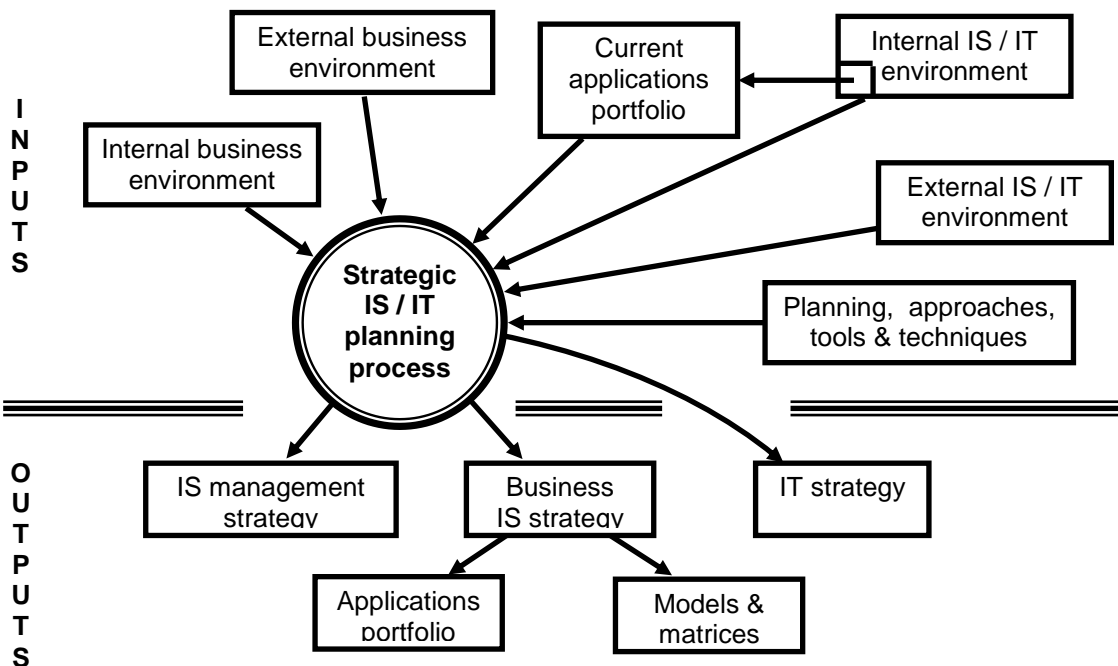


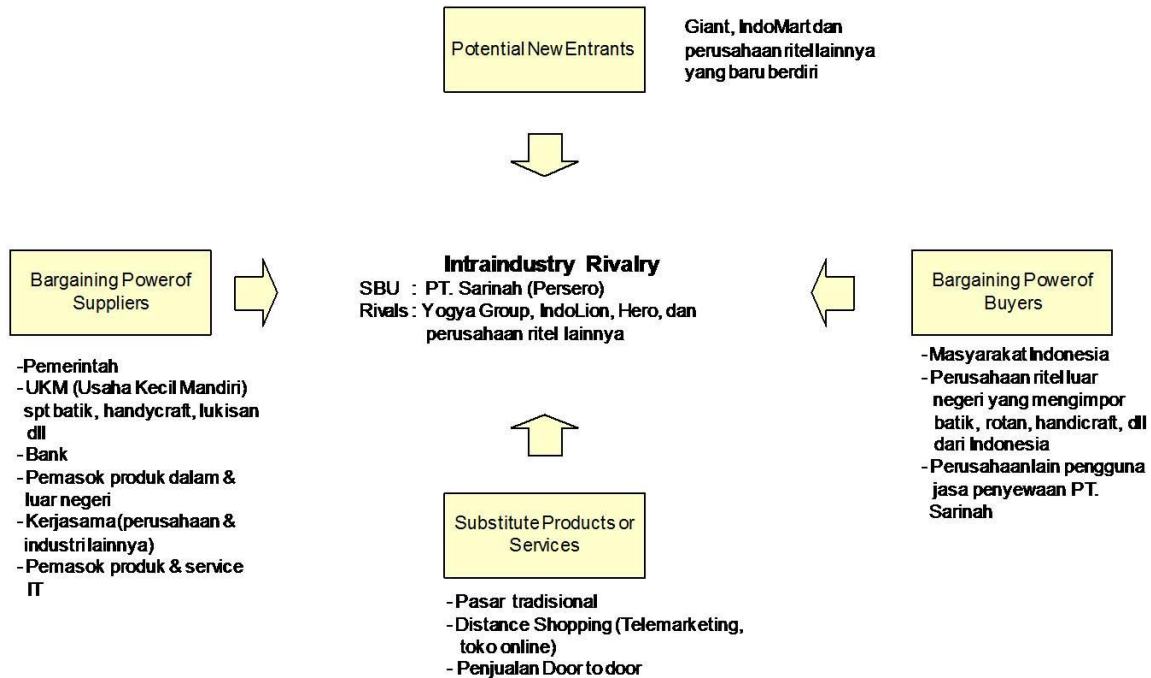
PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI PT. SARINAH (Persero)

PT. Sarinah (Persero) merupakan salah satu kelompok usaha yang bergerak dibidang usaha perdagangan eceran (ritel) yang menjalankan tugas penting dalam fungsinya sebagai perusahaan perdagangan dan ritel yang dimiliki dan dikelola oleh pemerintah, yaitu meningkatkan tujuan sosial mereka melalui perkembangan ekonomi dan lingkungannya dengan tidak mengabaikan prinsip-prinsip usaha dan kaidah-kaidah kewirausahaan yang berorientasi laba. Oleh karena itu, PT. Sarinah (Persero) memerlukan suatu perencanaan strategis Sistem Informasi (SI) untuk mengantisipasi era kompetisi dan perkembangan Teknologi Informasi (TI) melalui pengembangan potofolio aplikasi, sehingga jelas sasaran-sasaran kuncinya, termasuk bagaimana meningkatkan posisi perusahaan di dalam persaingan serta program kerja yang jelas untuk mencapai sasaran dan target sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

Proses Perencanaan Strategis Sistem Informasi/Teknologi Informasi

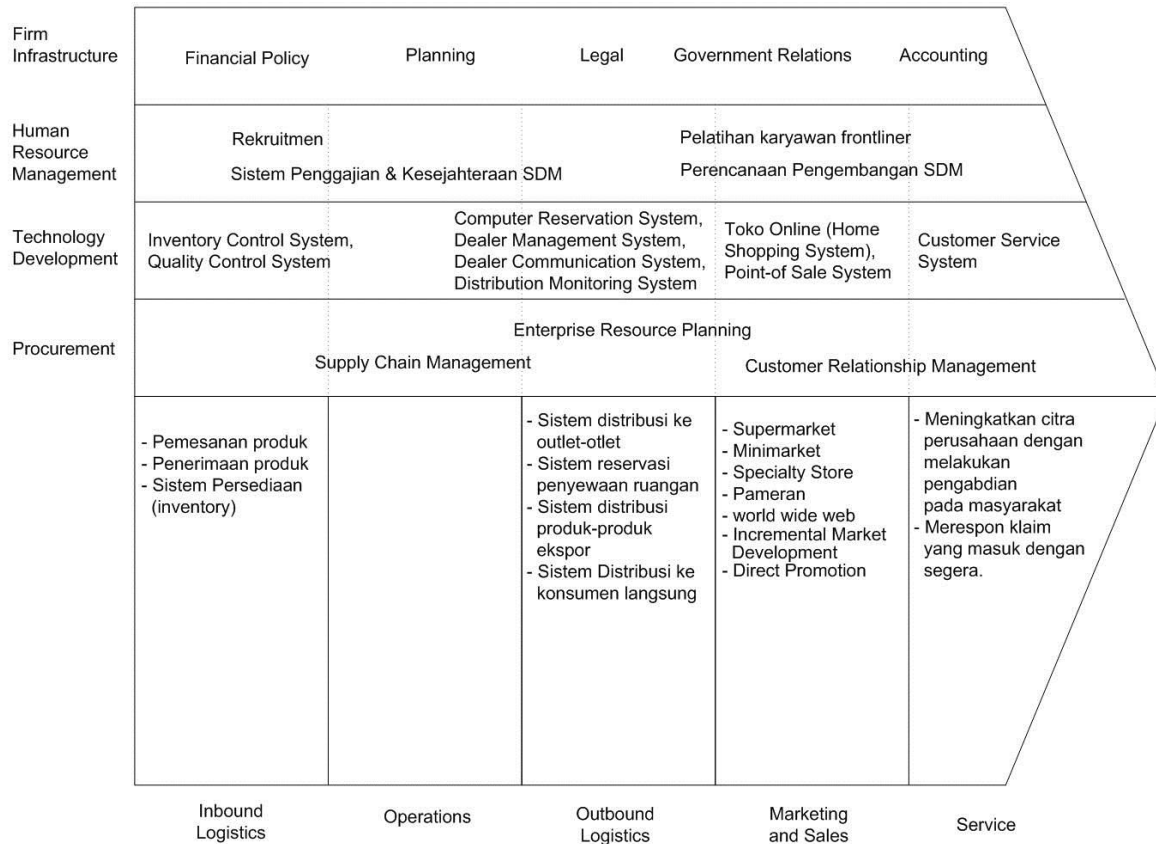


Analisis Kompetitif PT. Sarinah (Persero)



Dari gambar di atas terlihat bahwa PT. Sarinah (Persero) harus menghadapi para pesaingnya dalam bidang usaha (industri) yang sama yaitu ritel baik perusahaan yang telah lama bermain dalam bidang ini maupun perusahaan-perusahaan baru yang masih kecil. Disamping itu PT. Sarinah harus menghadapi ancaman dari pasar tradisional, distance learning (telemarketing/belanja pesan-antar, toko online yang menggunakan fasilitas internet) dan penjualan yang dilakukan oleh sales-sales dengan cara door-to-door. Di sisi lain PT. Sarinah mempunyai kekuatan yang berasal dari para pemasoknya seperti pemerintah dan bank (dalam hal modal), Usaha Kecil Mandiri yang memasokkan barang-barang produksi mereka untuk dijual langsung ataupun didistribusikan baik ke dalam maupun luar negeri, pemasok lainnya baik dari dalam maupun luar negeri, dan pemasok teknologi informasi baik berupa hardware maupun software yang akan digunakan oleh PT. Sarinah. Kekuatan lainnya yang dimiliki oleh PT. Sarinah adalah dari pihak konsumennya yaitu masyarakat Indonesia, perusahaan-perusahaan ritel luar negeri yang mengimpor barang-barang produksi Indonesia, dan perusahaan-perusahaan lainnya (baik dalam dan luar negeri) yang menggunakan gedung-gedung yang disewakan oleh PT. Sarinah.

Value Chain PT. Sarinah (Persero)



Dari hasil analisis kompetitif di atas tampak bahwa teknologi informasi merupakan komponen yang sangat penting bagi PT. Sarinah untuk tetap “unggul” dalam industri ritel. Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat menuntut adanya pemanfaatan teknologi informasi secara efektif dan efisien. Era informasi yang ditandai dengan perubahan masyarakat dari masyarakat pertanian dan industri ke masyarakat informasi, menjadi era dimana teknologi informasi. Perubahan ini telah mempengaruhi PT. Sarinah (Persero) dalam menjalankan usahanya sehingga tercipta kelancaran saluran informasi yang terintegrasi. Saluran informasi yang lancar berperan dalam menciptakan *smart customer* (pelanggan yang terinformasi dengan baik sehingga dapat menentukan pilihan yang sesuai dengan keinginannya). Untuk itu PT. Sarinah (Persero) perlu menerapkan sistem CRM (*Customer Relationship Management*) untuk meningkatkan pelayanan kepada para pelanggannya, SCM (Supply Chain Management) untuk meningkatkan sistem distribusi (inbound dan outbound), dan ERP (*Enterprise Resource Planning*) untuk

mengintegrasikan seluruh pelaporan dari *front office* dan *back office*. Sehingga diharapkan PT. Sarinah dapat meningkatkan kualitas sarana pelayanan dengan cara memiliki sarana pelayanan yang memadai dan berfungsi maksimal, dapat meningkatkan kualitas layanan jual dengan cara memberikan kualitas layanan cukup baik atau *on schedul*, dan juga dapat meningkatkan hasil penjualan.

Analisis Value Chain menunjukkan nilai tambah penggunaan teknologi sistem informasi oleh sebuah perusahaan untuk mencapai tujuannya. Value Chain merupakan struktur yang berisi nilai tambah yang dimiliki PT. Sarinah dalam mempergunakan seluruh sumber daya yang dimilikinya untuk unggul dalam persaingan pada bidang perdagangan eceran. Ada lima aktivitas utama yang diamati dalam analisis value chain, yaitu : Pengadaan Material (*Inbound Logistics*), Operasi (*Operations*), Distribusi Produk (*Outbound Logistics*), Pemasaran & Penjualan (*Marketing & Sales*), Pelayanan (*Service*). Berikut ini adalah value chain PT. Sarinah (Persero) yang dibuat penyusun.

Dari gambar di atas tampak jelas bahwa penulis mengusulkan beberapa sistem aplikasi yang penulis anggap berpotensi untuk membantu PT. Sarinah untuk dapat “unggul” dalam menghadapi persaingan industri ritel. Aplikasi-aplikasi tersebut adalah sebagai berikut :

- Inventory Control System dan Quality Control System; yang menangani pengendalian sistem persediaan produk dan pengendalian kualitas produk sehingga PT. Sarinah selalu dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya baik dalam hal kuantitas maupun kualitas produk. Selain itu juga meningkatkan produktivitas PT. Sarinah dalam memenuhi keinginan pelanggannya.
- Computer Reservation System; yang menangani informasi pemesanan penyewaan gedung (ruang kantor) yang dimiliki oleh PT. Sarinah sehingga pelanggan dapat dengan mudah dan cepat melakukan pemesanan.
- Dealer Management System dan Dealer Communication System; yang menangani pemesanan/order dari tiap dealer dan outlet PT. Sarinah baik di dalam maupun luar negeri.
- Distribution Monitoring System; yang mengawasi kelancaran pengiriman pesanan/order produk yang dijual oleh PT. Sarinah baik pengiriman ke dealer, outlet maupun ke konsumen secara langsung baik dalam maupun luar negeri.
- Toko Online (Home Shopping System) dan Point-of Sale System; yang memiliki fungsi sebagai world wide web outlet yang memberikan informasi kepada pelanggan (di seluruh

dunia yang dapat mengakses situs PT. Sarinah) tentang produk-produk yang dijual oleh PT. Sarinah (seperti halnya katalog produk yang dijual), menerima pemesanan barang yang ada dalam katalog, melayani konfirmasi pembayaran bahkan menyediakan forum pelanggan yang menangani keluhan-keluhan (klaim) dari pelanggan atas kualitas pelayanan PT. Sarinah baik menyangkut kualitas produk, kualitas distribusi barang pesanan, dan kualitas informasi yang diberikan.

Customer Service System; yang menangani klaim-klaim pelanggan yang berkaitan dengan kualitas produk, pengiriman pesanan, dan sistem pembayaran untuk ditindak lanjuti.

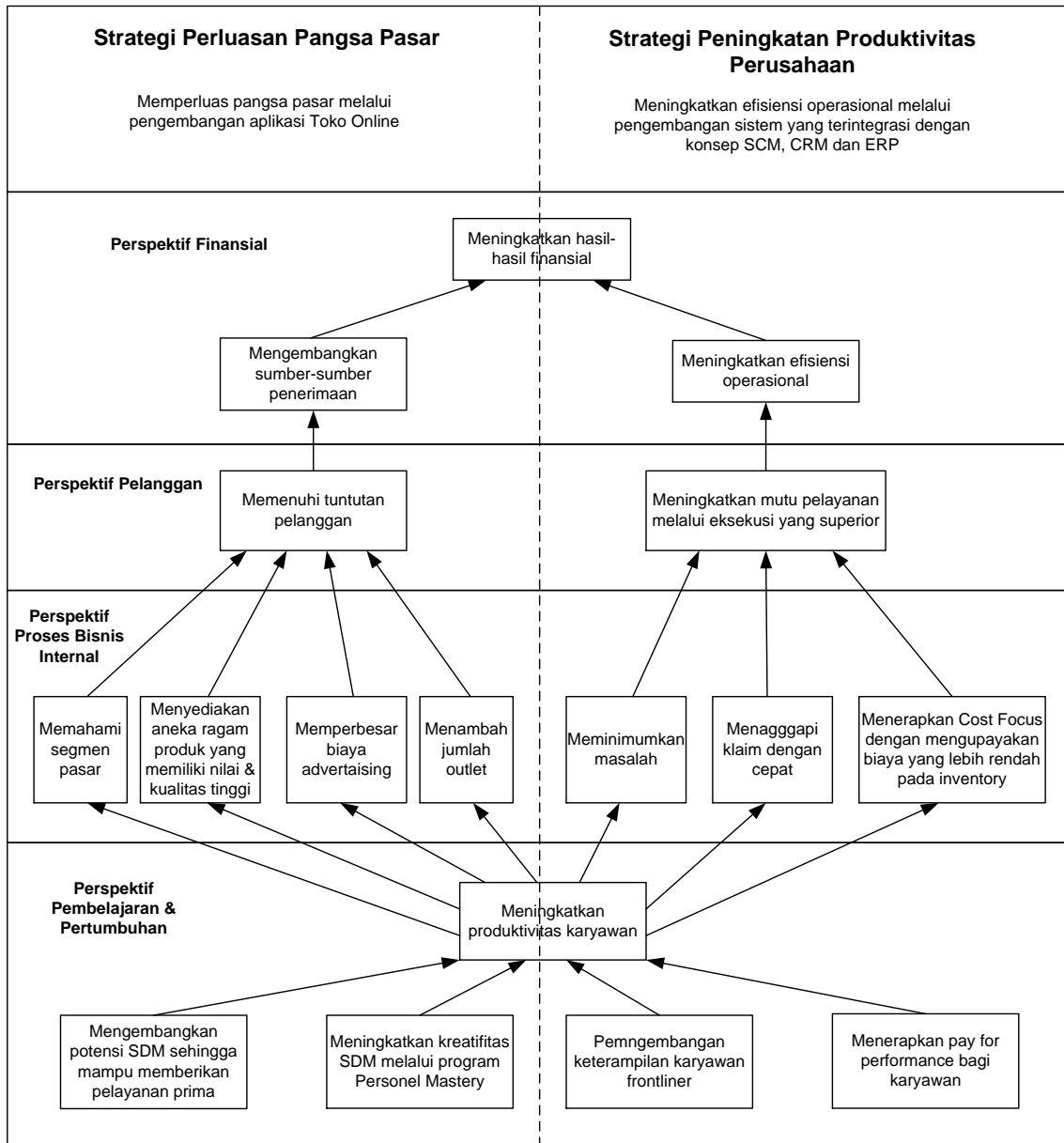
Matriks SWOT PT. SARINAH (Persero)

<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> / </div> <p style="text-align: center;">Internal</p> <p style="text-align: center;">Eksternal</p>		Strength (S)	Weakness (W)
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Menerapkan TI dalam manajemen ritel modern sesuai dengan visi & misi. 2. Jumlah SDM berkompetensi TI sudah memadai. 3. Tersedia fasilitas TI yang memadai 4. Menerapkan teknologi CRM untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada konsumen. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi outlet hanya tersebar di pulau jawa sehingga pangsa pasar domestik terbatas. 2. Integrasi antar divisi & biro belum menyeluruh. 3. Kurang pemanfaatan pelayanan TI yang telah dikembangkan sebelumnya.
Opportunity (O)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya globalisasi informasi akan meningkatkan kerjasama (distributor & supplier dari dalam dan luar negeri) 2. Perkembangan TI semakin pesat sehingga memungkinkan untuk mengembangkan Home Shopping Network. 3. Adanya smart customer (pelanggan yang terinformasi dengan baik sehingga dapat menentukan pilihan yang sesuai dengan keinginannya) 4. Meningkatnya minat pasar internasional terhadap produk dalam negeri (batik, handycraft & rotan) 5. Adanya software open source menyebabkan turunnya biaya pengembangan TI 	<p style="text-align: center;">Strategi SO :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas pangsa pasar dengan pengembangan toko online {S(1,3,4); O(2,3,4)} 2. Meningkatkan pelayanan konsumen {S(1,2,3,4) ; O(1,2,3,4)} 3. Meningkatkan produktivitas dengan menerapkan teknologi SCM & ERP {S(1,2,3);O(1,4)} 	<p style="text-align: center;">Strategi WO :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan produktivitas dengan menerapkan teknologi SCM & ERP {W(2,3);O(1,4,5)} 2. Memperbaiki sistem kerja {W(2,3) ; O(1)}. 3. Mengoptimalkan pemanfaatan TI {W(1,3);O(5)} 4. Memperluas pangsa pasar dengan pengembangan toko online {W(1);O(2,3,4)}
Treat (T)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perekonomian Indonesia yang belum stabil menyebabkan penundaan pengembangan TI sehubungan dengan dana yang tersedia. 2. Perekonomian di Indonesia mengakibatkan menurunnya daya beli masyarakat 3. Perusahaan ritel lain yang memberikan pelayanan & penawaran produk/jasa sejenis. 4. Kebijakan pemerintah tentang ekspor & impor. 5. Tuntutan masyarakat terhadap mutu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan ritel 	<p style="text-align: center;">Strategi ST :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan produktivitas dengan menerapkan teknologi SCM & ERP {S(1,2,3);T(1,3,4,5)} 2. Meningkatkan pelayanan konsumen {S(1,2,3,4);T(2,3,5)} 	<p style="text-align: center;">Strategi WT :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbaiki sistem kerja {W(2,3);T(1,3,5)} 2. Memperluas pangsa pasar dengan pengembangan toko online {W(1);T(2,3,4)} 3. Mengoptimalkan pemanfaatan TI {W(1,3);T(1,3,5)}

Berdasarkan matriks SWOT, didapat strategi-strategi yang diurutkan menurut jumlah kemunculannya, dimana strategi pada kelompok prioritas pertama merupakan strategi yang diambil lebih dulu untuk dilaksanakan, yaitu :

1. Strategi perluasan pangsa pasar
Memperluas pangsa pasar dengan melakukan pengembangan aplikasi Toko Online
2. Strategi peningkatan produktivitas perusahaan
Meningkatkan produktivitas perusahaan dengan menerapkan konsep SCM dan ERP pada sistem yang terintegrasi.

ANALISIS BALANCE SCORECARD PT. Sarinah (Persero)



Critical Success Factor PT. Sarinah (Persero)

FAKTOR-FAKTOR	CSF	PENGUKURAN CSF
Faktor Keuangan		
Meningkatkan hasil-hasil finansial	Profitabilitas (Keuntungan)	Keuntungan atas modal sendiri (Return On Net Worth) Profit Margin atau Sales Margin
	Likuiditas	Current Ratio Inventory to Working Capital Current Debt to Inventory Quick Ratio atau Acid Test Ratio
	Penjualan	Presentase Pertumbuhan Penjualan
	Return On Investment	Jumlah harta yang dimiliki oleh Perusahaan
Faktor Pelanggan		
Memenuhi tuntutan pelanggan & meningkatkan mutu pelayanan	Pangsa Pasar	Analisa data pesaing dalam jenis industri yang sama.
	Retensi Pelanggan	Tingkat kemampuan perusahaan dalam mempertahankan hubungannya dengan pelanggan (ukuran hasil dan kinerja)
	Kepuasan Pelanggan	Proporsi nilai pelanggan
Faktor Proses Bisnis Internal		
Memahami segmen pasar, menyediakan aneka ragam produk kualitas tinggi, menambah jumlah outlet, menanggapi klaim dengan cepat.	Mutu	Melakukan penelitian terhadap pelanggan, membuat laporan penelitian lapangan, menghitung jumlah produk cacat, jumlah pengembalian produk ke distributor dan supplier, dan menghitung tingkat kecacatan dari pemasok.
	Produktivitas	Melakukan perbaikan terhadap kesalahan yang diperbuat,
Faktor Pembelajaran & Inovasi		
Meningkatkan produktivitas karyawan	Pengalaman keahlian	Jumlah pelatihan, peningkatan kinerja keahlian
	Moral pekerja	Tingkat perputaran pekerja, jumlah keluhan, penelitian terhadap pekerja.
	Kompetensi	Tingkat perputaran, pelatihan, pengalaman, kemampuan beradaptasi, ukuran-ukuran keuangan dan operasional

Usulan Portofolio Aplikasi PT. Sarinah (Persero)

Berdasarkan dari hasil-hasil sebelumnya, dibuat usulan portofolio aplikasi yang sesuai dengan visi & misi perusahaan, serta dipercaya dapat membantu perusahaan untuk mencapai tujuannya di masa yang akan datang

Strategic	High Potential
Menerapkan sistem SCM, ERP untuk mencapai visi, misi dan tujuan perusahaan	Pengembangan aplikasi Toko Online
Menerapkan sistem CRM untuk mencapai visi, misi dan tujuan perusahaan	Pengembangan aplikasi Home Shopping Network
Key Operational	Support

Dibutuhkan sebuah kerangka kerja untuk pengembangan portopolio aplikasi, yaitu :

a. Existing

Menerapkan sistem CRM (*Customer Relationship Management*) dan melatih karyawan terutama *frontliner* agar mampu menginternalisasi konsep CRM secara komprehensif untuk mencapai visi dan misi perusahaan yaitu menjadikan PT. Sarinah (Persero) sebagai perusahaan ritel modern, tangguh dan inovatif serta berwawasan global dengan menerapkan manajemen modern dan dapat menjadi "*Image Creator*" di sektor ritel Indonesia

b. Required

Mengembangkan aplikasi Toko Online untuk memperluas pangsa pasar di seluruh Indonesia serta meningkatkan kualitas pelayanan pada pelanggan sehingga PT. Sarinah (Persero) dapat meningkatkan hasil penjualannya dan mencapai salah satu tujuan perusahaan yaitu mengembangkan aneka format gerai ritel modern sesuai dengan kebutuhan konsumen serta meningkatkan consumer value.

c. Potential Application Portopolio

Mengembangkan sistem SCM (Supply Chain Management) dan ERP (Enterprise Resource Planning) sebagai usaha tercapainya tujuan PT. Sarinah (Persero) yaitu :

- a. Mengembangkan iklim usaha yang bersifat "Win-Win" dengan para rekanan, mitra kerja.

- b. Menjadikan PT. Sarinah (Persero) menjadi perusahaan ritel yang termasuk top-ten di sektor ritel modern Indonesia.

Menjalankan manajemen ritel modern yang mengacu pada prinsip-prinsip *good corporate governance* untuk meningkatkan *customer value* dan *shareholder value*.