

## ABSTRAK

Perum Perhutani Unit III merupakan salah satu penyedia sektor pariwisata alam yang mengelola sumberdaya hutan di kawasan Jawa Barat dan Banten. Perkembangan industri pariwisata menuntut Perum Perhutani Unit III untuk memilih strategi pemasaran terbaik dan mengelola hubungan dengan pelanggan untuk menghasilkan keunggulan wisata yang kompetitif.

Pemasaran destinasi wisata diharapkan mampu mengembangkan pariwisata di wilayah tersebut serta memastikan kelestarian sumberdaya destinasi wisata melalui kegiatan promosi yang tepat sasaran. Sedangkan manajemen hubungan pelanggan (CRM) berfokus pada bagaimana menciptakan komunikasi yang baik dengan pelanggan untuk tetap setia pada produk yang ditawarkan dalam jangka panjang.

Berdasarkan pada permasalahan diatas, Perum Perhutani Unit III membutuhkan perancangan *enterprise architecture* yang dapat menunjang kegiatan pemasaran dan manajemen hubungan pelanggan melalui pemanfaatan teknologi informasi. *Enterprise architecture* juga dapat membantu menyelaraskan strategi kompetitif Perum Perhutani Unit III dengan teknologi informasi. Perancangan *enterprise architecture* membutuhkan sebuah kerangka kerja (*framework*) yang mengidentifikasi ruang lingkup arsitektur dan menetapkan hubungan antara area arsitektur.

Perancangan *enterprise architecture* pada penelitian ini menggunakan *framework* TOGAF yang mempunyai beberapa fase, diantaranya *preliminary phase*, *architecture vision*, *architecture business*, *information system architecture*, *technology architecture*, *opportunities and solution*, dan *migration planning*. Hasil perancangan ini berupa model bisnis target dan artefak pada setia tahapan.

Kata Kunci: *Enterprise Architecture*, TOGAF, Pariwisata, Perum Perhutani, Pemasaran, Manajemen Hubungan Pelanggan.