana belum pernah dilakukan sebelumnya

Magister Manajemen

Peta Strategi dari BSC Perusahaan

Peta strategi dibuat agar memberikan panduan bagi perusahaan akan tujuan yang hendak dicapai dalam setiap kegiatan utama.



Menurunkan BSC perusahaan ke dalam setiap bagian fungsional

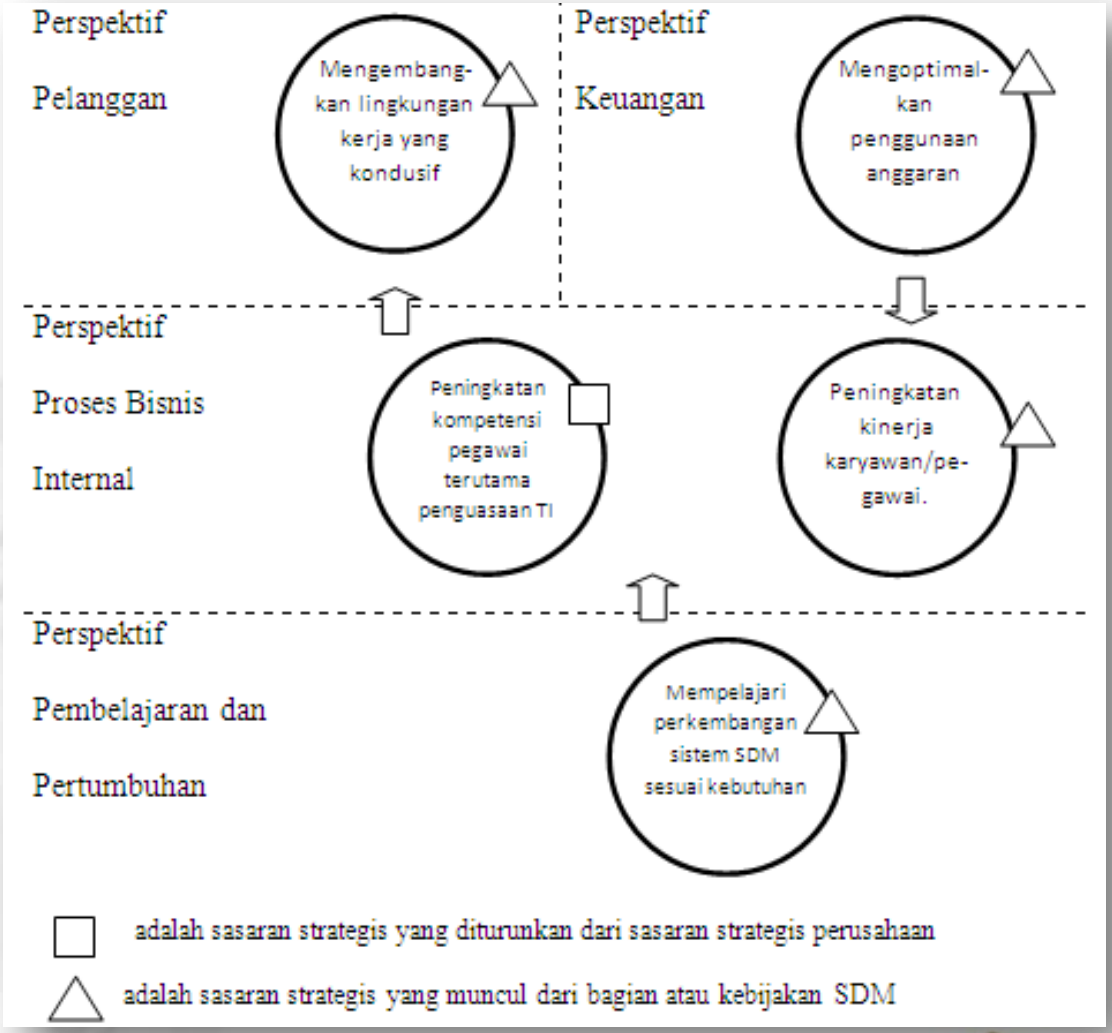
- BSC perusahaan perlu diturunkan ke dalam setiap bagian fungsional agar lebih terlihat tanggung jawab masing-masing bagian fungsional terhadap tujuan perusahaan.

No.	Langkah	Pengertian
1	Tujuan Divisi	Analisa Visi dan Misi Divisi
2	Relevansi Divisi	Mengidentifikasi kontribusi dan pengaruh Divisi terhadap Peta Strategi Perusahaan
3	"Pelanggan" Divisi	Mengidentifikasi "Pelanggan" Divisi
4	Aktivitas Divisi	Mengidentifikasi Tugas Pokok (Proses Inti) Divisi
5	Identifikasi Harapan Pelanggan	Mentabulasi output, pelanggan dan ekspektasi pelanggan
6	Menurunkan (cascading) SS Perusahaan ke Divisi	Me-review Langkah 1, dan mengidentifikasi SS yang harus diturunkan ke Divisi, lalu menentukan SS tambahan yang diperlukan Divisi
7	Memperhatikan isu-isu lokal	Lihat kembali langkah 2, 3, 4, dan 5, dan kembangkan SS Perspektif Pelanggan dan Keuangan untuk Divisi tersebut, kemudian Perspektif Proses Bisnis Internal dan Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan
8	Konsolidasi dan Tes Logika	Menyusun Peta Strategi Divisi
9	Memilih KPI	Mengidentifikasi dan mendefinisikan KPI untuk setiap SS
10	Menentukan Target dan Inisiatif Strategis	Menentukan target KPI dan Inisiatif Strategis untuk setiap SS

Magister Manajemen

Menurunkan BSC ke bagian/kebijakan SDM (Peta Startegi SDM)

Terlihat bahwa tujuan perusahaan dalam peningkatan kompetensi pegawai merupakai tanggung jawab bagian/kebijakan SDM dalam kegiatan proses bisnis internal mereka.



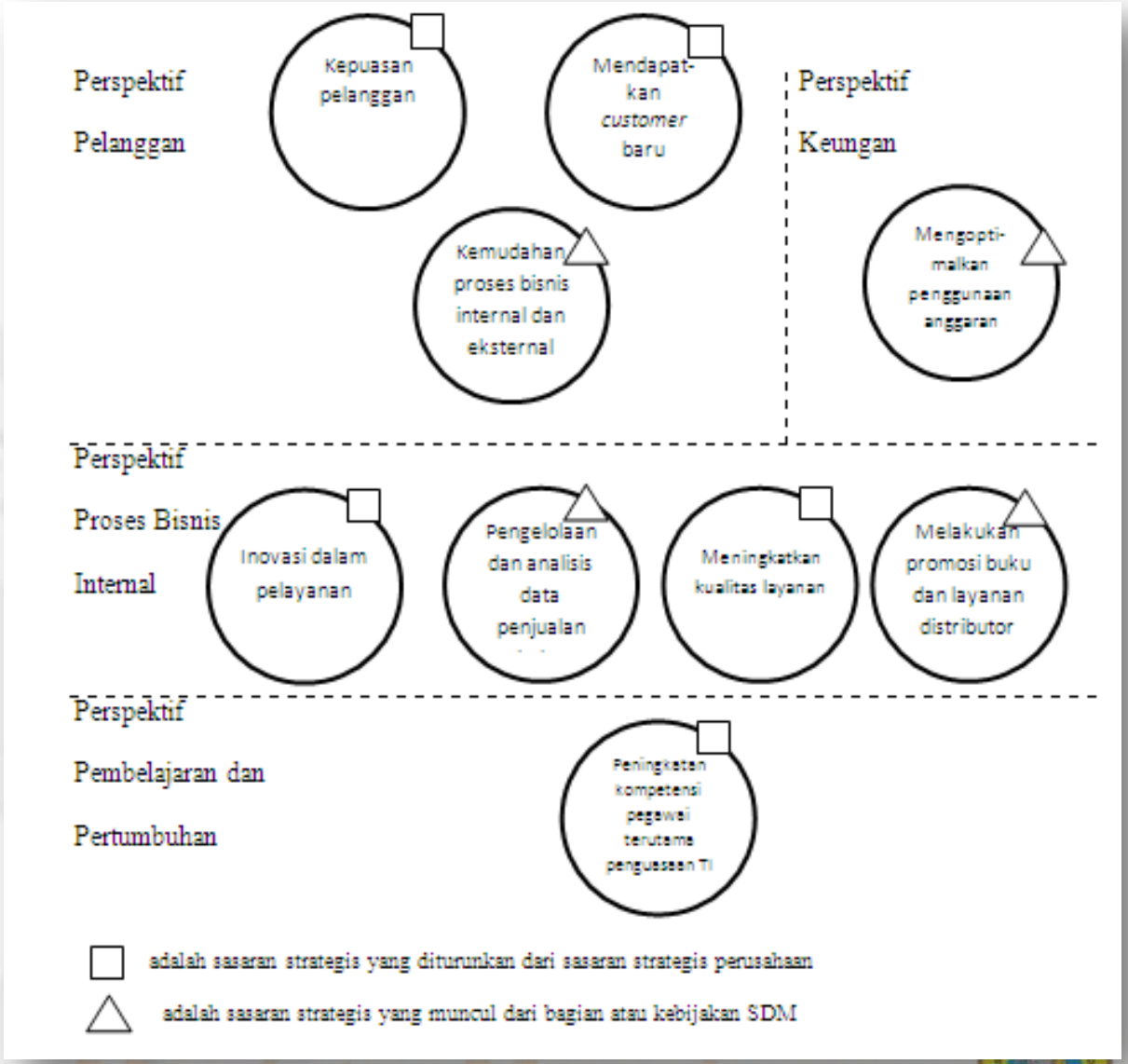
Menurunkan BSC ke bagian/kebijakan SDM (Tabel BSC dan disertai inisiatif strategi)

Perspektif	Tujuan/Sasaran Startegis	KPI	Kondisi Saat Ini	Target	Inisiatif Strategi
Keuangan	Mengoptimalkan penggunaan anggaran.	Biaya operasi bagian SDM/untuk kebijakan SDM.	Belum ada angaran khusus.	Anggaran untuk latihan tersedia dan mencukupi dimana sebelumnya belum diadakan.	Memilih pelatihan yang sesuai dan tepat guna.
Pelanggan	Mengembangkan lingkungan kerja yang kondusif.	Indikator gaji, lingkungan kerja, dan komunikasi dari variabel kepuasan kerja.	Skor 3,61.	Skor rata-rata dari semua pegawai lebih dari 3,61. (3,8-4)	Menindaklanjuti kesulitan yang timbul yang dialami oleh pegawai/saran berkenaan dengan pekerjaanya.
Proses Bisnis Internal	1. Peningkatan kompetensi pegawai terutama penguasaan TI. 2. Peningkatan kinerja karyawan/pegawai.	1. Jumlah latihan pegawai dalam 1 tahun. 2. Indikator variabel kinerja karyawan: -Kualitas Hasil Kerja -Kerjasama -*Creativeness*. -Semangat kerja/*Inisiative/ personal qualities*.	1.Belum ada. pelatihan. 2. Skor 3,62.	1. Masing-masing pegawai minimal 1 latihan dalam 1 tahun. 2. Skor rata-rata semua pegawai meningkat dari 3,62 (3,8-4)	1. Pengurangan beban kerja untuk yang mendapat pelatihan. 2. Memperbaiki aspek-aspek yang mempengaruhi kinerja karyawan.
Pembelajaran dan Pertumbuhan	Mempelajari perkembangan sistem SDM sesuai kebutuhan.	Jumlah catatan atau laporan yang berisi kesimpulan mengenai perkembangan sistem.	Secara lisan tidak terinci.	1 laporan untuk setiap tahun.	Mempelajari ilmu baru atau pemecahan masalah dari buku atau literatur.

Keterangan: untuk beberapa KPI kondisi saat ini serta keterangan lainnya dapat dilihat sub bab 4.1.5. untuk membandingkan dengan target yang akan dicapai.

Magister Manajemen

Menurunkan BSC ke bagian Marketing (Peta Startegi Marketing)



Menurunkan BSC ke bagian Marketing (Tabel BSC dan disertai inisiatif strategi)

Perspektif	Tujuan/Sasaran Strategis	KPI	Kondisi Saat Ini	Target	Inisiatif Strategi
Keuangan	Mengoptimalkan penggunaan anggaran	Biaya operasi	Belum ada perhitungan anggaran secara memadai.	Didapatkan anggaran sesuai dengan kebutuhan.	Pelaksanaan manajemen proyek.
Pelanggan	1. Kemudahan proses bisnis eksternal dan internal. 2. Mendapatkan *customer* baru. 3. Kepuasan pelanggan.	Untuk No.1 dan No.3 menggunakan indikator kepuasan pelanggan. 2.Penambahan penerbit baru dan pelanggan *end user* buku.	Untuk No.1 dan No.3 -Hanya 1 apresiasi dalam 3 bulan kerja -selalu ada keluhan dalam 1 tahun.	No.1 dan No.3 -Meningkatkan apresiasi yang dikemukakan oleh pelanggan. -Menurunkan keluhan pelanggan. (Persiapan survei kepuasan pelanggan) 2.Bertambah 10 distributor baru dari sebelumnya 60. Pelanggan end user didapatkan 300 orang pembeli.	-Menyediakan proses layanan yang terintegrasi. -Memaksimalkan fungsi *website profile*. -Memaksimalkan pelayanan dengan pilihan *e-commerce* b2b. -Pilihan *e-commerce b2c* dengan potensi menghadirkan harga buku yang bisa lebih murah.
Proses Bisnis Internal	1. Melakukan promosi buku dan layanan distributor. 2. Meningkatkan kualitas layanan. 3. Pengelolaan dan analisis data penjualan. 4. Inovasi dalam pelayanan.	1. Jumlah promosi dan bentuk promosi. 2. Indikator dari variabel kualitas layanan *Emphaty, Reliability* dan *Assurance* variabel kualitas layanan dari *output* distributor buku x. 3. Jumlah pengerjaan analisis. 4. Jumlah inovasi dan penggunaan layanan inovasi.	1. Belum ada promosi. 2. Ada 4 kegiatan menonjol (lihat sub bab 4.2.2.1.) 3. Belum ada/laporan secara lisan. 4. Belum ada layanan inovatif.	1.Minimal 1 kali promosi dalam setengah tahun dan bentuk berbeda dimana belum dilakukan sebelumnya. 2.*Emphaty, Reliability* dan *Assurance* ditingkatkan. (Persiapan survei kualitas layanan) 3.Minimal 1 laporan analisis dalam 1 bulannya dimana sebelumnya sulit dilakukan. 4.1 inovasi minimal 5 kali diakses.	1. Promosi pada media yang murah namun efektif. 2. Memastikan kualitas layanan bagian lain terjaga. 3. Penggunaan metode-metode untuk menggali informasi yang bisa bermanfaat dengan data yang sudah terintegrasi. 4. Menyediakan layanan yang bisa memberikan nilai tambah.
Pembelajaran dan Pertumbuhan	Peningkatan kompetensi karyawan terutama penguasaan TI	Jumlah latihan yang dilakukan dalam 1 tahun.	Belum ada pelatihan	1 pelatihan dalam 1 tahun.	Memberikan pelatihan yang sesuai dengan target dan kompetensi yang diharapkan.

Keterangan: untuk beberapa KPI kondisi saat ini serta keterangan lainnya dapat dilihat sub bab 4.1.5. untuk membandingkan dengan target yang akan dicapai.

Magister Manajemen

Critical Success Factor (CSF) serta Kebutuhan Informasi

- Analisis ini adalah untuk menetapkan faktor kritis yang harus diperhatikan agar target dari tujuan tercapai.
- Kebutuhan informasi sebagai dasar rekomendasi aplikasi sistem informasi yang digunakan untuk dapat membantu atau bahkan menjadi kunci operasional dari faktor kritis tersebut.

Perspektif Keuangan			
Tujuan/Sasaran Strategis	Measure (KPI)	CSF	Kebutuhan Informasi



Beberapa CSF dan kebutuhan informasi bagian/kebijakan SDM

Perspektif Keuangan			
Tujuan/Sasaran Strategis	**Measure (KPI)**	**CSF**	**Kebutuhan Informasi**
Mengoptimalkan penggunaan anggaran.	Biaya operasi untuk bagian/kebijakan SDM.	- Mengetahui biaya, waktu dan kualitas dari anggaran. - Pembuatan dan penetapan jadwal proyek secara rinci.	Informasi alokasi biaya. Informasi jadwal kegiatan. Informasi kepegawaian.

Perspektif Pelanggan			
Tujuan/Sasaran Strategis	**Measure (KPI)**	**CSF**	**Kebutuhan Informasi**
Mengembangkan lingkungan kerja yang kondusif.	Indikator gaji, lingkungan kerja, dan komunikasi dari variabel kepuasan kerja.	- Pengaturan beban kerja yang baik. - Adanya reward dan punishment. - Keterbukaan dan menerima saran dan kritik, pengecekan kondisi pegawai serta evaluasi kinerja.	Informasi kepegawaian Prosedur Kerja Informasi deskripsi pekerjaan.



Beberapa CSF dan kebutuhan informasi masing-masing bagian Marketing

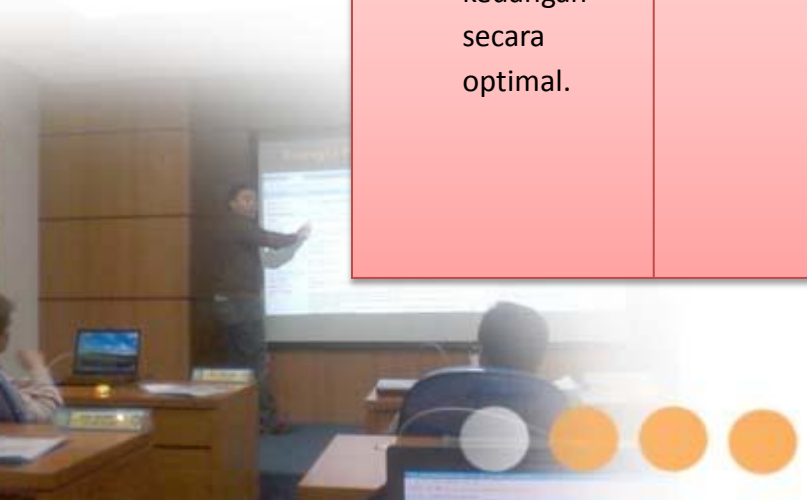
Perspektif Pelanggan			
Tujuan/Sasaran Strategis	Measure (KPI)	CSF	Kebutuhan Informasi
1. Kemudahan proses bisnis eksternal dan internal. 2. Mendapatkan customer baru. 3. Kepuasan pelanggan.	Untuk no.1 dan no.3 menggunakan indikator kepuasan pelanggan. 2.Penambahan penerbit baru dan pelanggan end user buku. (Persiapan survei kepuasan pelanggan)	1. Memberikan prosedur yang jelas. 2. -Menyediakan website dengan informasi yang jelas. -Faktor keamanan website -Alternatif pembayaran 1. -Mengutamakan pelanggan. -Mengutamakan kualitas layanan.	1. Prosedur kegiatan untuk internal. 2. - Informasi profil distributor. - Informasi prosedur distribusi buku. - Informasi pembelian buku. 1. Informasi Penerbit dan Toko Buku.



Beberapa CSF dan kebutuhan informasi masing-masing bagian Keuangan

Perspektif Keuangan			
Tujuan/Sasaran Strategis	Measure (KPI)	CSF	Kebutuhan Informasi
Mengoptimalkan penggunaan anggaran.	Biaya Operasi	Menyiapkan rincian kegiatan, biaya dan waktu serta dampaknya dari anggaran tersebut.	Informasi jadwal kerja. Informasi alokasi biaya. Data-data keuangan dan akuntansi.

Perspektif Pelanggan			
Tujuan/Sasaran Strategis	Measure (KPI)	CSF	Kebutuhan Informasi
Mengelola kinerja keuangan secara optimal.	ROA	-Menyediakan laporan keuangan yang akuntabel. -Melakukan Input data secara akurat dan berkas dokumen yang lengkap. -Anggaran yang seimbang	Data-data keuangan dan akuntansi.



Beberapa CSF dan kebutuhan informasi masing-masing bagian Operasional

Perspektif Proses Bisnis Internal			
Tujuan/Sasaran Strategis	Measure (KPI)	CSF	Kebutuhan Informasi
Meningkatkan kualitas layanan	Indikator dari variabel kualitas layanan: Responsiveness, Tangible, Emphaty, Reliability dan Assurance dari output distributor buku x.	Untuk operasional internal: - Pengembangan aplikasi pengolahan dokumen (Responsiveness) Untuk operasional tugas keluar: - Berpakaian rapih dan sopan. - Pegawai yang ramah untuk tugas keluar. - Briefing sebelum tugas keluar.	Informasi/Data pelanggan Informasi/Data buku



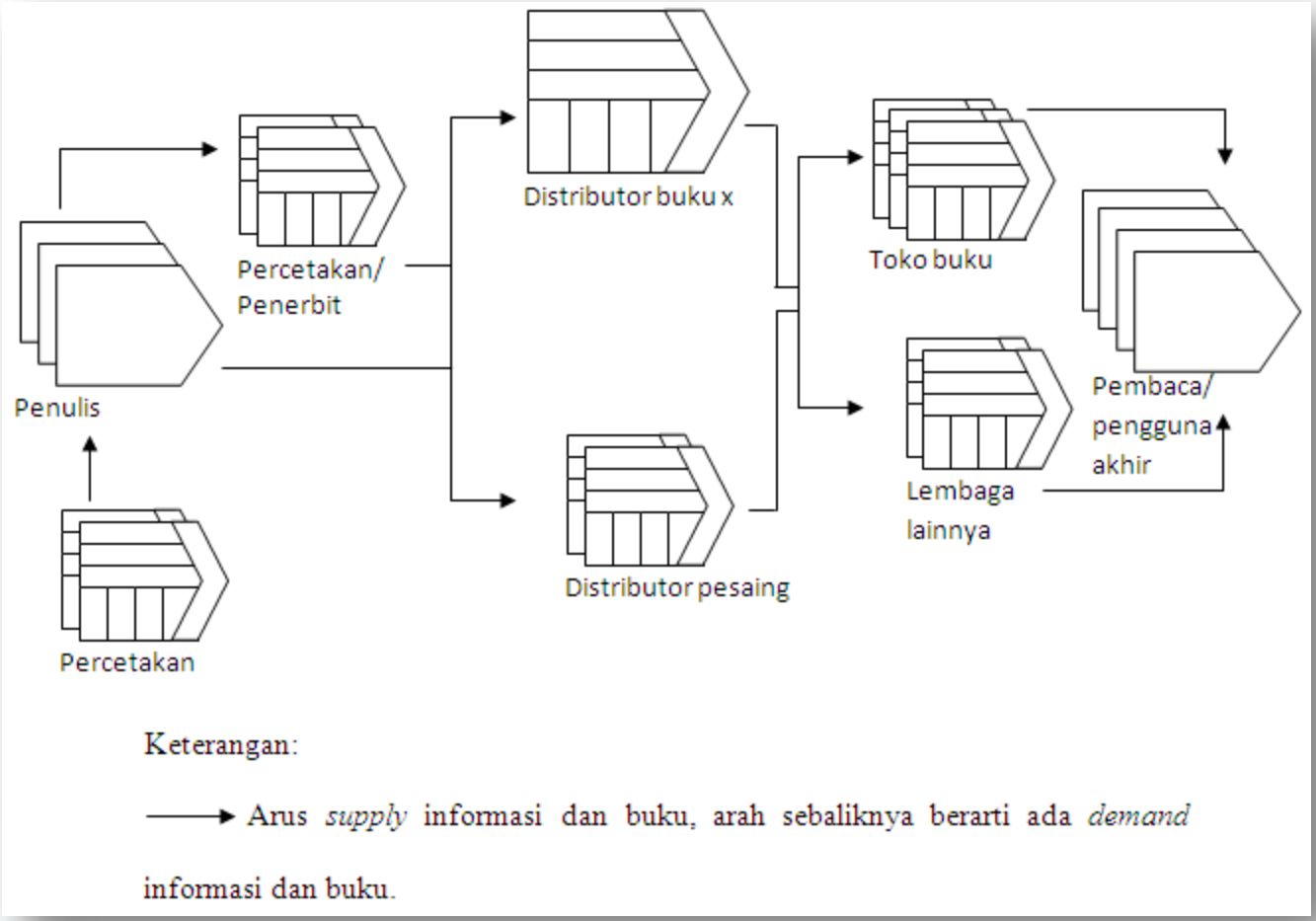
Value Chain

- Analisis Rantai Nilai/Value Chain adalah analisis yang melihat kepada rantai yang bisa memberikan keuntungan pengurangan biaya atau nilai tambah bagi penggunanya.
- Terdiri dari eksternal dan internal value chain



Eksternal Value Chain Bidang Industri Distributor Buku x

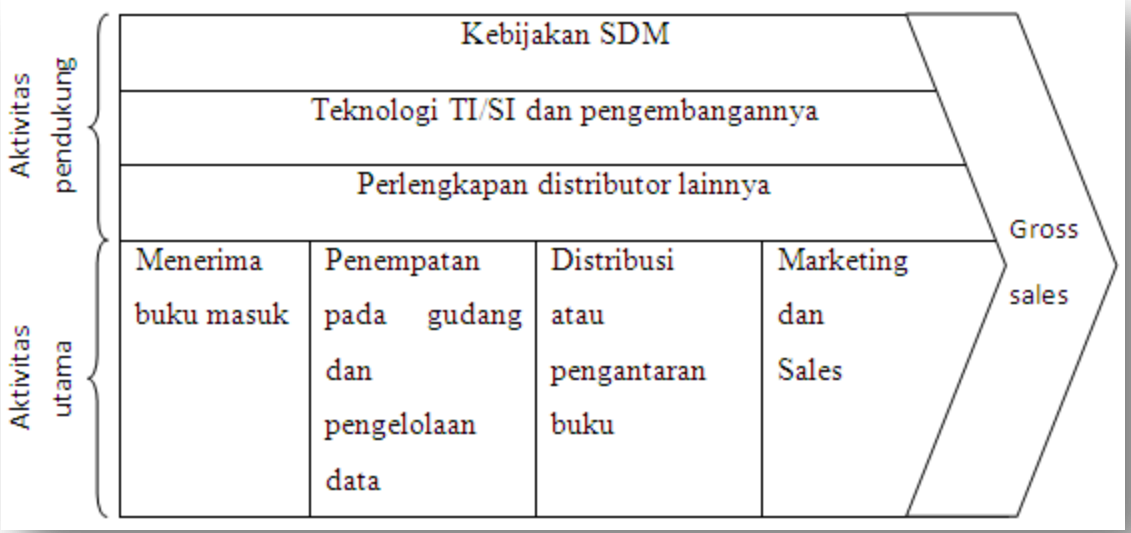
Rekomendasi dari analisis terhadap eksternal *value chain* ini adalah dengan mengembangkan suatu sistem penjualan kepada pengguna akhir yang cukup terbuka. Rantai toko buku dan lembaga lainnya bisa dilewati dengan pembukaan e-commerce b2c.





Internal Value Chain Distributor Buku x

- Model value chain porter pada distributor buku x.



- Hasil analisis dari internal value chain memungkinkan penyederhanaan proses-proses aktivitas (mendukung hasil/rekomendasi yang ada di distributor buku x.

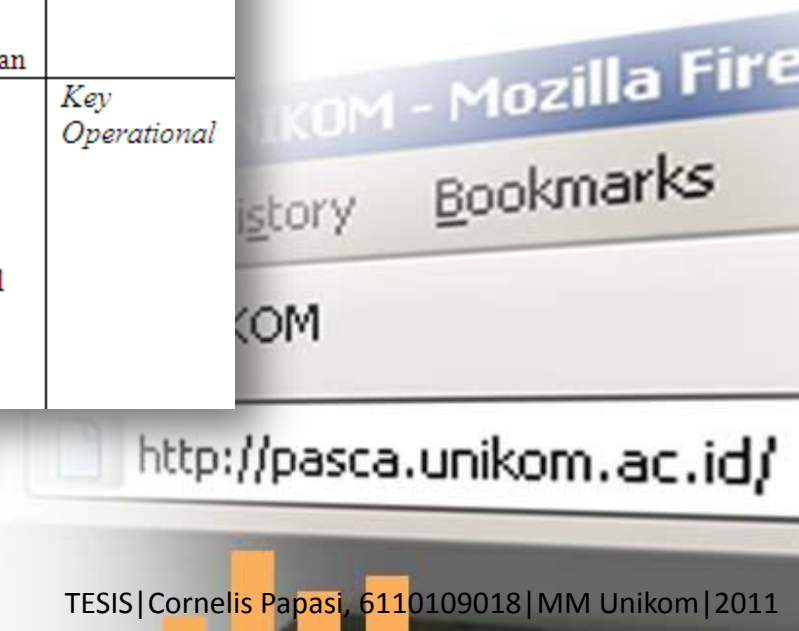
Potensi aplikasi sistem informasi sebagai rekomendasi dari hasil analisis

Analisis	Faktor yang mempengaruhi pemilihan aplikasi	Penjelasan faktor	Kebutuhan Informasi	Potensi Aplikasi/Sistem Informasi	Posisi Portofolio
Lingkungan TI/SI eksternal	Efektiftas Teknologi *Online*.	*Trend* penjualan secara *online*. Serta peningkatan/perkembangan layanan *online*.	- Informasi Penjualan Online - Informasi Buku - Informasi Pembayaran - Prosedur Penjualan Online. - Informasi Promosi	- *Website e-commerce b2c*. - Forum atau Komunitas *Online* - Pembayaran *Online* - Pemanfaatan situs jejaring sosial populer.	*Strategic* *High Potential*
SWOT	Perluasan pangsa pasar.	Menjangkau pembeli yang ada di luar daerah operasi distributor buku x dengan potensi yang cukup besar.			*High Potential*
Value Chain	Menghindari rantai toko buku dan lembaga lainnya.	Pembagian keuntungan semakin besar bila menjual langsung kepada *end user*.			*High Potential*
BSC dan CSF	Membuka layanan inovatif dan membuka saluran komunikasi.	Memberikan pelayanan semaksimal mungkin.	-Prosedur layanan distribusi. -Informasi Buku -Kontrak dan perjanjian -Informasi penerbit dan	-*Website e-commerce b2b*. -Aplikasi *Messenger* -Aplikasi *Video Chat* -Aplikasi Informasi	*Strategic* *High Potential* *High Potential* *High Potential*
Value Chain	Menghindarkan biaya dari customer	Agar distributor semakin mudah dihubungi.			



Potensi aplikasi sistem informasi sebagai rekomendasi dari hasil analisis (2)

	distributor buku x untuk bertatap muka secara langsung.		toko buku -Profil Distributor buku x	Penjualan	
BSC dan CSF	Sasaran strategis dan CSF pada bagian Keuangan.	Untuk mendukung peningkatan kualitas layanan bagian keuangan.	Informasi Keuangan dan Akuntansi	Sistem Informasi Distributor Buku, Aplikasi Keuangan	*Key Operational*
BSC dan CSF	Sasaran strategis dan CSF pada bagian SDM.	Untuk mendukung peningkatan kualitas layanan bagian/kebijakan SDM.	Informasi Pegawai. Informasi Jadwal Kerja.	Sistem informasi Distributor Buku, Aplikasi Kepegawaian	*Key Operational*
BSC dan CSF	Sasaran strategis dan CSF pada bagian Operasional.	Untuk mendukung peningkatan kualitas layanan bagian operasional.	- Informasi Buku - Informasi Penerbit - Informasi Toko Buku - Informasi Pegawai -	Sistem informasi Distribusi buku, Aplikasi Operasional Distribusi	*Key Operational*



TESIS|Cornelis Papasi, 6110109018|MM Unikom|2011

Rancangan Arsitektur Data (Elemen data dalam setiap laporan)

	Daftar/Tabel Pegawai	Slip Gaji	Catatan Kerja Pegawai	Daftar/Tabel Buku	PO ke penerbit	Invoice/Faktur	Laporan Penjualan Penerbit	Nota Return	Delivery Order	Laporan Keuangan
Informasi Kepegawaian (Form Kepegawaian)										
ID Pegawai	√	√	√							
Nama Pegawai	√	√	√			√	√	√	√	√
Alamat Pegawai	√	√	√							
Bagian	√	√	√							
Deskripsi Pekerjaan	√									
Gaji Pegawai	√	√								
Informasi Buku (Form Buku)										
ID Buku				√			√			
Judul Buku				√	√	√	√	√		
ISBN				√	√	√	√	√		
Kategori Buku				√						
Halaman				√						
Penulis				√						
Ringkasan Buku				√						
Harga Buku				√		√	√			
Keterangan Lainnya				√						

Contoh Beberapa Elemen data dan hubungannya dengan laporan/dokumen.



Rancangan Arsitektur Data (Elemen data dalam website)

Aplikasi *website e-commerce b2c*

- Informasi Buku
- Review Buku
- Katalog Buku
- *Membership* Pembeli
- Informasi dan Aplikasi Pembayaran
- Aplikasi Jejaring Sosial
- Form Pembelian
- Aplikasi Messenger
- Informasi Toko Online
- Prosedur Pembelian



Rancangan Arsitektur Teknologi

Teknologi	Kebutuhan	Spesifikasi	Pimpinan/ Marketing/ SDM	Keuangan	Operasional	Kebutuhan
Unit komputer	Proyeksi teknologi sampai 3-5 tahun	CPU Intel Core2Duo	1	1	1	3 unit
		Monitor 16 inch				
		VGA Card Low End				
		LAN card/WIFI				
		Kapasitas penyimpanan Data/Harddisk 500 Gigabyte				
Printer	Proses mencetak cepat, efisien dan mudah untuk input kertas	Dot Matrix		1		1 Unit
		DeskJet			1	1 Unit
Scanner	DPI kecil sampai menengah	Low End			1	1 Unit
Jaringan Internet	Bandwith menengah	Bandwith minimal	1	1	1	
Jaringan LAN	Terhubung sampai 4 komputer	Kabel/WIFI	Terhubung	Terhubung	Terhubung	50 m untuk kabel

Arsitektur teknologi sesuai proyeks Idokumen dan laporan yang terlibat untuk 3 tahun kedepan.



Kesimpulan Penelitian

Kesimpulan penelitian ini:

Faktor-faktor yang mempengaruhi rekomendasi pemilihan aplikasi sistem informasi, yaitu:

Peluang yang tersebut terletak pada *end user* buku pada daerah-daerah yang belum mempunyai akses yang luas terhadap buku. Dan juga terhadap penerbit baru/*self publishing* yang bermunculan. Atas faktor-faktor tersebut maka rekomendasi yang didapatkan adalah perlunya penggunaan aplikasi sistem informasi yang bisa meraih pelanggan baru baik *end user* dan penerbit baru. Selain itu diperlukan juga membuka komunikasi atau media interaksi dengan memanfaatkan teknologi dan sistem informasi. Semua aplikasi tersebut dapat diterapkan dalam *e-commerce b2c* dan *b2b.*

Faktor-faktor yang kritis terdapat dalam empat perspektif sasaran strategis dari berbagai bagian fungsional distributor buku x, yaitu:

Keuangan, bagaimana investasi yang digunakan dapat meningkatkan penjualan dan bagaimana menangani kualitas pembukuan dan pembayaran pelanggan distributor buku x.

Pelanggan, dimunculkan layanan-layanan yang bermanfaat memberikan nilai tambah pengguna baik yang muncul dari kebutuhan pelanggan itu sendiri maupun sebagai bentuk inovasi.

Proses Bisnis Internal, faktor yang perlu diperhatikan adalah meliputi indikator kualitas layanan dari segi *responsivess* pembuatan dokumen.

Pertumbuhan dan Pembelajaran, membuat penjadwalan kerja yang baik.

Faktor-faktor yang dikemukakan di atas merupakan faktor-faktor yang menghasilkan rekomendasi penggunaan Sistem Informasi Manajemen Distribusi Buku yang didalamnya terdapat aplikasi-aplikasi untuk menangani faktor-faktor tersebut.

Faktor yang berupa rantai nilai dari distributor buku x baik internal dan eksternal. Rantai nilai yang kembali menjadi perhatian adalah rantai nilai distribusi buku hingga ke *end user*. Rekomendasinya adalah aplikasi sistem informasi yang bisa menjadikan pengurangan biaya. Selain itu beberapa rantai nilai dalam distributor buku x mendapat penekanan kembali untuk digunakan aplikasi sistem informasi sehingga pelanggan mendapatkan nilai tambah.

Kesimpulan penelitian untuk hasil rancangan didapatkan usulan rancangan aplikasi sistem informasi berupa:

Portofolio Aplikasi, dimana merupakan klasifikasi prioritas pembentukan aplikasi disesuaikan dengan tingkat urgensi dari proses ataupun dari biaya yang tersedia untuk pengembangan seperti ditunjukkan dalam Tabel 4.41.

Arsitektur Data, dimana dirancang elemen data yang terlibat yang membentuk suatu tabel dokumen atau formulir aplikasi sistem informasi seperti ditunjukkan dalam Tabel 4.42. sampai Tabel 4.44.

Arsitektur Teknologi, merupakan rancangan teknologi perangkat keras yang mendukung proses berjalannya aplikasi sistem informasi agar berfungsi dengan baik seperti dipaparkan ddalam sub bab 4.2.6.3.

Saran kepada Distributor buku x

Saran penulis penelitian ini bagi distributor buku x adalah:

Agar segera mengembangkan dan membangun aplikasi sistem informasi yang diusulkan dalam penelitian ini yang merupakan rekomendasi dari langkah-langkah yang sistematis dalam menghasilkan aplikasi sistem informasi sebagai cara menanggulangi faktor-faktor atau permasalahan yang timbul dalam distributor buku x.

Dengan adanya rancangan aplikasi sistem informasi yang diusulkan sebaiknya digunakan untuk memberikan pedoman dalam membangun TI/SI atau dalam tahap pembuatan aplikasi tersebut, baik yang akan dikembangkan secara *inhouse* atau dengan cara *outsource*.

Melakukan pengukuran kinerja dalam KPI sehingga dapat dinilai dan dianalisis kontribusi TI/SI terhadap masing-masing sasaran strategis dan antar sasaran strategis.

Selain usulan berdasarkan tujuan penelitian maka ada beberapa usulan yang membantu distributor buku x untuk tahapan-tahapan pengembangan TI/SI selanjutnya, yaitu:

Merancang prosedur kerja yang sesuai dengan pemakaian TI/SI pada tahapan implementasi serta mensosialisasikan prosedur tersebut agar para pegawai paham akan proses bisnis yang berlangsung.

Mengawasi dan mengevaluasi kinerja TI/SI dan kinerja dari pegawai agar proses pengambangan TI/SI menjadi lebih terarah dan dapat memberikan manfaat yang maksimal.

TERIMA KASIH