

PERENCANAAN STRATEGI SISTEM INFORMASI UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF PADA LARISSA AESTHETIC CENTER CABANG 1 SEMARANG

Nila Falahia Aldila¹, Yupie Kusumawati²

^{1,2} Program Studi Sistem Informasi-S1, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

^{1,2} Jl. Nakula I NO. 5-11, Semarang, 50131, (024) 3517261

E-mail : nila.cute88@gmail.com¹, 112201204791@mhs.dinus.ac.id²

Abstrak

Larissa Aesthetic Center merupakan salah satu klinik kecantikan yang berkembang di Semarang. Banyaknya perusahaan baru yang bermunculan mengharuskan Larissa Aesthetic Center memiliki strategi supaya bisa bertahan. Larissa Aesthetic Center memiliki masalah yang terkait dengan pengelolaan proses bisnis, sehingga memerlukan adanya perencanaan strategi sistem informasi untuk meningkatkan keunggulan kompetitif sehingga tujuan bisnis akan selaras dengan tujuan sistem informasi. Penelitian ini menggunakan metode analisa SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunity, and Threat) dan Balanced Scorecard (meliputi empat perspektif yaitu Keuangan, Pelanggan, Proses Bisnis Internal, dan Pembelajaran dan Pertumbuhan). Berdasarkan metode tersebut akan menghasilkan peta strategi yang merupakan skema atau langkah dari sasaran strategi dan portofolio aplikasi potensial dalam bentuk Matriks McFarland sehingga Larissa Aesthetic Center mendapatkan nilai tambah untuk meningkatkan keunggulan kompetitif.

Kata kunci : Analisa SWOT, Balance ScoreCard, Peta Strategi, Portofolio Aplikasi, Matriks McFarland.

Abstract

Larissa Aesthetic Center is one of the beauty clinic that evolving in Semarang. Many new companies that have appear make Larissa Aesthetic Center need to have a strategy in order to survive. Larissa Aesthetic Center has a problems associated with the management of business processes, so that they required strategic planning of information systems to enhance the competitive advantage so that the business goals are aligned with the purpose of information systems. This research using the SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, and Threat) analysis and Balanced Scorecard (involving four perspectives: Financial, Customer, Internal Business Processes, and Learning and Growth). Based on this, the method will obtain strategy map that is a scheme from a strategy objectives and a portfolio of potential applications in the Matrix McFarland's form. So that Larissa Aesthetic Center get an added value to enhance competitive advantage.

Keywords : SWOT Analysis, Balance ScoreCard, Map Strategy, Application Portfolio, McFarland's Matriks.

1. PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman di era globalisasi mengakibatkan informasi dan teknologi menjadi hal penting serta mempengaruhi perkembangan dunia bisnis. Terjadinya banyak persaingan saat ini dikarenakan banyak perusahaan yang baru bermunculan sehingga perusahaan

yang sudah lama harus dapat mempertahankan dan membuktikan kualitasnya. Dengan ini banyak perusahaan yang terus berupaya untuk menjadi yang terbaik dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan sistem informasi dari berbagai aspek internal maupun eksternal agar tidak tertinggal oleh kompetitor lainnya.

Untuk meraih pangsa pasar yang luas serta maraknya klinik kecantikan terutama di kota besar seperti Semarang, maka perlu adanya perencanaan strategis sistem informasi sebagai kunci utama guna mencapai sasaran perusahaan agar sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Masalah yang ada saat ini adalah terkait dengan proses bisnis misalnya jumlah Sumber Daya Manusia yang kurang mengakibatkan beberapa divisi merangkap *job description* nya. Selain itu masalah lainnya yakni persaingan bisnis misalnya kompetitor yang semakin banyak dan hubungan kerjasama yang kurang sesuai perlu diperhatikan oleh pihak manajemen. Dua hal tersebut menjadi aspek penting dalam segi penilaian *customer*. Keadaan yang seperti ini menuntut pihak Larissa Aesthetic Center untuk memenuhi tujuan perusahaan demi memasuki persaingan bisnis dengan keunggulan kompetitif, sehingga membutuhkan strategi jangka panjang yang tepat dan handal untuk memenangkan persaingan. Oleh karena itu, setiap perusahaan memerlukan perencanaan strategi sistem informasi untuk menyelesaikan masalah yang ada dengan solusi yang tepat guna mempertahankan serta meningkatkan strategi sistem informasi jangka panjang yang berguna untuk mengembangkan proses perencanaan strategi yang efektif dan efisien serta mampu mencapai tujuannya. Analisa SWOT dapat digunakan untuk menganalisa faktor internal yang meliputi Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weakness*), selain itu juga menganalisa faktor external yang meliputi Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*) pada tujuan suatu perusahaan. Sedangkan *Balance Scorecard* (BSC) merupakan alat ukur strategi yang mampu membantu perusahaan dalam mencapai tujuan bisnisnya melalui empat perspektif yaitu

Keuangan (*Finansial*), Pelanggan (*Customer*), Proses Bisnis Internal (*Internal Business Processes*), serta Pembelajaran dan Pertumbuhan (*Learning and Growth*).

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Analisa dan Matriks SWOT

Menurut Musa Hubeis dan Mukhamad Najib, dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Strategi dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi”, SWOT adalah konsep strategi modern yang berorientasi pada *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats* yang menghasilkan faktor pendorong, penghambat, dan potensi.

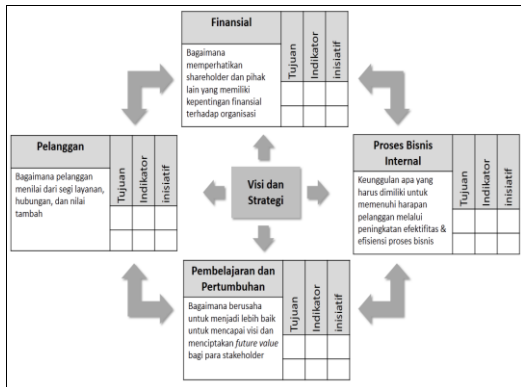
Matriks SWOT, menurut Musa Hubeis dan Mukhamad Najib yaitu alat yang digunakan untuk mencocokkan faktor-faktor penting organisasi guna membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi, yaitu SO (*Strenghts-Opportunities* atau Kekuatan-Peluang), WO (*Weaknesses-Opportunities* atau Kelemahan-Peluang), ST (*Strenghts-Threats* atau Kekuatan-Ancaman), dan WT (*Weaknesses-Threats* atau Kelemahan-Ancaman). Matriks SWOT merupakan alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan. [7]

Internal Eksternal	Strenghts (S)	Weaknesses (W)
		1. 2. 3.
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
1. 2. 3.	1. 2. 3.	1. 2. 3.
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. 2. 3.	1. 2. 3.	1. 2. 3.

Gambar 1. Analisa dan Matriks SWOT

2.2 *Balanced Scorecard (BSC)*

Menurut Kaplan dan Norton, *Balanced Scorecard (BSC)* merupakan kerangka kerja baru untuk mengintegrasikan berbagai ukuran yang diturunkan dari strategi perusahaan. [8]

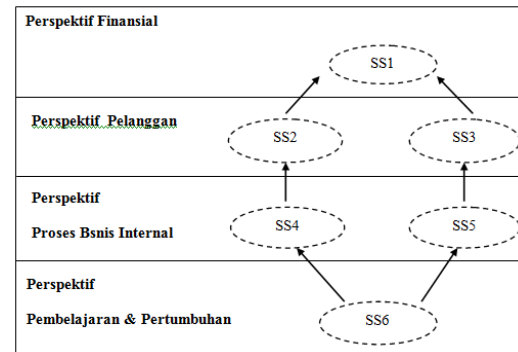


Gambar 2. Empat Perspektif BSC [8]

Kaplan dan Norton mengklasifikasi *Balance Scorecard (BSC)* menjadi empat perspektif, yaitu Perspektif Keuangan (*Financial Perspective*), Perspektif Pelanggan (*Customer Perspective*), Perspektif Proses Bisnis Internal (*Internal Business Process Perspective*), dan Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan (*Learning and Growth Perspective*).

2.3 Sasaran Strategi (SS) dan Peta Strategi

Menurut Suwardi Luis, Sasaran Strategis (SS) adalah suatu pernyataan yang ringkas dan padat, yang menjelaskan apa yang harus dengan sebaik-baiknya dilakukan oleh organisasi, dalam rangka eksekusi strategi. Sedangkan Peta Strategi (*Strategy Map*) merupakan keterkaitan sejumlah SS, dalam bentuk hubungan sebab-akibat yang menjelaskan “perjalanan” strategi organisasi. [9].



Gambar 3. Sasaran Strategi (SS) dan Peta Strategi

2.4 *Key Performance Indicator dan Inisiatif Strategis*

Menurut Luis, *Key Performance Indicator (KPI)* adalah indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja. Sedangkan Inisiatif Strategis menurut Suwardi Luis adalah inisiatif-inisiatif yang bersifat strategis, yang disusun dan dilaksanakan untuk mencapai target KPI. [9]

2.5 Analisis Critical Success Factor (CSF)

Menurut Ward dan Peppard, analisis Critical Success Factor (CSF) adalah sebuah teknik yang populer tidak hanya untuk mengembangkan sebuah strategi SI/TI tapi juga untuk pengembangan strategi bisnis. CSF merupakan sebuah metode analisis dengan mempertimbangkan beberapa hal yang kritis di dalam lingkungan perusahaan untuk mendefinisikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kesuksesan dan keberhasilan perusahaan. [5]

2.6 Portofolio Aplikasi Matriks McFarland

McFarlan strategic grid merupakan pemetaan aplikasi Sistem Informasi berdasarkan kontribusinya terhadap organisasi. Pemetaan tersebut meliputi empat kuadran yaitu *strategic*, *high potential*, *key operation*, dan *support*. Dari hasil pemetaan dapat digambarkan

kontribusi sebuah aplikasi Sistem Informasi terhadap organisasi dan pengembangan jangka panjang dimasa yang akan datang [5], empat kuadran tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Portofolio Aplikasi Matriks McFarland

<i>STRATEGIC</i>	<i>HIGH POTENTIAL</i>
Aplikasi yang kritis untuk mendukung strategi bisnis yang akan datang	Aplikasi yang mungkin penting dalam mencapai sukses ke depan
<i>KEY OPERATIONAL</i>	<i>SUPPORT</i>
Aplikasi yang dipakai dan kesuksesan organisasi tergantung pada aplikasi ini	Aplikasi yang bernilai tetapi tidak kritis dalam mencapai kesuksesan.

2.7 Organisasi dan Daya Saing

Menurut Musa Hubeis dan Mukhamad Najib, organisasi merupakan sekumpulan orang yang memiliki tujuan yang sama dan sepakat bekerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Setiap organisasi, baik organisasi yang bersifat non-profit seperti organisasi massa, yayasan, dan lainnya maupun organisasi yang bersifat profit seperti perusahaan tentu menginginkan adanya pertumbuhan dan keberlanjutan dalam setiap aktivitasnya. [7]

Saat ini, organisasi/perusahaan berkompetisi tidak hanya pada tingkat lokal, tetapi juga tingkat global. Maka, untuk meningkatkan kinerja keunggulan bersaing di pasar, diperlukan kemampuan sumber daya, di antaranya peran teknologi, termasuk upaya antisipatif ataupun penyesuaian terhadap perubahan lingkungan. Situasi persaingan yang

begitu tinggi saat ini telah memaksa perusahaan untuk lebih meningkatkan daya saingnya hingga mencapai tingkatan *superior competitive advantage* di antara pesaing lainnya. Perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan kapasitas dalam usaha memuaskan kebutuhan konsumen dan pemegang saham. [7]

2.8 Definisi Keunggulan Kompetitif

Menurut Tangkilisan dalam bukunya yang berjudul “Strategi Keunggulan Pelayanan Publik Manajemen Sumber Daya Manusia”, Keunggulan Kompetitif merupakan kemampuan sebuah organisasi atau perusahaan untuk memformulasikan strategi yang menempatkannya pada suatu posisi yang menguntungkan berkaitan dengan perusahaan lainnya [10]. Dapat disimpulkan bahwa keunggulan kompetitif yaitu keunggulan yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan, dimana keunggulan tersebut digunakan untuk berkompetisi dan bersaing dengan organisasi atau perusahaan lainnya demi mendapatkan sesuatu.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian merupakan prosedur atau langkah yang dilakukan peneliti dalam mengumpulkan data melalui beberapa cara tertentu. Dalam penelitian ini penulis menggunakan tiga cara dalam pengumpulan data yakni Observasi, Wawancara, dan Studi Literatur

3.2 Metode Analisis

Metode yang digunakan penulis pada penelitian ini yakni metode analisis SWOT dan *Balance Scorecard* (BSC) yang meliputi :

1) Analisis SWOT

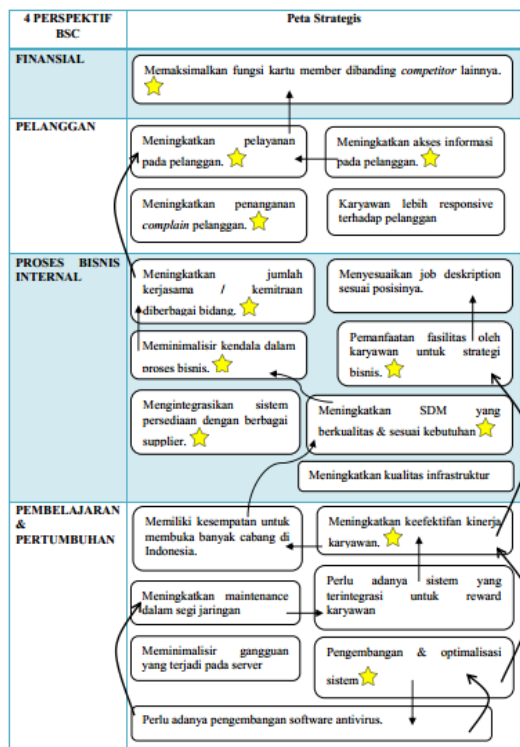
Metode ini mengidentifikasi Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang

- (*Opportunities*), serta Ancaman (*Threats*) dari proses bisnis pada Larissa Aesthetic Center Cabang 1 Semarang untuk menguraikan kemungkinan tantangan yang akan dihadapi dalam perkembangan proses bisnisnya.
- 2) Matriks SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats*) Matriks ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi Larissa Aesthetic Center Cabang 1 Semarang dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki.
 - 3) Empat Perspektif *Balance Scorecard (BSC)*
Merupakan proses yang terdiri dari Perspektif Keuangan (*Financial Perspective*), Perspektif Pelanggan (*Customer Perspective*), Perspektif Proses Bisnis Internal (*Internal Business Process Perspective*), dan Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan (*Learning and Growth Perspective*).
 - 4) *Cascading Balance Scorecard (BSC)*
Cascading merupakan proses penjabaran dan penyelarasan Sasaran Strategi, Target Indikator Kinerja Utama ke level unit organisasi yang lebih rendah, dan Indikator Kinerja Utama. Proses *cascading* bertujuan untuk menentukan strategi pada Larissa Aesthetic Center yang mana strategi tersebut dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Hasil atau keluaran dari langkah ini adalah sebuah Peta Strategi beserta KPI dan inisiatif strategis untuk setiap sasaran strategis.
 - 5) Analisa *Critical Success Factor (CSF)*
Berdasarkan langkah-langkah metode analisa sebelumnya, Analisa CSF yang berperan sebagai penghubung antara kebutuhan SI/TI dengan sasaran strategis merupakan bagian dari proses menentukan kebutuhan SI/TI (*SI Demands*). Analisa CSF bertujuan untuk menginterpretasikan objektif secara lebih jelas dalam mencapai sasaran strategi dan menentukan aktivitas serta informasi apa yang harus dilakukan dan dibutuhkan.
 - 6) Analisa Kebutuhan Data/Informasi
Analisa Kebutuhan Data/Informasi merupakan langkah dimana kebutuhan data/informasi telah teridentifikasi dari masing-masing CSF dan adanya kebutuhan data/informasi merupakan dasar penentuan.
 - 7) Aplikasi Potensial
Aplikasi Potensial merupakan daftar aplikasi potensial yang direkomendasikan untuk diterapkan pada suatu perusahaan guna mencapai sasaran strategis tersebut diatas. Aplikasi potensial didasarkan oleh kebutuhan data/informasi pada langkah sebelumnya.
 - 8) Matriks *Create, Read, Update, Delete (CRUD)*
Matriks CRUD merupakan penentuan hak akses pengguna oleh aplikasi potensial yang direkomendasikan pada perusahaan. Pengguna aplikasi tersebut adalah pelanggan yang telah teridentifikasi pada langkah ke empat yakni *Cascading Balance Scorecard (BSC)* dan juga seluruh karyawan perusahaan.
 - 9) Matriks *Mc Farland*
Matriks *Mc Farland* memiliki empat proses kuadran yakni Strategi (*strategic*), Potensial Tinggi (*high potential*), Kunci Operasi (*key operation*), dan Dukungan (*support*).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Peta Strategi Larissa Aesthetic Center Cabang 1 Semarang

Setelah dianalisa menggunakan metode SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunity, Threat*) yang menghasilkan beberapa strategi lalu di petakan ke metode *Balance Scorecard (BSC)* yang terdiri dari empat perspektif (finansial, pelanggan, proses bisnis internal, dan pembelajaran dan pertumbuhan) dalam bentuk Sasaran Strategis (SS).



Gambar 4. Peta Strategi Larissa Aesthetic Center Cabang 1 Semarang

4.2 Portofolio Aplikasi

Portofolio aplikasi ini bertujuan berdasarkan kontribusi pemetaan aplikasi sistem informasi pada Larissa Aesthetic Center Cabang 1 Semarang. Pada tahap ini yang dilakukan yaitu menganalisis seluruh aplikasi sistem informasi yang potensial kedalam 4 (empat) kategori berdasarkan penaksiran kepentingan

bisnis untuk saat ini dan yang akan datang.

Tabel 2. Daftar Aplikasi

No	Nama Aplikasi
1	Sistem Marketing Online (<i>E-Marketing</i>)
2	Media Informasi Online (<i>E-Media</i>)
3	Sistem Informasi Pengelolaan Pelanggan
4	Website Larissa
5	Sistem Penanganan Keluhan (Sistem Konsultasi) Pelanggan
6	Sistem Informasi Penjualan Online
7	Sistem Informasi Pengadaan Barang (<i>E-Procurement</i>)
8	Sistem Informasi Kerjasama
9	<i>Dashboard</i> Kinerja Karyawan
10	<i>Dashboard Maintenance</i> Sistem
11	Sistem Inventarisasi Perusahaan
12	Sistem Informasi Keuangan (<i>E-Budgeting</i>)
13	Sistem Informasi Persediaan Barang
14	Sistem Informasi Akuntansi Keuangan
15	Sistem Informasi Sumber Daya Manusia (SDM)
16	Sistem Informasi Sertifikasi Kompetensi
17	Sistem Informasi Penggajian
18	Sistem Informasi Eksekutif
19	Sistem Informasi Pengelolaan Event
20	Sistem Informasi Pengendalian Kualitas

Setelah aplikasi-aplikasi teridentifikasi, maka langkah selanjutnya adalah

menentukan kuadran tiap aplikasi ke dalam matriks McFarlan.

Strategic	High Potential
<ul style="list-style-type: none"> - Sistem Marketing Online (E-Marketing) - Sistem Informasi Pengelolaan Pelanggan - Sistem Penanganan Keluhan (sistem konsultasi) Pelanggan - Sistem Informasi Penjualan Online - Sistem Informasi Kerjasama - Sistem Informasi Keuangan (E-Budgeting) - Dashboard Kinerja Karyawan - Sistem Informasi Akuntansi Keuangan - Sistem Informasi Penggajian 	<ul style="list-style-type: none"> - Media Informasi Online (E-Media) - Website Larissa - Sistem Informasi Sertifikasi Kompetensi - Sistem Informasi Eksekutif
<ul style="list-style-type: none"> - Dashboard Maintenance sistem - Sistem Informasi Persediaan Barang - Sistem Informasi Pengelolaan Event - Sistem Informasi Pengendalian Kualitas 	<ul style="list-style-type: none"> - Sistem Informasi Pengadaan Barang - Sistem Inventarisasi Perusahaan - Sistem Sumber Daya Manusia (SDM)
Key Operational	Support

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 SIMPULAN

1. Perencanaan Strategi Sistem Informasi (PSSI) merupakan solusi dari segi keunggulan kompetitif untuk

menyelaraskan antara strategi bisnis dengan strategi SI/TI

2. Menghasilkan Peta Strategis yang kemudian dijadikan sebagai sasaran strategis.
3. Hasil penelitian Perencanaan strategi ini berupa portofolio aplikasi yang direkomendasikan untuk mencapai tujuan bisnis dan meningkatkan keunggulan kompetitif bagi Larissa Aesthetic Center

5.2 SARAN

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, Perusahaan diharapkan dapat mempertimbangkan dan merancang untuk mengimplementasikan aplikasi tersebut sesuai proses bisnis dan untuk meningkatkan kelancaran pada Larissa Aesthetic Center Cabang 1 Semarang.
2. Penulis merekomendasikan urutan perancangan aplikasi potensial tersebut dengan mendahulukan aplikasi yang ada di kuadran *Key Operational, Strategi, Support*, dan yang terakhir *High Potential*.
3. Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan membuat perencanaan proyek dan pengelolaan investasi di bidang sistem informasi dan teknologi informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. R. Adhisurya, "Perencanaan Strategi Sistem Informasi pada Divisi Transaksi Energi Listrik PT.PLN (Persero) Area Semarang," 2015.
- [2] S. Izzar, "Perencanaan Strategi Sistem Informasi untuk Meningkatkan Mutu Pendidikan (Studi kasus pada Departmen Humas Yayasan Pendidikan Islam (YPI) Sabilul Khoirot Kabupaten Semarang)," 2015.
- [3] d. Aulia dan A. Ikhwana,

- “Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Sutra dengan Pendekatan Metode Balanced Scorecard (Studi Kasus di Pabrik Sutra Tiga Putra),” 2012.
- [4] “[http://www.academia.edu/8880167/Perancangan_Strategis_Sistem_Informasi.](http://www.academia.edu/8880167/Perancangan_Strategis_Sistem_Informasi),” [online], [Diakses Selasa Oktober 2015].
- [5] J. W. d. J. Peppard, Strategic Planning for information system 3rd Edition, chichester: John Wiley & Sons Ltd, 2002.
- [6] A. Cassidy, A Practical Guide to Information Systems Strategic Planning 2nd Edition, New York:Auerbach Publications, 2006.
- [7] Musa Hubies dan Mukhamad Najib, Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi, Jakarta: Gramedia, 2008.
- [8] R. K. a. D. Norton, The Balanced Scorecard : Translating Strategy Into Action., Harvard: Harvard Business School Press, 1996.
- [9] S. d. P.A.Biromo, Step by Step in Cascading Balanced Scorecard to Functional Scorecards, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007.
- [10] “<http://el-anshary212.blogspot.co.id/2014/03/Perbedaan-keunggulan-kompetitif-dan-komparatif.html>,” [Online], [diakses Senin Oktober 2015].