

A Strategic Approach to Information System Development for Education Service Improvement at STMIK PASIM Sukabumi

Fatma Khalid Al-Mahmoud*

Department of Physics, Sultan Qaboos University, Muscat, Oman

ABSTRAK

Strategic planning of information systems and technology needed to prepare the organization in planning the use of technology and information systems to an organization. Where the information system is an important tool to achieve organizational goals effectively, so that every organization should systematically identify information needs and analysis of the vision, mission and objectives promoted by the organization. This thesis discusses the strategic design of information systems in the apartment by using internal and external analysis subsequently drafted proposed strategy using SWOT matriks after the identified needs of the information systems used by the strategic alignment method using the tools scorecard balance and critical succes factors combined with the competitive impact method with value chain tools for designing information systems strategy appropriate and in accordance with the vision, mission and goals of the organization.

Kata Kunci: Strategic planning of information systems, SWOT, balance scorecard, critical succes faktor, value chain

PENDAHULUAN

Perkembangan sistem informasi (SI) yang sangat pesat mempengaruhi struktur operasional baik di bidang ekonomi, pendidikan, kesehatan, bahkan digunakan untuk keperluan militer. Penggunaan sistem informasi ini didasari atas sifat dari sistem informasi yang mengikat, konstan, aman dan efisien. dan tentu saja dari sifat sistem informasi itu tergantung dari spesifikasi yang dibuat oleh depelover.

Manfaat SI untuk kemajuan organisasi digunakan dalam mengumpulkan, memproses, menyimpan, menggunakan, dan menyebarkan informasi. Kenyataannya tidak semua organisasi berhasil dengan baik dalam upaya menerapkan sistem informasi tersebut. Banyak faktor yang menyebabkan kegagalan penerapan SI dalam organisasi. Salah satunya adalah karena implementasi SI tidak sesuai dengan strategi bisnis, atau dengan kata lain tidak sesuai dengan kebutuhan.

Perencanaan strategis sistem dan teknologi informasi dibutuhkan untuk mempersiapkan organisasi dalam merencanakan pemakaian teknologi dan sistem informasi untuk organisasinya. Perencanaan tersebut dibutuhkan untuk menyesuaikan gerak langkah organisasi dengan sistem informasi agar seirama dengan perkembangan organisasi untuk memenuhi kebutuhan sistem informasi organisasi di masa yang akan datang (Fatchur, 2003).

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka dalam penelitian ini penulis mencoba menggabungkan beberapa alat bantu yang telah dipakai seperti: Porter's 5 Forces, SWOT, Balanced Scorecard(BSC), Critical Success

Factor(CSF) dan value chain. Sehingga diharapkan dapat menghasilkan rencana sistem informasi yang sesuai dengan kebutuhan STMIK PASIM Sukabumi khususnya.

Lingkup penelitian yang dikaji adalah penjabaran strategi sistem informasi dari strategi bisnis STMIK PASIM. Yang ditinjau sesuai dengan arah dan kebijakan yang tertuang dalam dokumen Rencana Induk Pengembangan STMIK PASIM 2007-2015.

TINJAUAN STUDI

Strategi informasi merupakan pernyataan terinci mengenai kebijakan informasi yang berisi tujuan-tujuan, sasaran-sasaran dan tindakan-tindakan untuk dilaksanakan dalam periode ke depan yang telah ditentukan. Strategi informasi merupakan sebuah "alat" yang diterapkan di dalam kerangka sebuah kebijakan informasi organisasi yang didukung oleh sistem dan teknologi yang tepat untuk keperluan: pemeliharaan, pengelolaan dan penerapan sumber-sumber informasi organisasi; mendukung basis pengetahuan yang pentingnya dan semua yang memberikan kontribusi terhadapnya, dengan intelegensi strategis, untuk mencapai tujuan-tujuan kegiatan utamanya.

Sebuah kebijakan informasi organisasi biasanya memberikan arahan baik bagi para pengelola maupun para pengguna informasi. Bagi para pengelola kebijakan informasi merupakan sebuah kerangka kerja yang berisi prinsip-prinsip organisasi yang berhubungan dengan informasi, penggunaannya dan pengelolaannya. Di antaranya menjamin pengalokasian sumber-sumber informasi penting dalam manajemen informasi. Sedangkan

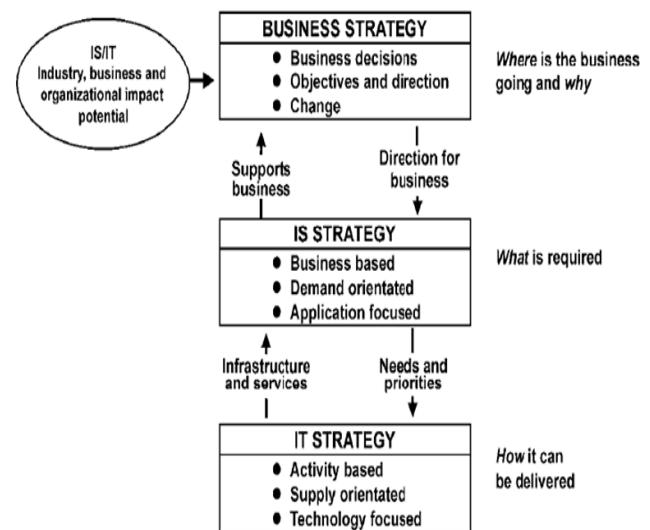
dari perspektif pengguna, kebijakan informasi merupakan sebuah jaminan bahwa organisasi mempunyai komitmen untuk menyediakan informasi yang dibutuhkannya (Henczel, 2001: 11).

Secara khusus Gallacher (Gallacher, 1996: 13) dalam Managing Change in Library and Information Service mengemukakan bahwa yang harus dilakukan oleh manajer organisasi adalah mempertimbangkan lingkungan internal dan eksternalnya, karena hal ini mempunyai konsekuensi yang multi fungsional, antara lain mencakup:

1. Environmental analysis, yaitu proses mengkaji trend dan kondisi dalam lingkungan organisasi untuk mengidentifikasi hal-hal yang mendorong kepada perubahan.
2. Political awareness, yaitu kepekaan terhadap kondisi dalam organisasi pusat dan pemahaman tentang posisi dan cakupan pengaruh di dalamnya.
3. Strategic vision, yaitu partisipasi dalam membuat keputusan ke mana organisasi akan diarahkan, mengapa dan bagaimana organisasi dapat mencapainya.

Dari sisi implikasi manajemen, kesuksesan proses organisasional tergantung dari banyak faktor. Pemfokusan pada teknologi saja atau aspek bisnis saja tidak cukup membawa kesuksesan bagi keseluruhan rencana strategis. Sebagian besar dari strategi-strategi IT yang ada, kuat dalam hal teknologi dan terminologi teknis namun lemah pada pengidentifikasiannya kebutuhan aplikasi dan aspek bisnisnya. Cara yang tepat untuk mencapai keuntungan strategis dari SI dan TI adalah dengan mengkonsentrasi atau memikirkan ulang bisnis dengan menganalisa permasalahan bisnis yang ada sekarang dan perubahan lingkungan dan menjadikan IT sebagai salah satu resep solusi (Ward, J., Peppard, J., 2003: 40).

Secara garis besar, hubungan antara Strategi Bisnis, strategi sistem informasi dan strategi teknologi informasi digambarkan pada Gambar 1. Dari Gambar 1 ini, terlebih dahulu kita mengidentifikasi dampak potensial, kemudian mengevaluasi informasi dan sistem apa yang dibutuhkan untuk mendapatkan strategi, selanjutnya menetukan bagaimana mencapai sistem informasi melalui sisi teknologi. Gambar 2 ini, merupakan model sederhana jika digunakan dalam organisasi bisnis yang kompleks dalam lingkungan yang berubah-ubah secara teratur. Vitale mengklasifikasikan metodologi



Gambar 1. Hubungan antara strategi bisnis, strategi SI dan strategi TI

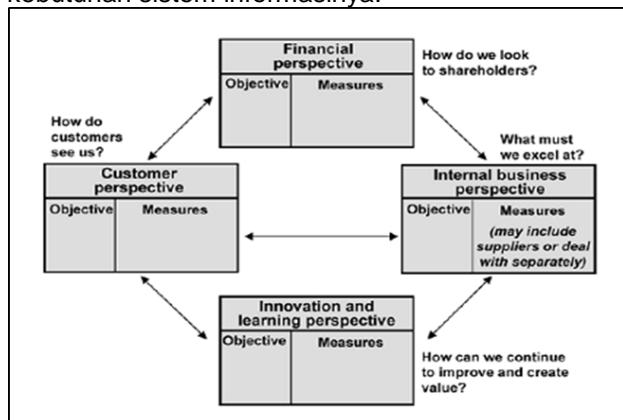
perencanaan strategi SI menjadi alignment dan impact. Keduanya berbeda dalam hal tujuan akhir. Alignment bertujuan mendukung tujuan bisnis, sedangkan impact mendukung keunggulan daya saing. Dilaporkan ada 4 metodologi yang menggunakan prinsip aligemen, yaitu Business System Planning, PRO planner, Information Engineering, dan Method1(Pant, 1995:4).

Hal yang sama juga dilaporkan oleh (Galliers, 2003 : 230). Pendekatan impact dilakukan untuk mendapatkan keunggulan daya saing, sedangkan pendekatan alignment digunakan untuk mendukung Strategi Bisnis. Metodologi perencanaan strategi SI yang populer juga sama seperti yang disebutkan di atas. Sementara itu esensi dari kedua pendekatan tersebut adalah mendefinisikan dan memprioritaskan investasi yang diperlukan untuk mendapatkan portofolio aplikasi yang ideal, keuntungan yang diharapkan dan perubahan yang diperlukan untuk mendapatkan keuntungan tersebut, dalam keterbatasan sumber daya dan saling ketergantungan sistem (Ward, 2003 : 44).

1. Metodologi Pemanduan Strategis (Strategic Alignment)

Metodologi ini bermaksud memadukan Strategi Bisnis dengan strategi SI. Secara umum Strategi Bisnis biasanya disusun dengan mempertimbangkan lingkungan makro dan lingkungan industri dari organisasi. Untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman terhadap organisasi kemudian dilakukan analisis SWOT. Hasil analisis ini akan menunjukkan posisi organisasi dalam lingkungan bisnis yang bersangkutan.

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan di atas, organisasi kemudian menetapkan visi yang merupakan cara pandang ke depan atau status ideal organisasi di masa yang akan datang. Untuk mencapai status ideal tersebut maka organisasi harus menetapkan sejumlah misi yang akan dilakukan secara sistematis. Atas dasar itu maka tujuan organisasi ditetapkan, kemudian diidentifikasi, dievaluasi, dan dipilih strategi yang sesuai dengan tujuan organisasi. Selanjutnya dari strategi terpilih dijabarkan sasaran strategis, tolok ukur keberhasilan, faktor kritis keberhasilan, dan kebutuhan sistem informasinya.



Gambar 2. Perspektif Dalam Balanced Scorecard

Dalam proses perumusan strategi tersebut di atas digunakan dua macam alat bantu yaitu Balanced Scorecard(BSC) dan Critical Success Factor(CSF). BSC adalah alat bantu manajemen yang sangat populer, dikembangkan oleh Kaplan dan Newton dari Harvard Business School (Ward, 2003 : 206). BSC dikembangkan berdasarkan premis bahwa tolok ukur keuangan sebenarnya hanya melaporkan hasil pengambilan keputusan di masa lalu, dan agar pengukuran kinerja Proses Bisnis lebih bermakna maka diperlukan sasaran dan tolok ukur yang lebih berimbang. Kata berimbang berarti adanya keseimbangan antara kinerja keuangan dan non-keuangan, antara kinerja jangka pendek dan kinerja jangka panjang, dan antara kinerja yang bersifat intern dan kinerja yang bersifat ekstern.

2. Metodologi Dampak Kompetitif (Competitive Impact)

Organisasi berada di lingkungan bisnis dan agar tetap eksis harus mampu berhadapan dengan berbagai kekuatan kompetisi disekitarnya. Organisasi juga berinteraksi dengan pelanggan, pemasok, dan pesaing. Disamping itu juga harus dihadapi pendatang baru dan produk pengganti yang potensial menjadi ancaman. Agar tetap bisa bertahan hidup, organisasi harus memahami interaksi tersebut dalam arti menghindari kerugian dan memanfaatkan peluang untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.

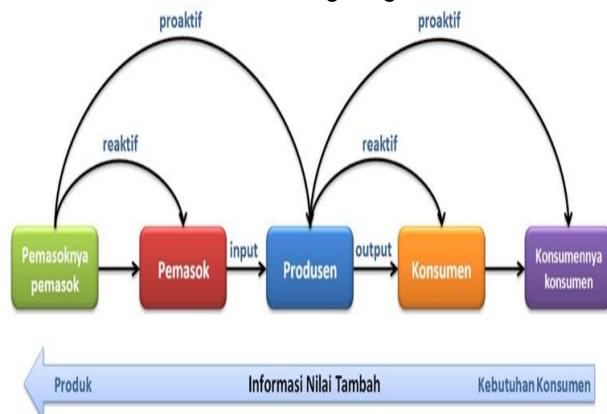
Untuk mengidentifikasi implikasi kekuatan kompetisi terhadap bisnis organisasi dalam bentuk

peluang, ancaman, dan arus informasi ke luar, maka perlu dilakukan analisis rantai nilai eksternal. Sedangkan untuk mengoptimalkan arus informasi dalam organisasi perlu dilakukan analisis rantai nilai internal.

Konsep rantai nilai dijelaskan oleh Porter sebagai berikut :

"Every firm is a collection of activities that are perform to design, produce, market, deliver, and support its products or services. All these activities can be represented using a value chain. Value chains can only be understood in the context of the business unit (Ward, 2003 : 244)".

Untuk memahami isu informasi dalam rantai nilai, perhatikan Gambar 3. Implikasi arus informasi akibat promosi, yang memberitahu pelanggan lebih lanjut tentang rantai produk dan jasa yang tersedia, harus dipahami dengan baik. E-commerce tidak hanya menawarkan jalur tambahan untuk arus ini, tetapi juga menyediakan kemampuan pencarian seluruh rantai informasi langsung lewat internet.



Gambar 3. Arus Informasi Dalam Rantai Nilai

Dalam rantai nilai, dibedakan dua jenis aktivitas bisnis, yaitu aktivitas primer dan aktivitas pendukung. Aktivitas primer adalah aktivitas yang memungkinkan organisasi memenuhi perannya dalam rantai nilai sehingga memuaskan pelanggannya. Aktivitas pendukung adalah aktivitas yang diperlukan untuk mengendalikan dan mengembangkan bisnis sepanjang waktu. Jadi pemberian nilainya secara tidak langsung dan baru terealisasi sesudah aktivitas primer berhasil (Ward, 2003 : 263).

Konsep rantai nilai yang dikembangkan oleh Porter atau rantai nilai tradisional, sebenarnya dibuat untuk industri manufaktur. Pada saat konsep itu akan diaplikasikan untuk industri jasa, sering kali banyak ketidak sesuaian. Oleh karena itu untuk industri jasa, Stabell dan Fjeldstad mengusulkan dua model alternatif yang disebut model Value configuration, yaitu model Value Network

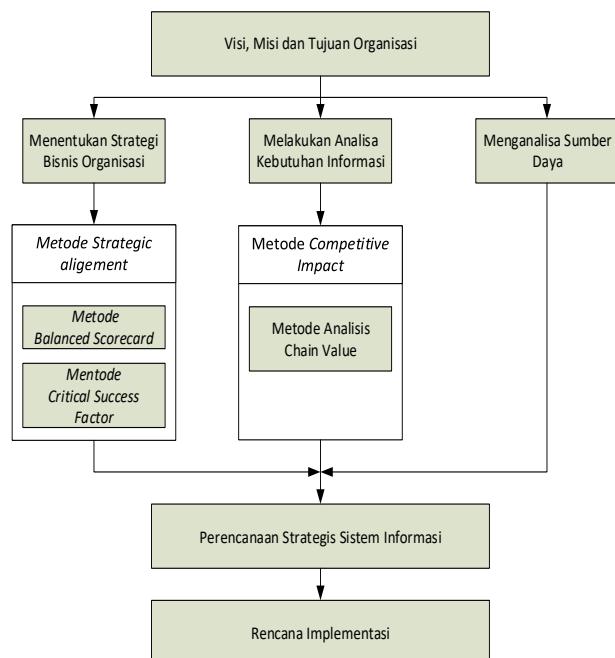
METODE PENELITIAN

Metode penelitian ilmiah adalah investigasi sistematis, terkendali dan empiris terhadap suatu set hipotesis-hipotesis yang dibangun dari struktur teori (Hartono, 2008). Pada metodologi penelitian

akan dijelaskan tentang kerangka penelitian, jenis data, subyek penelitian, pengumpulan data dan instrument penelitian, dan analisis data.

Perencanaan strategis sistem informasi adalah kegiatan perencanaan yang terus-menerus dan menjamin implementasi teknologi informasi dan komunikasi dalam suatu organisasi selaras dengan strategi bisnis untuk meningkatkan efektivitas organisasi, menciptakan peluang bisnis dan memberi kontribusi terhadap daya saing organisasi. Rencana strategis sistem informasi berfungsi untuk melakukan evaluasi strategis bisnis saat ini dengan strategi sistem informasi dan menciptakan peluang bisnis baru dengan dukungan sistem informasi.

Agar penyusunan rencana strategis sistem informasi dapat disusun dengan tepat maka diperlukan sebuah kerangka kerja. Kerangka kerja berfungsi sebagai pedoman sistematis untuk melaksanakan perencanaan strategis sistem informasi. Adapun kerangka kerja yang penulis buat disajikan pada Gambar 4.

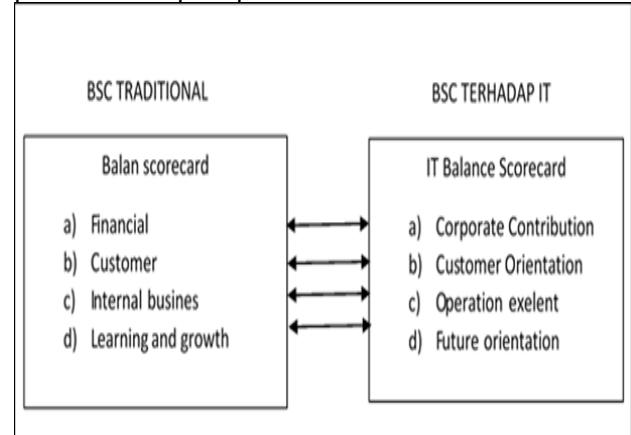


Gambar 4 Kerangka Kerja Perencanaan Strategis Sistem Informasi

Proses menentukan strategis bisnis organisasi diawali dengan melakukan analisis terhadap visi, misi dan tujuan perusahaan. Butir tujuan perusahaan akan diturunkan menjadi faktor-faktor penentu keberhasilan organisasi. Proses menentukan strategi bisnis organisasi juga akan menformulasikan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh organisasi.

Balance Scorecard merupakan sistem penilaian kinerja yang dikembangkan berdasarkan strategi organisasi. Balance Scorecard yaitu sistem penilaian kinerja yang mengintegrasikan aspek finansial dengan aspek lain yang penting bagi organisasi. Balance Scorecard menjabarkan strategi ke dalam sistem yang terintegrasi.

Dalam penelitian ini balance scorecard yang digunakan adalah IT-balance scorecard yang dikembangkan oleh Van Grembergen dan Van Bruggen. Dalam pandangan mereka Departemen Teknologi Informasi merupakan penyedia layanan internal maka perspektif yang digunakan harus diubah dan disesuaikan. Dengan melihat bahwa pengguna mereka adalah pegawai internal dan kontribusi mereka dinilai berdasarkan pandangan pihak manajemen. maka mereka mengajukan perubahan seperti pada Gambar 5.



Gambar 5 Perubahan Perspektif BSC Tradisional menjadi IT Balance Scorecard

Analisa Critical Success Factors (CSFs) adalah sebuah teknik yang sangat populer dan powerful dalam perencanaan strategis SI/TI dan perencanaan bisnis. CSFs dapat digunakan dengan cara yang berbeda-beda dan untuk tujuan yang berbeda-beda pula. Proses CSFs dapat digunakan untuk membantu memprioritaskan aktifitas dan kebutuhan akan informasi. CSFs akan membantu untuk memfokuskan perhatian pada isu-isu kunci (Ward dan Griffiths, 1996).

CSFs memungkinkan manajemen untuk menggunakan judgment mereka dengan dua cara, yaitu:

1. Untuk mengkaji hal yang relatif penting dari peluang sistem dalam waktu tertentu. Sejauh mana mereka mendukung pencapaian terhadap objectives bisnis.
2. Mengidentifikasi informasi yang diperlukan oleh manajemen untuk me-manage dan merencanakan kebutuhan informasi bisnis bagi pihak eksekutif. (Fatchur, 2002)

3.1 Melakuakan Analisis Kebutuhan Informasi

Proses indentifikasi kebutuhan informasi dilakukan dengan melakukan analisis rantai nilai (value chain). Analisis Rantai Nilai digunakan untuk menganalisis peranan informasi yang ada dalam industri tersebut, hubungannya antara perusahaan dan bisnis itu sendiri. Hasil Analisis ini dapat memperlihatkan pada organisasi kebutuhan informasi untuk organisasi, informasi apa yang perlu diperoleh, dari mana asalnya dan bagaimana sistem intra organisasi dapat meningkatkan posisi kompetisinya.

Analisis rantai nilai dibagi menjadi dua analisis rantai nilai eksternal (kebutuhan informasi organisasi dengan pihak luar organisasi) dan analisis rantai nilai internal (kebutuhan informasi internal organisasi, antar bagian dalam organisasi).

Analisis rantai nilai membagi aktivitas organisasi menjadi dua yaitu aktivitas utama dan aktivitas pendukung. Aktivitas utama terdiri dari inbound logistic, operation, outbound logistic, sales and marketing, dan service. Inbound logistic dalam pendidikan tinggi adalah kegiatan promosi dan penerimaan mahasiswa baru. Operation meliputi kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat. Sales and marketing meliputi kegiatan kelulusan dan alumni. Service meliputi pelayanan kepada stakeholder internal maupun eksternal.

3.2 Melakuakan Analisis Sumber Daya

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumen hasil dari tahap ini adalah rekapitulasi aset organisasi. Analisa sumber daya dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu dengan wawancara. Analisa sumber daya juga dilakukan dengan melakukan survey langsung ke lokasi STMIK PASIM Sukabumi. Survey dilakukan dengan tujuan untuk membandingkan antara dokumen yang ada serta data pada borang akreditasi STMIK PASIM Sukabumi dengan data fisik yang ada.

3.3 Perencanaan Strategis Sistem Informasi

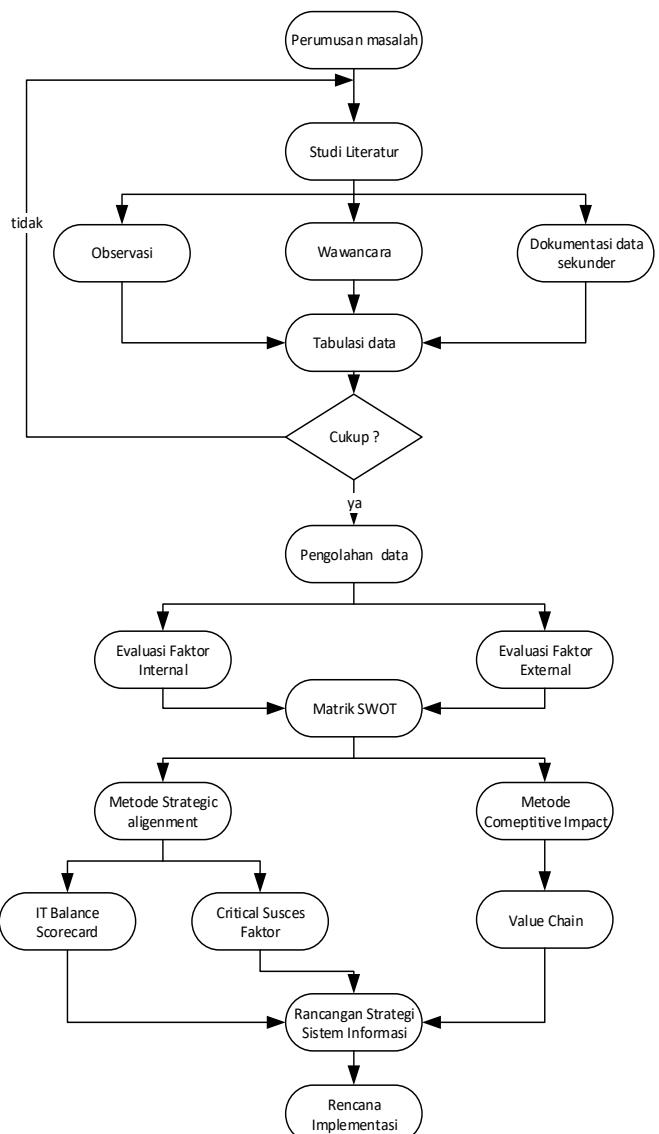
Proses merumuskan rencana strategis sistem informasi berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data yang telah dilakukan, dari analisa sumber daya yang telah didapat selanjutnya di analisa lagi dengan menggunakan analisa Internal dan Eksternal yang menyangkut kekuatan dari STMIK PASIM Sukabumi, setelah melakukan analisa dengan menggunakan matrik EFI dan EFE kemudian digunakan analisa SWOT baru setelah itu digunakan metode strategic aligemen dan *competitif impact*.

3.4 Rencana Implementasi

Dari perencanaan yang didapat setelah melakukan analisa proses bisnis yang ada pada STMIK PASIM Sukabumi, maka disusun rencana implementasi yang memaparkan rencana pembangunan sistem informasi berdasarkan analisa dan perencanaan strategis yang telah disusun sebelumnya. Perencanaan strategis yang dibangun harus disesuaikan dengan keadaan STMIK PASIM Sukabumi sehingga diperlukan rencana implementasi untuk menerapkan rencana strategis yang telah disusun agar tepat sasaran dan sesuai dengan visi, misi dan tujuan dari STMIK PASIM Sukabumi.

Alur Penelitian

Alur penelitian untuk menyusun perencanaan strategis sistem informasi bagi STMIK PASIM Sukabumi dilakukan dalam beberapa tahapan yang terlihat pada Gambar 6. Alur Penelitian.



Gambar 6 Alur Penelitian

Pengolahan Data

5.1 Identifikasi faktor Internal dan external

Identifikasi faktor internal dan external dilakukan untuk mengetahui tingkat kematangan organisasi dalam melakukan proses bisnis, faktor-faktor yang akan diidentifikasi dan dianalisis akan dibatasi, yaitu faktor-faktor internal dan eksternal yang menyangkut masalah teknologi informasi yang mempengaruhi pengembangan strategi STMIK PASIM untuk menghadapi pesaingnya. Kelemahan dan kekuatan yang dimiliki organisasi dapat diketahui. Selain mengetahui kekuatan dan kelemahan, sebuah organisasi perlu juga mencermati peluang yang ada dan memanfaatkannya agar organisasi memiliki keunggulan kompetitif. Karena bila peluang ini tidak dimanfaatkan bisa saja berbalik menjadi ancaman bagi orgnisasi itu sendiri.

Analisis faktor internal dilakukan dengan membuat tabel EFI (Evaluasi Faktor Internal). Alat perumusan strategi ini meringkas dan mengevaluasi

kekuatan dan kelemahan utama dalam berbagai bidang fungsional dari suatu usaha, dan matriks ini juga memberikan dasar untuk mengenali dan mengevaluasi hubungan diantara bidang-bidang ini. Penilaian intuitif diperlukan dalam mengembangkan Matriks EFI, jadi penampilan dari pendekatan ilmiah tidak harus diinterpretasikan berarti ini merupakan teknik yang amat ampuh. Tahapan dalam membuat Matriks EFI adalah sebagai berikut (David, 2004 : 169):

5.2 Analisa SWOT

Sebagai tindak lanjut dari pengkajian ulang adalah merangkum seluruh faktor eksternal dan internal dalam sebuah matrik SWOT yang digunakan dalam usaha penyusunan rencana yang matang untuk mencapai tujuan, baik untuk jangka panjang maupun jangka pendek.

Peluang dan ancaman, demikian juga kekuatan dan kelemahan merupakan faktor yang spesifik dalam pengertian tidak bersifat umum namun sangat tergantung kepada tujuan organisasi. Sebagai konsekuensinya, peluang yang relevan bagi tujuan tertentu belum relevan bagi tujuan yang lain.

5.3 Matrik Perencanaan Strategis Kuantitatif (MPSK)

Matrik Perencanaan Strategis Kuantitatif (MPSK) adalah suatu rancangan untuk menentukan kemenarikan relatif (relative attractiveness) dari tindakan-tindakan strategi alternatif yang dapat dilaksanakan. MPSK adalah alat yang dapat direkomendasikan bagi para peneliti strategi untuk mengevaluasi pilihan strategi alternatif secara obyektif, berdasarkan faktor-faktor sukses utama internal-eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya.

5.4 IT Balance scorecard(BSC)

Tahap pengolahan data selanjutnya adalah dengan menggunakan IT balance score card yang dikemukakan oleh Van Grembergen dan Van Bruggen dimana perspektif Balance Scorecard yang digunakan yaitu:

1. Perspektif Kontribusi Organisasi (Corporate Contribution)
2. Perspektif Orientasi Pengguna (User Orientation)
3. Perspektif Keunggulan Oprasional (Operational Excellence)
4. Perspektif Orientasi Dimasa Depan (Future Orientation)

5.5 Critical Succes Faktor(CSF)

Sasaran strategis yang telah dipilih sebelumnya, kemudian dirumuskanlah kriteria keberhasilan (measures) dari sasaran tersebut, diikuti dengan memilih tindakan apa yang diperlukan agar sasaran tercapai (Critical Success Factor atau CSF), berdasarkan kriteria keberhasilan yang ditentukan. Agar tindakan atau aksi tersebut efektif dan efisien, maka ditetapkanlah sistem informasi bagaimana yang diperlukan.

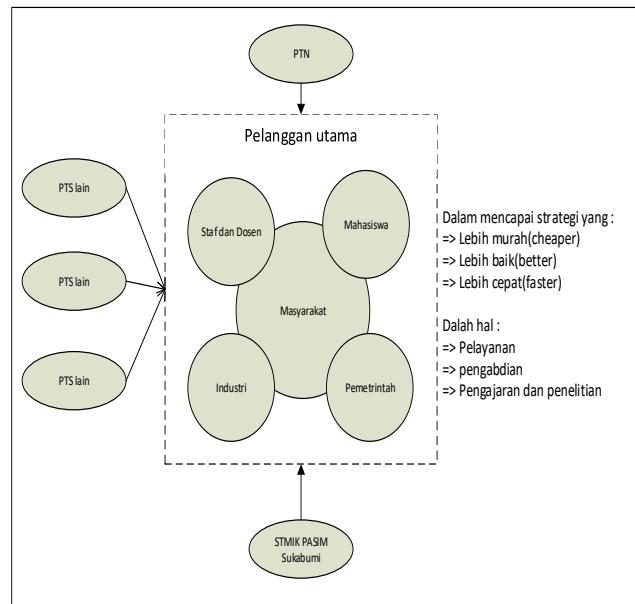
Analisis Critical Success Factors (CSFs) dapat memberikan dampak yang baik bagi keselarasan metodologi. CSFs dalam konteks perencanaan strategis sistem informasi digunakan untuk menafsirkan dengan jelas tujuan, taktik, dan kegiatan operasional dalam hal kebutuhan informasi kunci dan manajer dan kekuatan dan kelemahan dari sistem organisasi yang sudah ada.

5.6 Value Chain

Konsep rantai nilai yang dikembangkan oleh Porter atau rantai nilai tradisional, sebenarnya dibuat untuk industri manufaktur. Pada saat konsep itu akan diaplikasikan untuk industri jasa, sering kali banyak ketidaksesuaian. Oleh karena itu untuk industri jasa, Stabell dan Fjeldstad mengusulkan dua model alternatif yang disebut model Value configuration, yaitu model Value Network dan model Value Shop.

6. Pembahasan

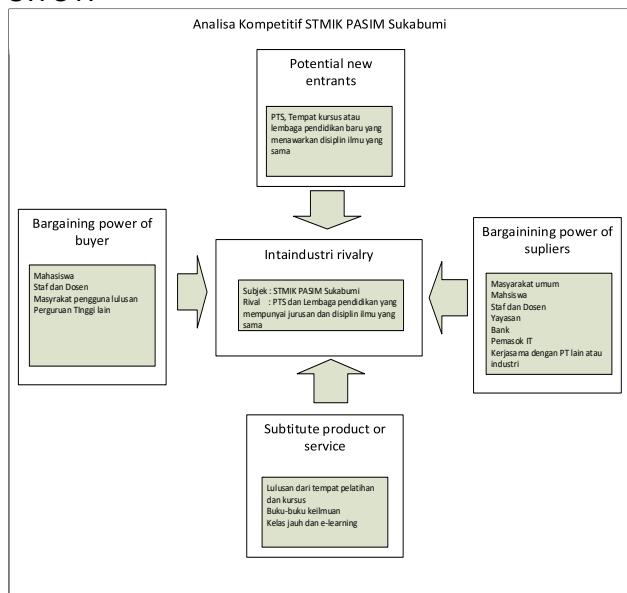
Strategi sistem informasi untuk menunjang strategi bisnis dan meningkatkan pelayanan pendidikan dengan memngelola manajemen dan teknologi informasi yang mampu membuat dan memanfaatkan peluang bisnis yang baru, sehingga pelayanan jasa pendidikan dapat menjadi cheaper, better dan faster sehingga dapat bersaing dengan perguruan tinggi lain. Seperti diperlihatkan pada Gambar 7.



Gambar 7 Persaingan antar perguruan tinggi

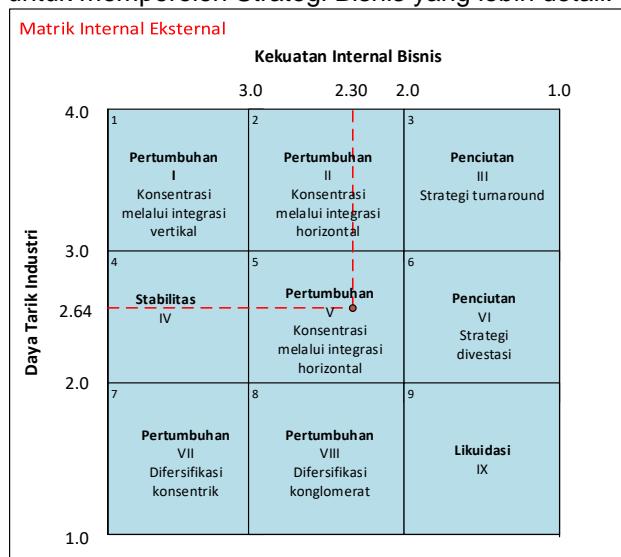
Permasalahan utama dalam penyusunan strategi adalah mencari tahu bagaimana posisi STMIK PASIM Sukabumi dengan perguruan tinggi lainnya, di dalam melakukan kegiatan usahanya yang bergerak dalam bidang pendidikan tinggi serta bagaimana melakukan perencanaan strategi (terutama dalam bidang teknologi informasi) untuk menghadapi kompetisi yang ada dalam lingkungan bisnisnya. Pendekatan yang akan dilakukan adalah analisis kompetitif Porter's 5 Forces, analisis faktor internal dan eksternal dengan menggunakan Matriks Evaluasi Faktor Internal, Matriks Evaluasi Faktor

Eksternal, Matrik Internal-Eksternal dan Matrik SWOT.



Gambar 8 Analisa Kompetitif STMIK PASIM Sukabumi

Analisis faktor Internal-Eksternal dilakukan dengan membuat Matriks Internal-Eksternal untuk menentukan posisi STMIK PASIM Sukabumi berdasarkan kekuatan bisnis dan daya tarik industri (bidang pendidikan tinggi). Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal STMIK PASIM Sukabumi dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan pembuatan matrik ini adalah untuk memperoleh Strategi Bisnis yang lebih detail.



Gambar 9 Matrik Internal-Eksternal

Matriks Internal-Eksternal terdiri dari dua dimensi yaitu total nilai EFI pada sumbu X dan total nilai EFE pada sumbu Y. Nilai skor dari masing-masing sumbu adalah 1 untuk lemah sampai dengan 4 untuk kuat. Dari data Matriks EFI dan EFE yang telah dibahas sebelumnya maka diperoleh total skor untuk EFI adalah 2,30 sedangkan total skor untuk EFE adalah 2,64. Dengan demikian dapat diketahui posisi STMIK

PASIM Sukabumi dari segi internal dan eksternalnya dapat dilihat pada Gambar 9.

Gambar 9 menunjukkan pertumbuhan STMIK PASIM Sukabumi yang berada dalam moderate attractive industry dan tampak bahwa strategi yang sesuai bagi STMIK PASIM Sukabumi adalah strategi Pertumbuhan (Growth Strategy) dengan konsentrasi integrasi horizontal atau strategi stabilitas keuntungan dengan tujuan untuk menghindari kehilangan konsumen dan kehilangan keuntungan. Artinya STMIK PASIM Sukabumi dapat melakukan suatu kegiatan untuk pasar dengan cara membangun kampus di lokasi lain, meningkatkan jenis pelayanan kepada pelanggan, meningkatkan fasilitas dan teknologi melalui pengembangan internal maupun eksternal melalui akuisisi atau joint venture dengan instansi lain baik dalam industri yang sama maupun dengan industri yang mendukung kelancaran pelayanan yang di berikan oleh STMIK PASIM Sukabumi.

Berdasarkan identifikasi masalah dengan menggunakan analisa SWOT maka alternatif solusi yang muncul dari setiap strategis prioritas dapat diurutkan berdasarkan frekuensinya seperti diperlihatkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Prioritas Strategis STMIK PASIM Sukabumi

| kelompok prioritas | Strategi |
|--------------------|---|
| prioritas 1 | Mengoptimalkan Sistem informasi yang terintegrasi |
| | Mengoptimalkan pelayanan kepada mahasiswa |
| | Meningkatkan kualitas lulusan |
| | Meningkatkan akses jaringan |
| | Memperbaiki sistem kerja |
| prioritas 2 | Mengoptimalkan pelayanan kepada staf dan dosen |
| | Meningkatkan pemanfaatan layanan teknologi informasi |
| | Meningkatkan promosi, Mengembangkan kerjasama dan program pelatihan kerja |

7. KESIMPULAN

Permasalahan utama yang ada pada STMIK PASIM Sukabumi adalah sistem informasi masih berupa software opensource sehingga pemanfaatan sistem informasi sebagai alat utama dalam mencapai visi, misi dan tujuan masih kurang tepat sehingga perlu implementasi sistem informasi yang sesuai dengan kebutuhan dari STMIK PASIM Sukabumi

Dengan menggunakan metode strategic alignment yang berkolaborasi dengan metode competitive impact dapat menggali sumber daya yang ada dalam organisasi secara maksimal. Sehingga penyusunan rencana strategis untuk STMIK PASIM Sukabumi dapat dilakukan dengan menganalisa faktor internal dan eksternal STMIK PASIM Sukabumi serta menentukan faktor sukses yang dapat meningkatkan kemajuan dari sisi

bisnisnya. Dengan diketahuinya kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada STMIK PASIM Sukabumi serta faktor sukses yang didapat maka strategi bisnis yang dibagun diharapkan akan tepat sasaran dan dapat meningkatkan layanan pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cohn, John M.,dkk. Planning for integrated systems and technologies: a how-to-do-it manual for librarians. New York: Neal-Schuman Publisher, Inc., 2001.
- Daphhne, L. MIAW Management in absurd way. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014.
- Fatchur Rochim, A. 2003. Perencanaan Strategis Sistem Informasi Perguruan Tinggi : Studi Kasus Universitas Diponegoro Semarang. ePrint Universitas Diponegoro diakses tanggal 20 Maret 2011
- Gallacher, Cathryn. Managing change in library and information services. London: ASLIBIMI, 1996
- Galliers, R.D., Leidner, D.E., Strategic Information Management, Elsivier Butterworth Heineman, Burlington, 2003.
- Henczel, Susan. The information audit: a practical guide. Munchen: Saur, 2001.
- Indrajit, R. E. Pengantar konsep dasar manajemen sistem informasi dan teknologi informasi. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2000.
- Jogiyanto H. M. Sistem Teknologi Informasi,Pendekatan Terintegrasi: Konsep Dasar, teknologi, Aplikasi, Pengembangan dan Pengelolaan. Andi Offset, Yogyakarta. 2003.
- Kadir, A. Pengenalan Sistem Informasi. Andi Offset, Yogyakarta. 2003.
- Laudon, K.C., Laudon, J.P. Management Information Systems, Prentice Hall, New Jersey, 2001.
- McLeod, Paige., Leon, Patricia., and Esquivias, Pedro. Perencanaan Strategi dan Keuangan Terpadu. 3rd Edition, The Nature Conservancy, Arlington, Virginia, USA. 2001.
- Nurjaya WK, W. Model Strategic Planning For Information System Menggunakan Balance Scorecard Pada Universitas Komputer Indonesia BANDUNG. Tesis. PPSTMIK LIKMI. Bandung
- Persada, I. P, Perencanaan Strategi Bisnis SecureNET Sebagai Value Added Service Layanan Akses Internet Studi kasus PT. Indointernet. . Tesis. PPSTMIK LIKMI. Jakarta, 2010
- Pollack, Thomas A. Strategic Information System Planning. Proceedings ASCUE. 2010
- Tozer, E.E. Strategic IS/IT Planning (Professsional Ed.). Butterworth - Heinemann. 1996
- Umar, H. Strategic management in action: konsep, teori, dan teknik menganalisa manajemen strategisstrategic business unit berdasarkan konsep michael R. David, dan Wheelen-Hunger. Jakarta: Gramedia, 2002.
- Van Grembergen, W., Saull, R., and De Haes, S. Linking the IT Balanced Scorecard to the Business Objectives at a Major Canadian Financial Group. Journal of Information Technology Cases and Application, Vol. 5, No. 1. 2003.
- Ward, John dan Griffiths, P. Strategic Planning for Information System. 2 rd ed. Chichester : John Wiley & Son, 1996.
- Ward, J., and Peppard, J. Strategic Planning for Information Systems. 3th Edition. John Wiley & Sons, Ltd., USA. 2003.
- Widyaningsih, P. Perencanaan Strategis Sistem Informasi Pada Institusi Pendidikan Tinggi Menggunakan Analisis Critical Success Factors (Studi Kasus : STMIK Duta Bangsa Surakarta). Tesis. PPSTMIK LIKMI. Semarang. 2012