

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar belakang

Pada era globalisasi saat ini, organisasi bisnis terutama Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dihadapkan pada kompetisi dan daya saing dalam dunia bisnis yang semakin ketat. Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis, UKM harus melakukan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas sehingga dapat bertahan dan bahkan mengembangkan bisnisnya. Salah satu upaya untuk dapat meningkatkan dan mengembangkan UKM dengan adanya peran TI. Tidak dapat dipungkiri bahwa dengan menerapkan teknologi di setiap bidang usaha, dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Begitu banyak kemudahan yang dapat dicapai dalam berbagai aspek bisnis. TI dapat memenuhi kebutuhan informasi akan dunia bisnis dengan cepat, tepat guna, akurat dan relevan. Selain itu, TI juga mempunyai peranan penting bagi perusahaan dalam strategi keunggulan bersaing. TI akan memberikan pengaruh terhadap hampir semua aspek dalam pengelolaan bisnis dan dapat memberikan nilai tambah apabila dikelola dengan baik dan didesain menjadi suatu sistem informasi yang efektif (Syarifah & Fauziah, 2017).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Koperasi potensi UKM di Indonesia pada tahun 2017 menyatakan bahwa 99.99% perusaha di Indonesia digolongkan sebagai UKM. Data yang dihimpun oleh Kementerian Koperasi juga memperlihatkan UKM mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Pada tahun 2012, jumlah UKM sekitar 55.2 juta dan pada tahun 2017 bertambah menjadi 62.9 juta usaha. Dengan kenaikan jumlah ini membawa UKM sebagai kontributor terbesar dalam produk domestik bruto (PDB) yaitu 60.0 %, dan menyerap 97% tenaga kerja. Dalam kerangka ini, peran UKM sangat penting sebagai pendorong utama penciptaan lapangan pekerjaan dan pertumbuhan ekonomi nasional (Ashariyadi, 2016).

Meskipun demikian dibalik perannya yang strategis bagi perekonomian nasional, bisnis UKM tidak selalu berjalan mulus, masih banyak hambatan dan kendala, baik yang bersifat internal maupun eksternal yang dihadapi para pelaku UKM. Di Indonesia banyak pelaku UKM yang bergerak dibidang kuliner yang tidak berhasil memenagkan persaingan dan bertahan lama. Banyak diantara mereka yang akhirnya menutup kedainya satu per satu. Dari segi teknologi, pada umumnya UKM mengadopsi tingkat teknologi yang *entry-level*, dengan tingkat kemampuan dan implementasi Teknologi Informasi (TI) yang rendah, dan tidak mampu melakukan penelitian dan pengembangan produk secara layak. Pengelompokan teknologi yang tepat guna

telah dimulai, tetapi menjadi kurang optimal karena terkendala oleh proses alih teknologi yang sangat lambat. Pelaksanaan TI di kalangan UKM Indonesia masih pada tingkat dasar, dimana komputer hanya digunakan untuk pengolahan kata dan perhitungan sederhana atau akses sosial media. Tingginya biaya instalasi hardware dan software aplikasi, ditambah dengan masalah pemeliharaan sistem, adalah hambatan teknis adopsi infrastruktur TI (Cahyadi, 2015).

Dalam beberapa tahun terakhir, kecenderungan perusahaan untuk mengembangkan *Shared Service Center* (SSC) semakin meningkat. Itu terutama dipicu oleh kemajuan teknologi ICT, baik aplikasi, teknologi jaringan, maupun penggunaan berbagai perangkat cerdas (Zaroni, 2018). UKM *shared services* adalah fasilitas yang memberikan utilisasi kepada pelaku UKM yang menggunakan layanan tersebut. Jadi idenya menyediakan layanan dukungan untuk pelaku UKM. Misalnya ada pemilik bisnis seperti kafe atau restoran yang membutuhkan sistem produksi dan keuangan yang bersifat berlangganan dikarenakan manajemen yang buruk sehingga sulit untuk memisahkan keuangan operasional, akan tetapi pemilik tersebut tidak mengetahui penyedia layanan tersebut. Disisi lain ada perusahaan yang memang bergerak dibidang aplikasi cloud yang memiliki beberapa aset atau layanan seperti sistem keuangan dan produksi yang dapat digunakan dengan cara berlangganan. Dari kasus diatas dapat disimpulkan dengan keberadaan *Shared Service* kemungkinan akan membantu para pelaku UKM untuk menemukan solusi atas permasalahan tersebut sehingga akan meningkatkan produktivitas mereka dalam menjalankan bisnis intinya.

Mengacu dari permasalahan yang ada, maka diperlukan suatu unit baru atau perusahaan yang bergerak dibidang UKM *Shared Service* tersebut dan segmentasi pelanggan dan orientasi pasar yang dijadikan target. Dalam merealisasikan UKM *shared service* dalam mengembangkan infrastruktur teknologi di dalamnya maka dibutuhkan sebuah model yang biasa digunakan adalah dengan perancangan *enterprise architecture* (EA) yang dapat membantu dalam merancang dan melakukan pengelolaan TI. Dalam perancangan EA dibutuhkan sebuah *framework* untuk dapat merancang dan pengimplementasian. *Framework* dalam EA merupakan hal penting dalam suatu perancangan *framework* ini menentukan hasil keluaran dari rancangan untuk perusahaan kedepannya. Terdapat beberapa *framework* yang sering digunakan yaitu TOGAF dan Zachman.

Framework yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah TOGAF yang mana

paling banyak digunakan oleh sebagian besar perusahaan dalam membantu melakukan pengembangan EA, karena proses arsitektur yang lengkap, ketersediaan informasi yang mudah didapat, menyediakan standarisasi, dan support terhadap evolusi arsitektur (Fitri, 2017). Terdapat 9 tahapan dalam TOGAF ADM untuk membantu suatu rancangan EA, yaitu *Preliminary Phase, Architecture Vision, Business Architecture, Information System Architecture, Technology Architecture, Opportunities and Solution, Migration Planning, Implementation Governance, Architecture Change Migration, Architecture Change Management*.

I.2 Perumusan masalah

Dari latar belakang yang telah dikemukakan diatas, dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini adalah: Bagaimana perancangan *Enterprise Architecture* yang sesuai pada fungsi *marketing* untuk UKM *Shared Services* menggunakan *framework* TOGAF ADM?

I.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan rancangan *enterprise architecture* yang sesuai pada UKM *shared services* menggunakan *framework* TOGAF ADM.

I.4 Batasan Penelitian

Perancangan *enterprise architecture* fungsi *marketing* pada UKM *Shared Service* yang dibuat hanya target maka sebatas pada fase *Business Architecture*, seperti *Business Footprint Diagram, Goal/Objective/Requirement Catalog, Business Interation Matrix, Functional Decomposition Diagram, Business Service/ Function Catalog, Organization/actor catalog, Role Catalog, Actor/ Rele Matrix, Process/Event/Control/Product Catalog, Service Catalog, Service Catalog*, dan *Process Flow Diagram*.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan didapatkan dari penelitian ini yaitu:

1. Pengayaan ilmu yang telah dipelajari analisa konsep dan rancangan kerangka berdasarkan konteks tertentu

2. Mengembangkan inisiatif berupa platform shared service dalam pengadopsian architecture enterprise untuk UKM.

I.6 Sistematika penulisan

Tugas akhir ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pemaparan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian batasan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan pemaparan mengenai literature yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti dan hasil-hasil penelitian terdahulu

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi model konseptual dan tahap-tahap pada sistematika penelitian yang akan dilakukan sebagai proses penelitian tugas akhir.

4. BAB IV PERSIAPAN DAN IDENTIFIKASI

Bab ini dijelaskan mengenai tahap awal dari perancangan *enterprise architecture* UKM *shared services* pada fungsi *marketing* berupa mengenai objek yang dijakina bahan serta permasalahan umum yang dimaksud.

5. BAB V ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini memberikan gambaran perancangan *enterprise architecture* UKM *shared services* pada fungsi *marketing* dengan menggunakan *framework* TOGAF ADM dari pase *preliminary* hingga pase *business architecture*

6. BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memberikan kesimpulan mengenai perancangan *enterprise architecture* UKM *shared services* pada fungsi *marketing* dengan menggunakan *framework* TOGAF ADM