

Keselarasan Strategi SI/TI Dan Strategi Bisnis



TKK1252 – Pengantar Sistem Informasi



Nama | Chalifa Chazar
Website | [Http://script.id](http://script.id)
Email | chalifa.chazar@gmail.com

Last update : Juli 2017 | chalifa.chazar@gmail.com

Pendahuluan

- Setiap perusahaan pasti memiliki **strategi bisnis** dalam menjalankan **visi**, **misi** dan **sasaran** yang ingin dicapai.
- Suatu **strategi bisnis** dibuat berdasarkan sasaran yang ditetapkan dalam perusahaan untuk mendukung **visi** dan **misi**.

Visi & Misi Perusahaan*

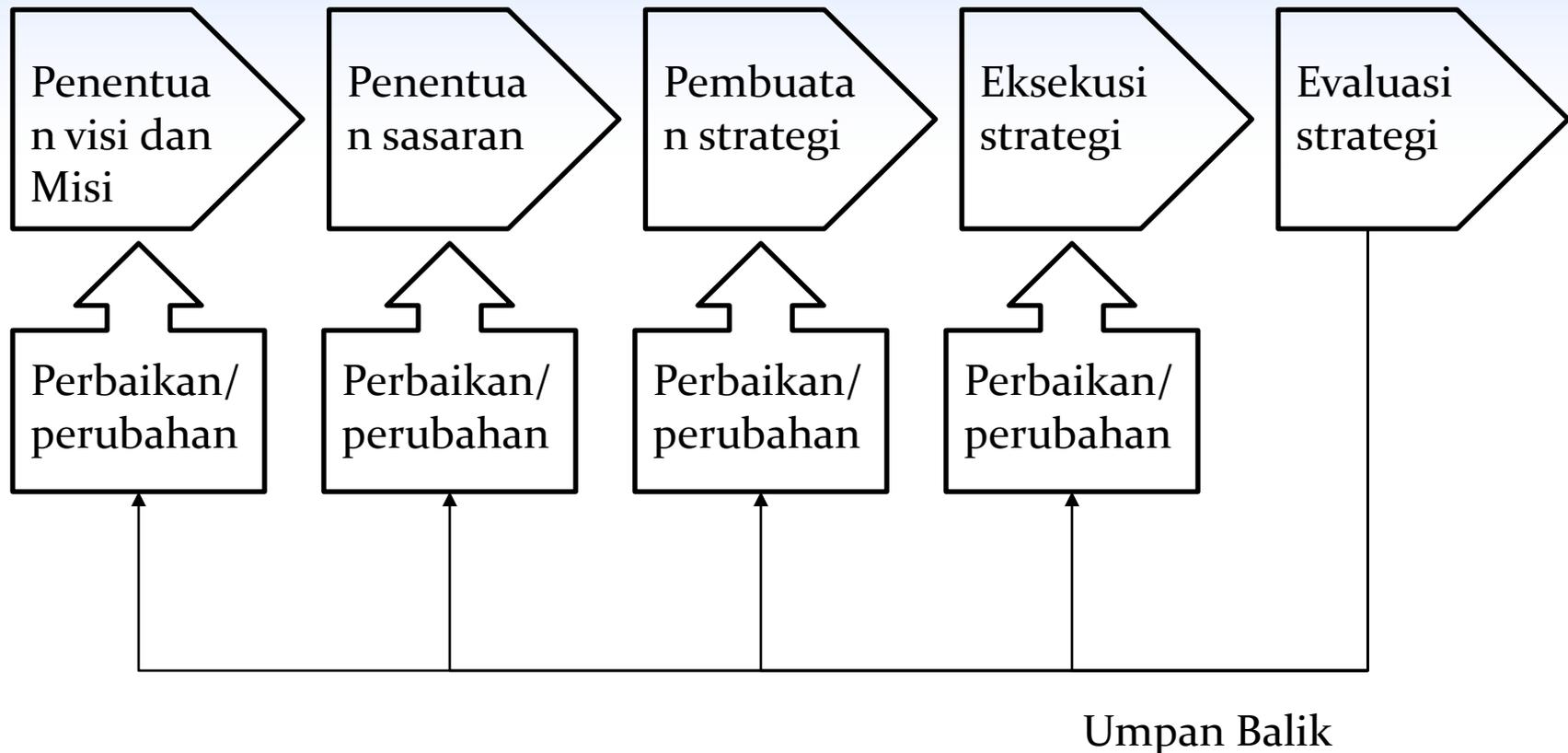
- Visi perusahaan?
 - Visi menyatakan impian untuk masa depan
- Misi perusahaan?

Visi & Misi Perusahaan*

- Visi perusahaan?
 - Visi menyatakan impian untuk masa depan.
 - Visi boleh berubah-ubah.
- Misi perusahaan?
 - Misi menyatakan cara organisasi/perusahaan untuk bertahan dan berkembang untuk mencapai visinya

* Thompson & Strickland, 2003 dan Romero, 2013

Strategi dalam Kerangka Manajemen Strategik



Strategi Bisnis

- Strategi bisnis = rencana tindakan berjangka panjang yang dirancang untuk mencapai sasaran atau sejumlah sasaran tertentu.
- Strategi dapat diperoleh dengan menggunakan suatu analisis menggunakan tools seperti:
 - Balance Scorecard (BSC)
 - Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats)

Fokus Strategi Bisnis (Boar, 2001)

- Membangun keuntungan-keuntungan baru harus meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan jarak terhadap pesaing (agar pesaing tertinggal).
- Memelihara keuntungan-keuntungan yang ada untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan jarak terhadap pesaing.
- Mengurangi atau menghilangkan keuntungan-keuntungan pesain.

Strategi SI/TI

- Dalam membuat strategi SI/TI, strategi bisnis merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan.
- Tanpa memahami strategi bisnis, strategi SI/TI dapat berjalan ke luar arena, dalam arti tidak seiring dengan strategi bisnis
- Akibatnya, pengembangan SI tidak lagi seirama dengan strategi bisnis dan berdampak pada kerugian yang akan dialami oleh organisasi

Strategi SI/TI

Strategi SI/Ti tersusun atas 2 bagian, yaitu:

- Strategi SI
- Strategi TI

Strategi SI

- Strategi SI mendefinisikan kebutuhan atau permintaan organisasi terhadap sistem untuk mendukung strategi bisnis secara keseluruhan (Ward & Peppard, 2002)
- Fokus strategi SI terletak pada “Apa yang seharusnya dilakukan dengan teknologi?” (Earl, 1989)

Strategi TI

- Strategi TI menekankan pada cara memenuhi permintaan terhadap informasi melalui teknologi informasi
- Fokus strategi TI terletak pada “Bagaimana teknologi dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan?” (Earl, 1989)

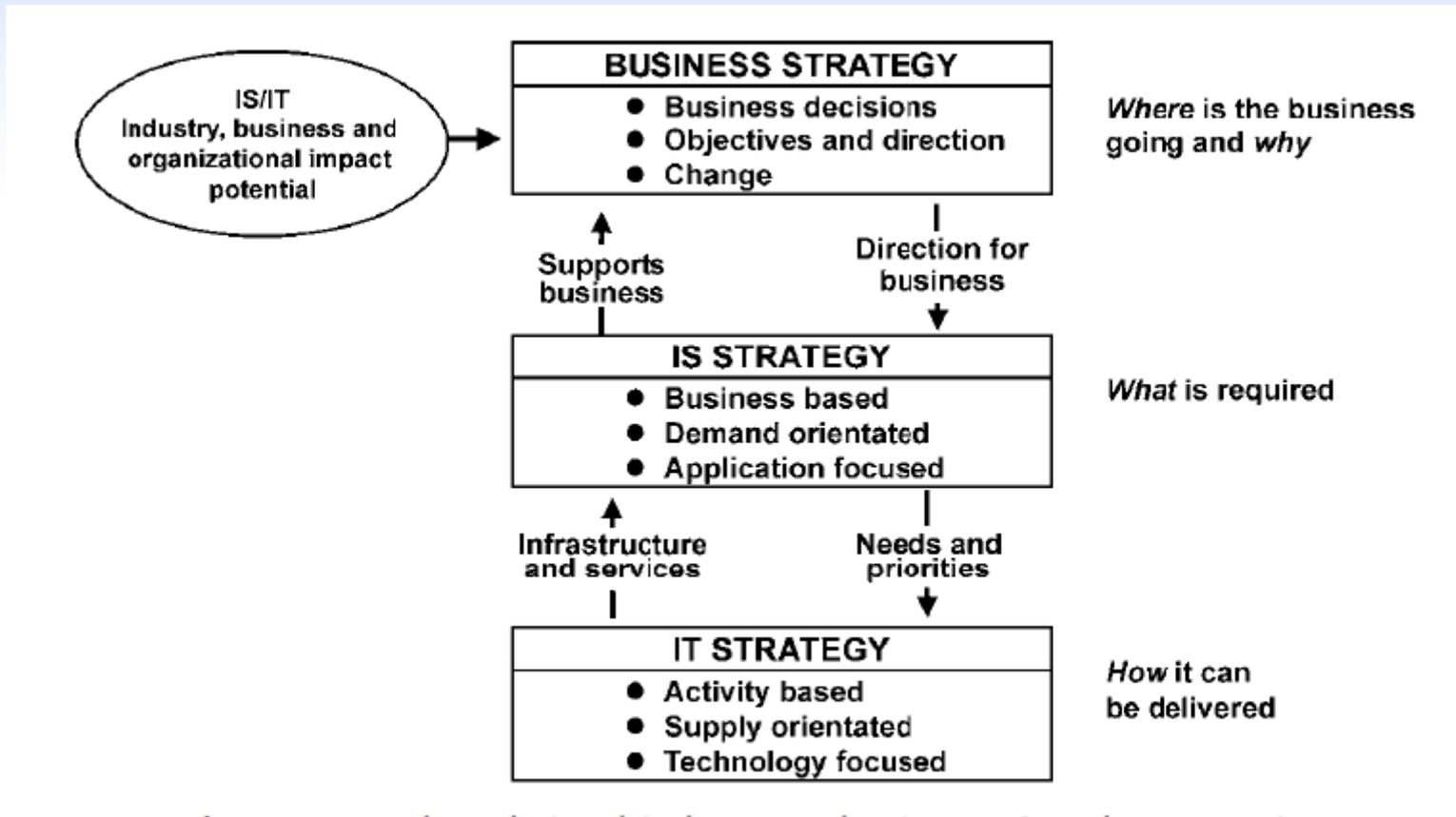
Strategi SI/TI (Boar, 2001)

- Strategi SI/TI adalah sekumpulan tindakan yang memungkinkan pencapaian keunggulan bisnis.
- Strategi SI/TI, dapat diarahkan untuk mendukung organisasi melalui 4 cara: (Earl, 1989)
 1. Untuk mencapai keunggulan kompetitif
 2. Untuk meningkatkan produktivitas dan kinerja pegawai
 3. Memungkinkan cara-cara baru dalam pengelolaan dan pengorganisasian
 4. Untuk mengembangkan bisnis-bisnis baru

Penyelarasan Strategi SI/TI Terhadap Strategi Bisnis

- Penyelarasan bisnis-TI merujuk pada penerapan teknologi informasi dalam suatu cara yang tepat, sejalan dengan strategi, tujuan dan kebutuhan bisnis (Luftman, 2000).
- Untuk mencapai manfaat SI/TI yang strategik adalah dengan memusatkan pemikiran kembali pada bisnis dengan menganalisis masalah-masalah bisnis yang terjadi sekarang maupun perubahan di lingkungan dan selanjutnya mempertimbangkan TI hanya sebagai salah satu solusi.

Hubungan Antara Strategi Bisnis, Si, dan TI (Ward & Peppard, 2002)



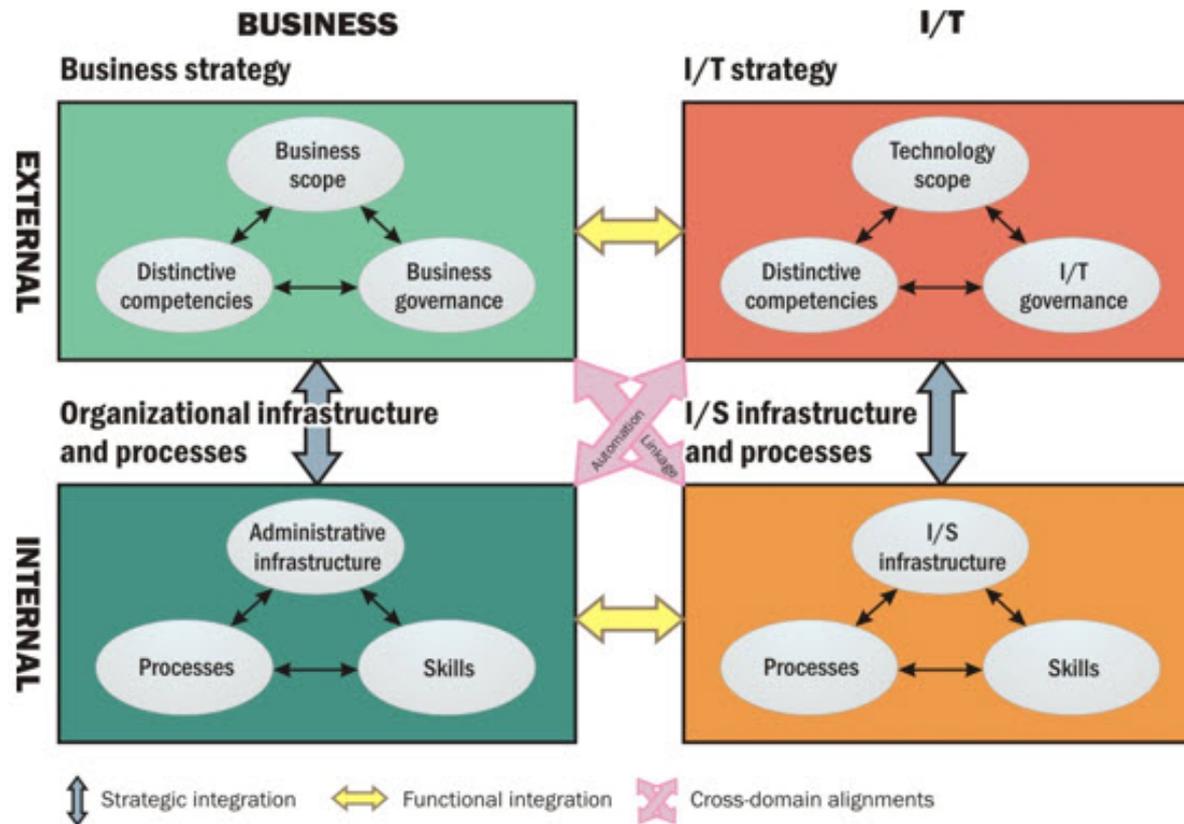
Masalah-Masalah Akibat Ketidakselarasan Bisnis, SI, dan TI

- Investasi sistem tidak mendukung sasaran-sasaran bisnis
- Kehilangan kendali terhadap SI/TI
- Sistem-sistem tidak terintegrasi
- Investasi SI/TI dapat menjadi sumber konflik antar unit dalam organisasi
- Tidak dapat menentukan prioritas sumber daya/proyek-proyek SI dan rencana perubahan yang terus menerus menyebabkan produktivitas rendah
- Informasi manajemen menjadi buruk; bisa lambat, tidak tersedia, atau tidak akurat

Model Keselarasan Strategik

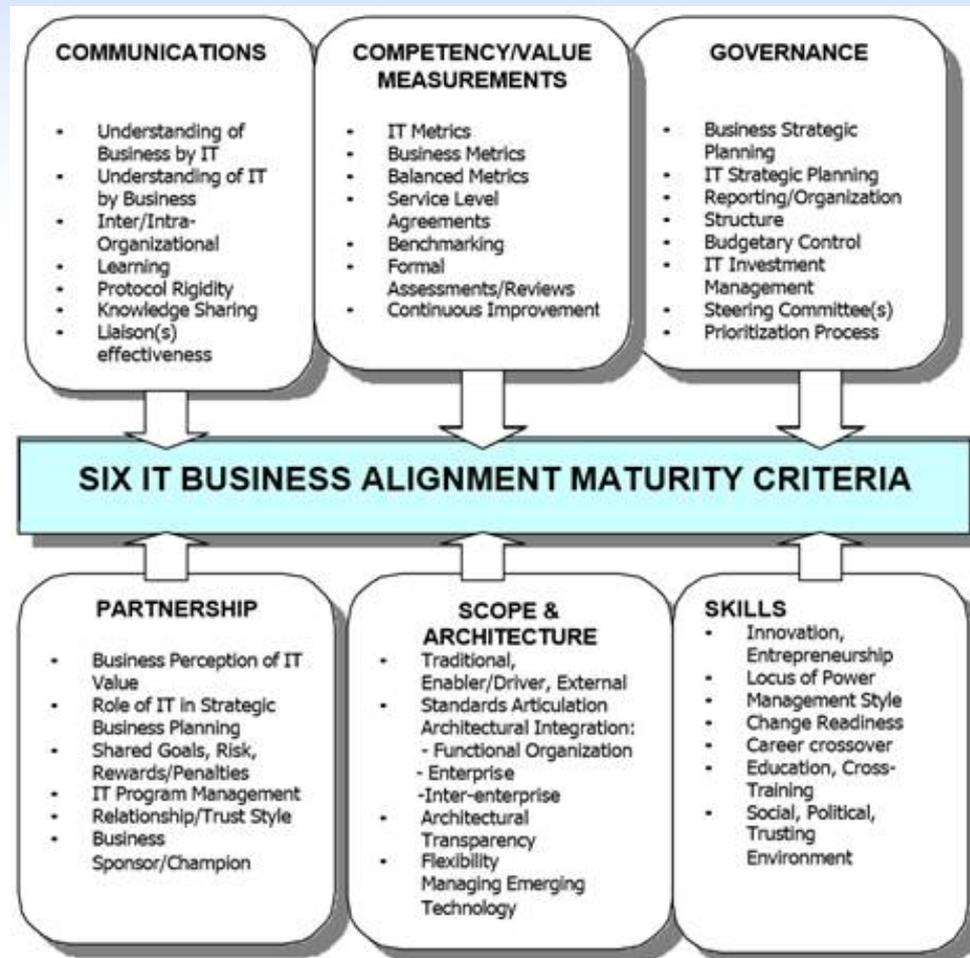
- Model SAM (Strategic Alignment Model) → Henderson dan Venkatraman (1990)
- Model SAMM (Strategic Alignment Maturity Model) → Luftman (2000)

Model SAM



Henderson and Venkatraman's Strategic Alignment Model for business (1989)

Model SAMM



</THANKS>

Chalifa Chazar

<http://script.id>

Email: chalifa.chazar@gmail.com