

Bab I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kemajuan Teknologi Informasi (TI) pada era digitalisasi ini ditandai dengan berkembangnya pemanfaatan teknologi informasi yang sangat cepat perubahannya. Kini teknologi informasi tidak hanya digunakan untuk proses operasional dalam keseharian, tetapi dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi organisasi (Edelhauser, 2011). Perusahaan dituntut untuk mengerti dan memahami keinginan pasar dan siap menghadapi perubahan pada lingkungan bisnisnya. Suatu perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan lainnya sehingga dapat memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi pesaing (Supranoto, 2009). Keunggulan bersaing atau keunggulan kompetitif adalah salah satu yang mencirikan perusahaan TI dianggap lebih baik dari pesaingnya. Faktor utama untuk menjaga posisi suatu perusahaan agar tetap di depan pesaing ialah memiliki kemampuan terhadap informasi utama yang *real-time*. Sehingga hubungan proses antara data, informasi, dan teknologi dapat membuat keputusan berjalan lebih cepat dan terinformasi dengan baik (Smith & Solutions, 2011).

Pertumbuhan ekonomi dan infrastruktur Indonesia saat ini sedang gencar-gencarnya melakukan migrasi teknologi, dapat dilihat dari salah satu contoh yaitu tertera dalam peraturan Menteri BUMN RI No.PER-02/MBU/2013 tentang panduan penyusunan pengelolaan teknologi informasi BUMN pasal 5 ayat 2 tentang perancangan TI bahwa setiap BUMN diharuskan memiliki *Master Plan TI* untuk kurun waktu 3 hingga 5 tahun dan ditinjau secara periodik yang bertujuan untuk menjamin keselarasan bisnis dengan TI, sesuai dengan peranan TI dalam BUMN.

Perusahaan industri dan manufaktur merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang industri dan manufaktur di Bandung. Perusahaan tersebut memiliki beberapa fungsi yang membantu melaksanakan tujuan bisnisnya, salah satunya yaitu Fungsi Pemasaran dan Penjualan Bahan Peledak Komersial (Handakkom) yang bertanggung jawab dalam penjualan handak, penjualan khusus, pekerjaan *drilling* dan *blasting*,

pemusnahan, dan kembang api. Saat ini terdapat beberapa permasalahan yang ada pada Fungsi Pemasaran dan Penjualan Handakkom yang dapat dilihat pada Tabel I.1 dibawah ini (RJPP 2019-2024).

Tabel I. 1 Permasalahan Fungsi Pemasaran dan Penjualan Handakkom

No.	Masalah	Penyebab/Masalah
1.	Memiliki jalur distribusi yang terbatas untuk memperluas jangkauan kepada pelanggan	Kurangnya jaringan pemasaran dan distribusi
2.	Kegagalan memperoleh pelanggan baru dan kehilangan pelanggan lama karena keterbatasan <i>market intelligence</i> dan layanan purna jual	Kurangnya kapabilitas <i>market intelligence</i> dalam untuk menganalisis pengumpulan data dan analisis pasar yang sesuai dengan keadaan pasar saat ini (<i>pricing</i> , strategi pesaing, produk yang dibutuhkan, <i>market entry</i> , agen yang <i>bonafide</i>) dan mengembangkan strategi yang relevan untuk penetrasi pasar tersebut

Didukung dengan data yang diperoleh dari *gather information* dengan PIC fungsi terkait ditemukan bahwa hanya terdapat satu aplikasi pendukung dalam menjalankan proses bisnis saat ini. Beberapa kegiatan yang dilakukan masih secara manual dengan mengandalkan bantuan *microsoft excel* dan telepon. Dalam hal ini, pengelolaan data dan informasi tidak berjalan secara efektif.

Sehingga dalam penyelesaian permasalahan yang ada dibutuhkan solusi yang dapat menangani kondisi tersebut yaitu dengan menerapkan *Enterprise Architecture*. Dalam hal ini, *Enterprise Architecture* sebagai pendekatan secara umum untuk manajemen dari suatu sistem TI yang besar. EA menyediakan *blueprint* yang digunakan secara sistematis untuk mendefinisikan keadaan perusahaan saat ini serta rancangan arsitektur TI yang diinginkan, dengan mempertimbangkan proses untuk penerapan dan penyebarannya (Nikpay, Selamat, Rouhani, & Nikfard, 2013). Dalam perancangan EA diperlukan sebuah

Framework untuk menjadi acuan dalam pengembangan sistem serta penyesuaian proses bisnis. *Framework* pada EA merupakan hal penting dalam suatu perancangan karena *Framework* dapat menentukan hasil keluaran dari rancangan untuk perusahaan kedepannya. *Framework* yang digunakan dalam perancangan ini adalah TOGAF ADM, karena selain fleksibel, dan iteratif, TOGAF ADM dapat memenuhi seluruh kebutuhan pengembangan *Enterprise Architecture*. Dengan adanya penerapan *Enterprise Architecture* diharapkan dapat mengatasi permasalahan-permasalahan yang terjadi pada perusahaan industri dan manufaktur.

I.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dibuat untuk mengkaji inti permasalahan berdasarkan latar belakang diatas, adapun rumusan masalah untuk penelitian ini adalah:

1. Bagaimana rancangan *Blueprint Enterprise Architecture* yang sesuai dalam optimalisasi pemenuhan kebutuhan konsumen pada Fungsi Pemasaran dan Penjualan Handakkom Perusahaan Industri dan Manufaktur menggunakan TOGAF ADM?
2. Bagaimana rancangan *IT Roadmap* sebagai acuan penerapan pengembangan teknologi informasi pada Fungsi Pemasaran dan Penjualan Handakkom Perusahaan Industri dan Manufaktur?

I.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Merancang dan menghasilkan sebuah kerangka model berupa *Blueprint Enterprise Architecture* yang sesuai dalam optimalisasi pemenuhan kebutuhan konsumen pada Fungsi Pemasaran dan Penjualan Handakkom Perusahaan Industri dan Manufaktur menggunakan TOGAF ADM.
2. Menghasilkan rancangan *IT Roadmap* sebagai acuan penerapan pengembangan teknologi informasi pada Fungsi Pemasaran dan Penjualan Handakkom Perusahaan Industri dan Manufaktur.

I.4 Batasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada Fungsi Pemasaran Handakkom. Adapun yang menjadi batasan dalam penelitian ini adalah:

1. Dokumen perusahaan yang digunakan yaitu RJPP 2019-2024
2. Analisis dan perancangan EA terdiri dari rancangan eksisting (*as is*) dan rancangan targeting (*to be*).
3. Perancangan *Enterprise Architecture* di dalam penelitian ini menggunakan *framework* TOGAF ADM, membatasi hanya pada perancangan *preliminary phase*, *Phase A: Architecture Vision*, *Phase B: Business Architecture*, *Phase C: Information System Architecture (Data Architecture & Application Architecture)*, *Phase D: Technology Architecture*, *Phase E: Opportunities and Solutions*, dan *Phase F: Migration Planning* tanpa mempertimbangkan *Phase G: Implementation Governance* dan *Phase H: Architecture Change Management*.

I.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, diharapkan manfaat yang didapat untuk perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Memberikan gambaran tentang keseluruhan teknologi dengan proses bisnis untuk pengembangan arsitektur SI/TI pada Fungsi Pemasaran dan Penjualan Handakkom.
2. Dengan adanya usulan rancangan *Blueprint Enterprise Architecture* menggunakan pendekatan TOGAF ADM akan berguna untuk mengoptimalkan Fungsi Pemasaran dan Penjualan Handakkom agar sesuai dengan visi dan tujuan perusahaan.
3. Membantu merancang dan memberikan usulan *IT Roadmap* untuk mengoptimalkan Fungsi Penjualan dan Pemasaran Handakkom.

Dari hasil penelitian ini, diharapkan manfaat yang didapat untuk akademis adalah sebagai berikut:

1. Dengan adanya hasil dari penelitian ini, dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian maupun keilmuan sejenisnya dimasa yang akan datang.

I.6 Sistematika Laporan

Pada penyusunan laporan proposal ini, dibuat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mendeskripsikan topik penelitian mulai dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan dasar teori yang digunakan dalam penelitian, yaitu mengenai *Enterprise Architecture* dan *framework* TOGAF ADM yang digunakan dalam penelitian ini beserta dengan teori-teori penunjang penelitian yang berkaitan dengan topik yang dibahas.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pelaksanaan penelitian mulai dari tahapan-tahapan yang dilakukan selama penelitian, pelaksanaan penelitian, dan metode konseptual.

BAB IV PERSIAPAN DAN IDENTIFIKASI

Bab ini berisi tahapan persiapan yang terdiri dari identifikasi *input* berdasarkan TOGAF, identifikasi kebutuhan data dan menjelaskan deskripsi objek penelitian, gambaran umum organisasi, visi misi organisasi, rencana pengembangan sistem informasi, struktur organisasi, identifikasi bisnis, identifikasi data, tujuan perusahaan, *value* perusahaan, kebijakan sistem manajemen perusahaan, identifikasi aplikasi dan proses bisnis utama Fungsi Pemasaran dan Penjualan Handakkom.

BAB V ANALISA DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan dua bagian yaitu perancangan dan analisa. Bagian analisa menjelaskan kondisi saat ini yang ada pada Fungsi Pemasaran dan Penjualan Handakkom dan bagian perancangan akan menjelaskan arsitektur target dari Fungsi Pemasaran dan Penjualan Handakkom.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian yang dibuat serta saran dalam melakukan perbaikan selanjutnya.