

BAB 3

LANDASAN TEORI

3.1. Landasan Teori

3.1.1. Arsitektur Enterprise

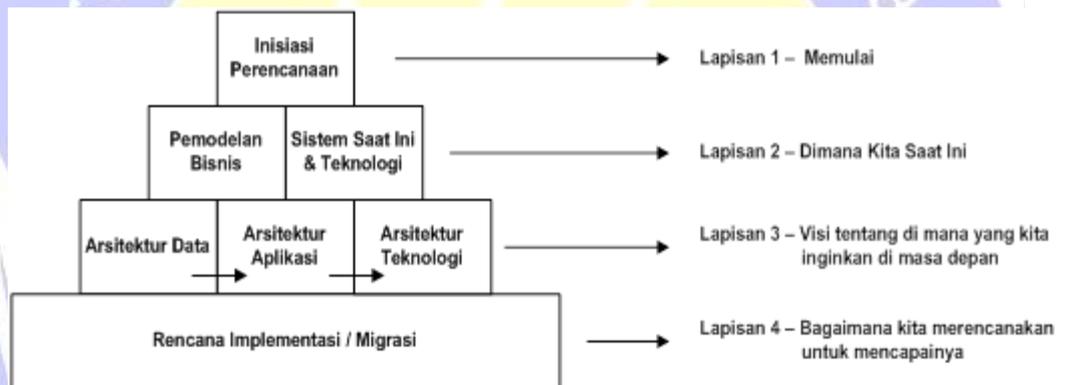
Menurut (Surendro,2009) Arsitektur *Enterprise* adalah Kumpulan prinsip, metode dan model yang bersifat masuk akal yang digunakan untuk mendesain dan merealisasikan sebuah struktur organisasi *enterprise*, proses bisnis, sistem informasi dan infrastrukturnya. Hal ini mendiskripsikan teknologi yang digunakan saat ini dan tujuan serta sasaran arsitektur ke depan dalam menyatukan peraturan, standar yang dibuat dan siklus hidup sistem informasi.

Pada proses ini arsitektur *enterprise* akan melibatkan rencana dari pemimpin perusahaan atau organisasi, proses pengendalian investasi, proses perencanaan arsitektur *enterprise* dan siklus hidup perusahaan. Arsitektur *enterprise* akan mendefinisikan prinsip dan tujuan serta mengatur arah seperti promosi, sistem terbuka, akses publik, pengalaman pengguna, dan keamanan teknologi informasi.

Arsitektur *enterprise* mempunyai tiga komponen yaitu arsitektur data, arsitektur aplikasi dan arsitektur teknologi. Faktor yang menjadi alasan sebuah organisasi mengembangkan arsitektur *enterprise* adalah pengembangan selaras antara tujuan dengan visi, misi organisasi tersebut.

3.1.2. Enterprise Architecture Planning (EAP).

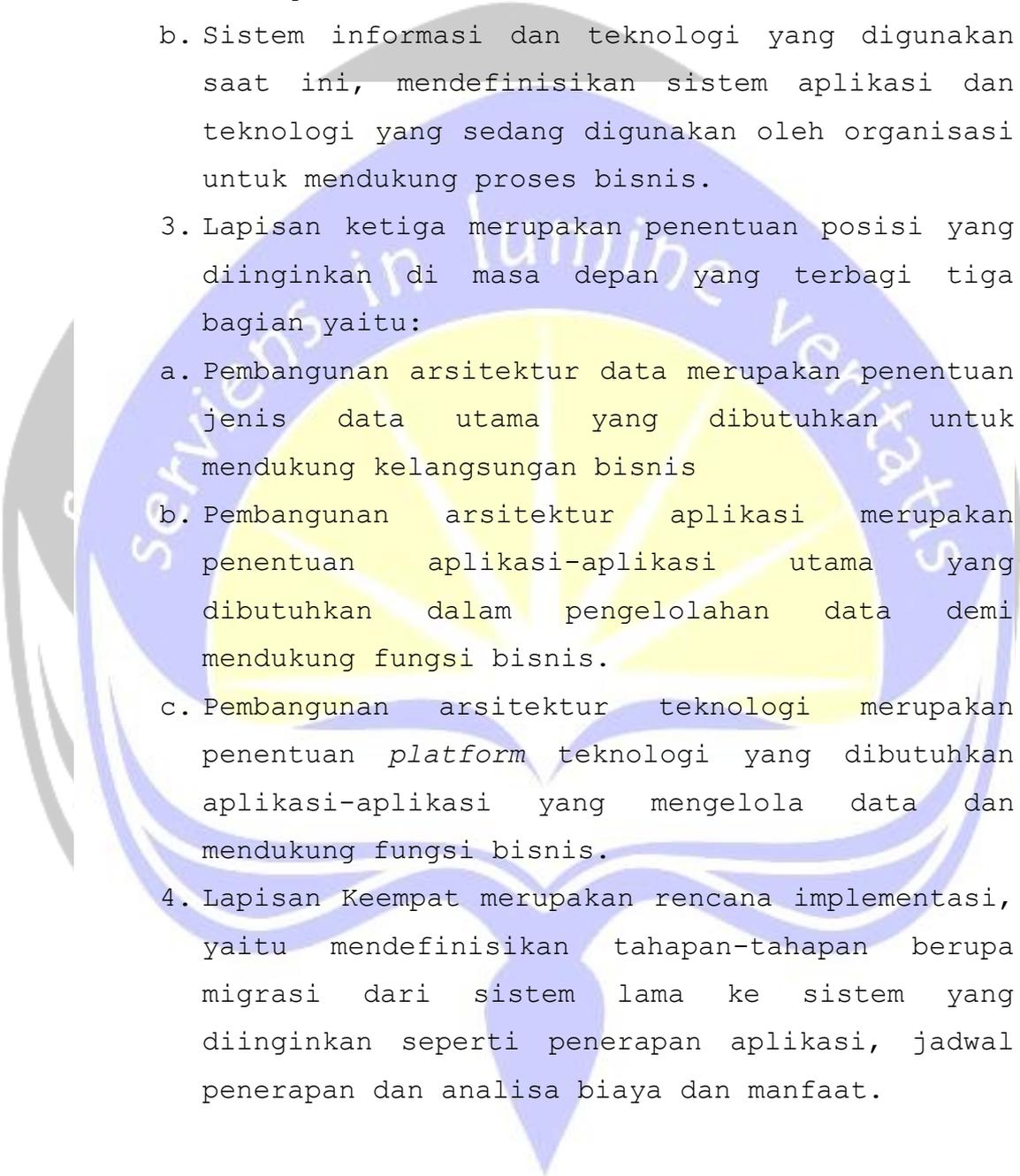
Enterprise Architecture Planning adalah sebuah metode yang digunakan untuk membantu mendefinisikan arsitektur informasi dan pendekatan perencanaan kualitas data yang berorientasi pada kebutuhan bisnis serta bagaimana cara implementasi dari arsitektur informasi yang telah dirancang dapat mendukung proses bisnis sesuai dengan tujuan, visi, misi sistem informasi dan organisasi dapat tercapai. EAP diperkenalkan oleh Steven H. Spewak dapat dijelaskan pada gambar dari tahapan EAP sesuai gambar di bawah ini :



Gambar 3.1 Struktur EAP oleh Steven H. Spewak (1992)

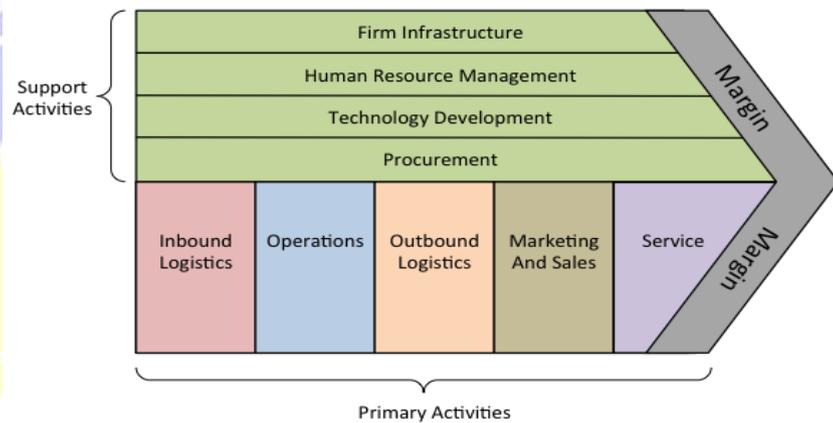
Penjelasan tahapan-tahapan pada EAP dapat diperinci sebagai berikut :

1. Lapisan pertama adalah inisiasi perencanaan untuk persiapan pelaksanaan proses perencanaan arsitektur enterprise.
2. Lapisan kedua adalah definisi organisasi saat ini yang terdiri dari 2 kegiatan yaitu :

- 
- a. Pemodelan bisnis merupakan kegiatan pengumpulan informasi dan pengetahuan proses bisnis yang sedang dilakukan.
 - b. Sistem informasi dan teknologi yang digunakan saat ini, mendefinisikan sistem aplikasi dan teknologi yang sedang digunakan oleh organisasi untuk mendukung proses bisnis.
 3. Lapisan ketiga merupakan penentuan posisi yang diinginkan di masa depan yang terbagi tiga bagian yaitu:
 - a. Pembangunan arsitektur data merupakan penentuan jenis data utama yang dibutuhkan untuk mendukung kelangsungan bisnis
 - b. Pembangunan arsitektur aplikasi merupakan penentuan aplikasi-aplikasi utama yang dibutuhkan dalam pengolahan data demi mendukung fungsi bisnis.
 - c. Pembangunan arsitektur teknologi merupakan penentuan *platform* teknologi yang dibutuhkan aplikasi-aplikasi yang mengelola data dan mendukung fungsi bisnis.
 4. Lapisan Keempat merupakan rencana implementasi, yaitu mendefinisikan tahapan-tahapan berupa migrasi dari sistem lama ke sistem yang diinginkan seperti penerapan aplikasi, jadwal penerapan dan analisa biaya dan manfaat.

3.1.3 Porter Value Chain

Porter Internal Value Chain melakukan identifikasi entitas bisnis tiap area fungsi bisnis dari organisasi (Michael Porter, 1985). Fungsi bisnis dibagi menjadi dua bagian yaitu fungsi utama dan fungsi pendukung. Fungsi utama adalah fungsi utama dari proses bisnis organisasi, sedangkan fungsi pendukung adalah fungsi bisnis sebagai penunjang untuk fungsi bisnis utama.



Gambar 3.2 Struktur *Porter Value Chain* oleh Michael Porter.

Gambar *value chain* di atas merupakan contoh dari proses bisnis organisasi atau perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur. Setiap gambar *value chain* sesuai dengan proses bisnis yang berjalan di organisasi atau perusahaan tersebut. Penjelasan gambar *value chain* diatas sebagai berikut :

1. Aktivitas Utama

- a. *Inbound Logistic* : aktivitas yang berhubungan dengan penerimaan, penyimpanan dan penyebaran masukan untuk menjadi produk.
- b. *Operations* : aktivitas- aktivitas yang berhubungan dengan mentransformasikan masukan menjadi produk akhir.
- c. *Outbound Logistics* : aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan mengumpulkan, menyimpan, dan mendistribusikan produk kepada pelanggan.
- d. *Marketing Sales* : aktivitas yang terkait dengan penyediaan sarana agar pelanggan dapat memiliki produk serta aktivitas yang mendorong pelanggan untuk memiliki produk tersebut.
- e. *Service* : aktivitas yang terkait dengan penyediaan untuk meningkatkan atau menjaga nilai dari produk yang dihasilkan.

2. Aktivitas Pendukung

- a. *Firm Infrastructure* : aktivitas yang terkait dengan pengelolaan secara umum, perencanaan, keuangan, hubungan dengan pemerintah serta manajemen kualitas.
- b. *Human Resource Management* : terdiri dari aktivitas perekrutan, penyewaan, pelatihan, pengembangan dan kompensasi tenaga kerja.

c. *Tecnology development* : aktivitas-aktivitas yang dapat dikelompokkan sebagai usaha untuk meningkatkan produk dan proses yang berjalan.

d. *Procurement* : aktivitas yang terkait dengan perolehan sumber daya atau input yang digunakan dalam rantai nilai.

3.1.4 Analisis SWOT

Konsep manajemen strategis dimulai dengan penyesuaian organisasi terhadap lingkungan kepada kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*Threat*) organisasi tersebut dikenal dengan analisis SWOT yaitu identifikasi faktor internal dan eksternal organisasi. Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal dari organisasi tersebut. Mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bertujuan agar organisasi mampu mengenali dan kekuatan yang dimiliki, kelemahan yang dimiliki, peluang yang ada dan mampu mengatasi atau mencegah ancaman yang muncul. Berikut proses analisis SWOT dibagi menjadi dua bagian lingkungan yaitu internal dan eksternal.

1. Lingkungan internal adalah lingkungan di dalam organisasi yang paling berpengaruh dan menentukan dalam perencanaan strategis.

a. *Strength* : identifikasi terhadap kekuatan yang dimiliki organisasi.

b. *Weakness* : identifikasi terhadap kelemahan yang dimiliki organisasi.

2. Lingkungan eksternal adalah faktor yang berada di luar kendali lingkungan organisasi.

a. *Opportunity* : kondisi lingkungan yang diharapkan mempunyai dampak yang menguntungkan bagi organisasi.

b. *Threat* : Menunjukkan kekuatan yang datang dari lingkungan luar yang dapat menimbulkan kerugian bagi organisasi.

3.1.5. Analisis Critical Success Factor (CSF)

Critical Success Factor (CSF) adalah suatu ketentuan dari organisasi dan lingkungannya yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan. CSF ditentukan bila tujuan organisasi telah diidentifikasi. Tujuan dari CSF adalah menginterpretasikan tujuan dan obyek secara jelas untuk menentukan aktivitas yang harus dilakukan dan informasi yang dibutuhkan (Wedhasmara, 2009). Faktor kunci keberhasilan adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap kemampuan anggota-anggota industri di pasaran. Faktor-faktor ini dapat berupa elemen khusus dari strategi yang dapat berupa sumber daya informasi, kompetensi sistem teknologi informasi, kemampuan kompetensi yang diciptakan oleh sistem teknologi informasi yang mampu membuat perusahaan mempunyai posisi yang kuat di pasaran (Jogiyanto, 2005).