

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perusahaan Manufaktur menggelontorkan investasi Rp30 miliar sebagai upaya perluasan pasar, terutama untuk sektor ritel. *Vice President* Perusahaan Manufaktur mengatakan selama ini 90% pasarnya adalah sektor *Business to Business* (B2B) dan *Business to Government* (B2G), serta 10% pasar ritel atau B2C. Namun, dalam perkembangannya, sektor ritel memiliki potensi besar sehingga menjadi pertimbangan untuk perluasan pasar ritel.

Perencanaan strategis sistem informasi dapat membantu perusahaan dalam mencapai target perluasan pasar karena melalui perencanaan dipastikan bahwa sistem informasi sesuai dengan kebutuhan organisasi. Dalam hal itu, organisasi harus melaksanakan perencanaan *Information System Architecture* dengan menggunakan kerangka kerja untuk membuat keputusan jangka panjang yang tepat guna dengan mempertimbangkan kepentingan organisasi secara keseluruhan (Ward & Peppard, 2002).

Enterprise Architecture (EA) hadir sebagai solusi dalam penetapan strategi sebelum mengimplementasikan suatu sistem yang akan digunakan karena EA dapat membantu perusahaan membuat keputusan yang lebih baik. (Tamm et al., 2011). EA mampu menyelaraskan bidang bisnis dan bidang Teknologi Informasi (TI) dengan mengintegrasikan proses bisnis, sistem informasi, fungsi organisasi, serta pemangku kepentingan dalam suatu perusahaan. Implementasi EA dapat mempengaruhi manajemen perusahaan dan teknologi yang ada dalam perusahaan untuk pengembangan *blueprint* baik secara teori maupun praktis (Yunis & Surendro, 2010).

Penerapan EA bukan perkara yang mudah, masih banyak organisasi yang mengalami kesulitan dalam menerapkan fungsi EA yang efektif karena tidak fleksibel dan kompleksnya bisnis dan struktur TI. (Van Der Raadt & Van Vliet, 2008). Studi Roeleven dan Broer mempublikasikan bahwa sekitar 66% proyek EA tidak memenuhi harapan perusahaan. Pernyataan ini didukung oleh studi Tamm et al yang menunjukkan bahwa manfaat EA masih belum jelas

bagi organisasi. Terdapat tiga masalah utama yang diidentifikasi dalam penerapan EA, yaitu kompleksitas kerangka kerja dan metodologi EA, kekakuan fungsionalitas bisnis di organisasi, dan struktur TI yang tidak teratur (Bakar et al., 2016).

Kualitas perancangan model *Information System Architecture* telah diakui sebagai faktor penting untuk kesuksesan perancangan *Enterprise Architecture* (EA) di perusahaan. Dalam memenuhi kualitas model EA, maka diperlukan suatu pengujian. Becket et al, mendefinisikan enam prinsip yang harus dipertimbangkan ketika menilai kualitas model perusahaan yaitu *validity, relevance, clarity, economic efficiency, systematic model construction, dan comparison*. (Timm et al., 2017).

Penelitian kali ini bertujuan untuk melakukan pengujian relevansi perancangan EA berdasarkan kerangka kerja kualitas model EA (EAQF). Prinsip relevansi memiliki atribut kualitas turunan yang akan digunakan dalam pengujian kualitas, yaitu berupa *EA Purpose and Objectives, EA Stakeholders Concerns, Usefulness, Level of Detail, serta Completeness vs. Conciseness*. Setiap atribut dapat terdiri dari beberapa metode penilaian, baik yang bersifat kualitatif, kuantitatif, Ya / Tidak. (Timm et al., 2017).

Pengujian relevansi pada penelitian ini akan menghasilkan *blueprint Information System Architecture* pada perancangan EA yang telah memenuhi standar dari prinsip kualitas relevansi berdasarkan kerangka kerja kualitas EA.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dibuat, masalah yang menjadi bahan kajian pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana rancangan *Information System Architecture* bagi Fungsi *Marketing and Sales* pada Perusahaan Manufaktur?
2. Apa metode yang tepat untuk melakukan pengujian relevansi pada perancangan *Information System Architecture*?

3. Bagaimana rancangan *Blueprint Information System Architecture* bagi Fungsi *Marketing and Sales* pada Perusahaan Manufaktur setelah dilakukan *redesign* berdasarkan pengujian relevansi?

I.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan adalah :

1. Melakukan pengujian relevansi pada perancangan EA yang berfokus pada *Information System Architecture*.
2. Menemukan metode yang tepat untuk melakukan pengujian relevansi pada perancangan *Information System Architecture*.
3. Merancang dan menghasilkan sebuah *Blueprint Information System Architecture* sesuai dengan hasil pengujian relevansi bagi Fungsi *Marketing and Sales* pada Perusahaan Manufaktur.

I.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada tahap perancangan *Information System Architecture* yang terdiri dari domain *Data Architecture* dan *Application Architecture* dan tidak sampai tahap implementasi.
2. Penelitian ini berfokus pada fungsi *Marketing and Sales* di Perusahaan Manufaktur.
3. Data yang digunakan dalam penelitian ini terbatas terkait dengan adanya kebijakan pembatasan data dari Perusahaan Manufaktur.
4. Prinsip kualitas yang digunakan pada kerangka kerja kualitas model EA adalah prinsip relevansi dengan atribut kualitas turunannya yaitu *EA Purpose and Objectives*, *EA Stakeholders Concerns*, *Usefulness*, *Level of Detail*, serta *Completeness vs. Conciseness*.

I.5 Manfaat Penelitian

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

1. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat membantu merancang dan memberikan sebuah *Blueprint Information System Architecture* pada Fungsi *Marketing and Sales* sehingga dapat mewujudkan strategi yang terintegrasi.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat meningkatkan keberhasilan implementasi EA khususnya pada *Information System Architecture*.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan salah satu referensi dalam pengujian relevansi *Information System Architecture*.

I.6 Sistematika Penulisan

Pada penyusunan laporan Tugas Akhir 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 yang dimaksudkan untuk menjelaskan permasalahan yang ada serta solusi yang diajukan untuk Fungsi *Marketing and Sales* pada Perusahaan manufaktur.

BAB II KAJIAN TEORI

Bab ini menjelaskan dasar teori yang digunakan dalam penelitian, serta teori—teori penunjang penelitian yang berkaitan dengan topik dan fokus penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang pelaksanaan penelitian mulai dari tahapan—tahapan yang dilakukan selama penelitian, pelaksanaan penelitian, dan metode konseptual terkait masalah yang ada di fungsi *Marketing and Sales* pada perusahaan manufaktur dan korelasi dengan keilmuan yang didapatkan saat perkuliahan.

BAB IV PERSIAPAN DAN IDENTIFIKASI

Pada bab Persiapan dan Identifikasi membahas terkait gambaran umum objek penelitian terkait gambaran umum organisasi, visi dan misi organisasi, struktur organisasi, dan *value chain* Perusahaan Manufaktur.

BAB V ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan perancangan *information system architecture* fungsi *Marketing and Sales* eksisting dan perancangan *information system architecture* target fungsi *Marketing and Sales* perusahaan manufaktur.

BAB VI HASIL PENGUJIAN DAN PERBAIKAN

Pada bab ini membahas tentang hasil pengujian relevansi perancangan *information system architecture* fungsi *Marketing and Sales* perusahaan manufaktur, perancangan perbaikan *information system architecture* berdasarkan hasil pengujian relevansi, serta hasil penilaian perbaikan yang diberikan oleh para ahli.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian tugas akhir dan saran yang diberikan untuk penelitian.