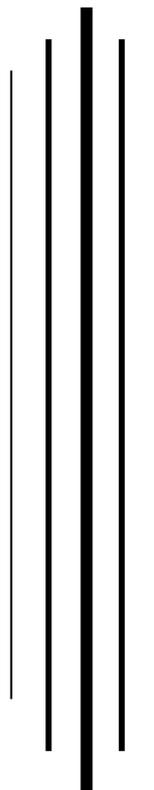


explain about":

- Criteria for effective planning
- Business strategic and IS/IT strategic analysis methods
  - Value Chain
  - Strategic option generator
  - Resource life cycle analysis

# **TUGAS IT STRATEGY**

## **Determining the Future Potential**



**DISUSUN OLEH:**

**FADEL MUHAMMAD MADJID**

192420052

**PROGRAM PASCA SARJANA MAGISTER TEKNIK INFORMATIKA**

**UNIVERSITAS BINA DARMA**

## Kriteria Perencanaan yang Efektif

Tujuan perencanaan strategis adalah untuk menambah nilai perusahaan dengan menambahkan pelanggan baru, produk atau layanan baru, pasar baru, lokasi baru, atau terobosan teknologi baru.

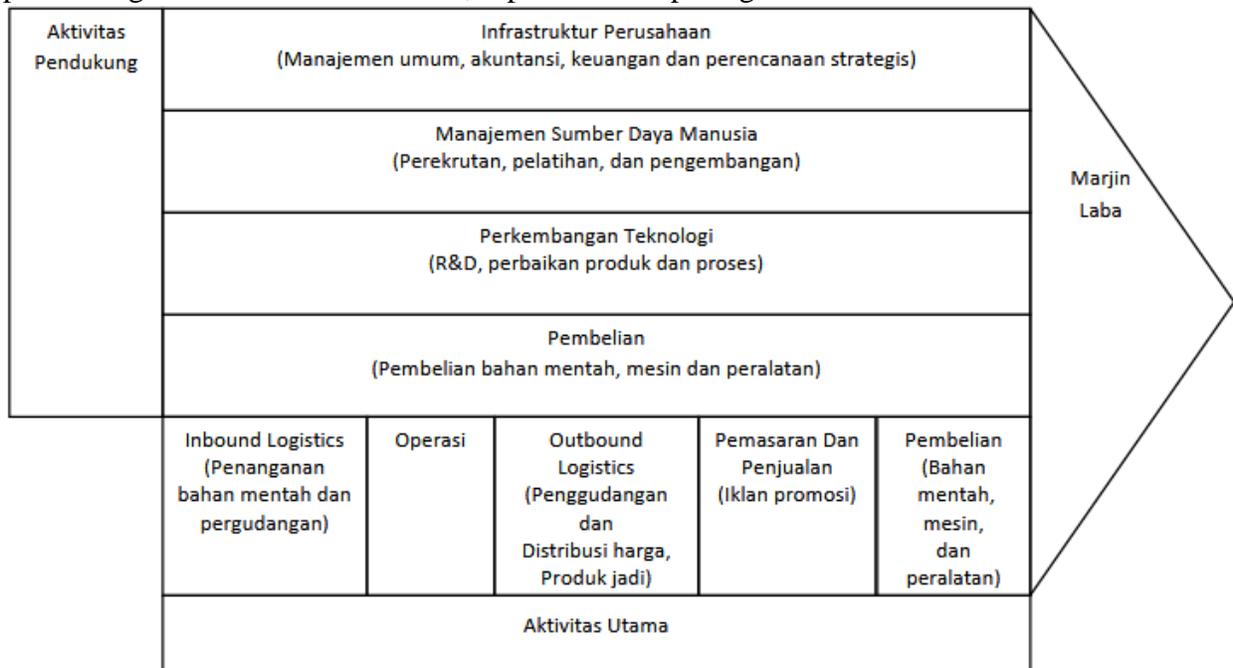
Jika rencana tidak menambah nilai, itu tidak berharga

- a) Analisis situasi dan penilaian kompetitif
- b) Evaluasi opsi strategis
- c) Alokasi sumber daya yang dinamis

## Business strategic and IS/IT strategic analysis methods

–Value Chain

Porter (1985) dalam buku Jogiyanto (2005), membagi aktivitas di dalam perusahaan menjadi sembilan aktivitas yang dikelompokkan menjadi dua aktivitas besar, yaitu empat aktivitas pendukung dan lima aktivitas utama, seperti terlihat pada gambar.



Empat aktivitas pendukung yaitu infrastruktur perusahaan (management and administrativeservices yaitu manajemen, akuntansi, keuangan, dan sebagainya), manajemen sumberdaya manusia (human resource manajemen seperti penerimaan, pelatihan dan pengembangan sumberdaya manusia), pengembangan teknologi (technologydevelopmentseperti R&D, peningkatan kualitas produk dan proses), dan pengadaan barang (procurement). Porter mengidentifikasi lima kegiatan utama yang biasanya terjadi di setiap bisnis:

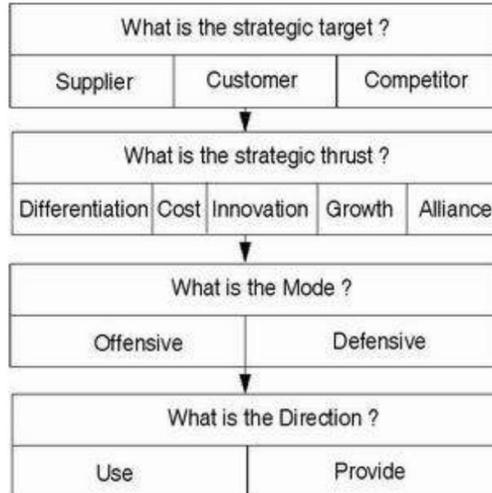
- (1) inbound logistics bahan mentah;
- (2) operasi;
- (3) outboundlogistics barang jadi;
- (4) pemasaran dan penjualan, dan
- (5) layanan konsumen (Hunger, 2003).

Porter menjelaskan bahwa untuk mencapai keuntungan kompetisi, kesembilan kegiatan-kegiatan tersebut harus ditingkatkan nilainya, yaitu harus efisien dan efektif. Nilai di tiap kegiatan akan

dibawa kegiatan lainnya dan akan menambah nilai di kegiatan berikutnya dan seterusnya, sehingga akhir dari seluruh kegiatan akan sangat bernilai.

–Strategic option generator

Strategic option generator adalah tools yang dikembangkan oleh Wiseman & Macmillan yang dipergunakan untuk memilih strategi sistem informasi apa yang cocok bagi perusahaan tersebut dalam suatu lingkungan kompetitif.. Hal ini dapat di-rephrase menjadi “Options for IS strategies”, jika itu membuat lebih mudah dimengerti.



Matrix Strategic Option Generator

	Differentiation	Cost	Intimacy	Alliance	Innovation
Supplier		Equitable Life Assurance memiliki sistem pengendalian persediaan dan sistem pembelian yang berisi informasi tentang harga yang dikenakan oleh vendor pasokan mereka. Ini memberi mereka posisi tawar yang	Ford memiliki sistem otomatis yang mencocokkan antara pemesanan suku cadang, penerimaan di gudang dan pembayaran kepada supplier suku cadang tsb. Semua ini dilakukan otomatis dan cepat, sehingga supplier suku cadang	Beberapa BUMN sektor asuransi bekerjasama untuk menekan biaya telekomunikasi. Dengan saling bertukar informasi biaya yang di charge oleh masing-masing perusahaan telekomunikasi, mereka akhirnya bisa menekan biaya telekomunikasi melalui lelang bersama. (Use)	Agregator buy & sell sektor perminyakan seperti Trade Ranger bisa mengumpulkan aneka informasi mengenai suku cadang yang berlebih/tak terpakai dari suatu perusahaan minyak, dan bisa juga menyediakan informasi

		lebih baik saat berurusan dengan vendor.(Use)	lebih suka (mengutamakan) menjual ke Ford. (Use/Provide)		di mana ketersediaan sukucadang spesifik dengan harga terbaik.
Customer		Saat ini banyak publisher menjual buku secara elektronik (E-Book, atau Amazon Kindle).Selain harganya menjadi lebih murah bagi pelanggan, hal ini juga sangat menekan biaya produksi dan biaya distribusi. (Provide)	Wetterau, sebuah perusahaan grosir pemasok bahan makanan, terpaksa masuk ke bisnis supermarket besar (chains, spt Giant, Hypermart, Carefour).Mereka mampu memasuki pasar baruinikarena menggunakan point-of-sale yang terintegrasi dengan perangkat lunak pengendalian persediaan canggih yang membantu proses pemesanan, harga, dan banyak	Star Alliance dan One World adalah contoh aliansi penerbangan-penerbangan internasional ternama. Mereka memiliki code sharing, dan membentuk jaringan koneksi hampir ke seluruh pelosok dunia. Bukan hanyasaja integrasi jadwal dan koneksi penerbangan, bahkan frequent flyer mereka juga bisa mendapatkan milage point meskipun didapatkan dari maskapai penerbangan partner. (Provide)	Metpath, sebuah laboratorium klinis yang besar, memperoleh keuntungan lebih dari pesaing dengan menginstal kantor dokter dengan komputer yang terhubung dengan server Metpath.Dokter bisa mengambil hasil tes secara online setelah hasil lab keluar.(Provide)

			fungsi lainnya. Targetnya adalah basis pelanggan baru. (Provide)		
Competitor	American Airlines mengembangkan sistem reservasi Sabre di pertengahan 1970-an. Meskipun informasi tentang penerbangan pesaing dimasukkan juga ke dalam sistem, penerbangan American Airlineslah yang ditampilkan pertama oleh sistem, walaupun penerbangan lain yang koneksinya lebih baik atau lebih murah juga ditampilkankemudian. (Provide)	Sebuah perusahaan yang berhasil melakukan implementasi ERP dengan baik, memiliki kans untuk beroperasi dengan lebih efisien (baca: lebih rendah biayanya). Hal ini disebabkan karena informasi antar unit kerja dipertukarkan / dishare dengan lancar. Ini akan sangat menguntungkan apalagi jika perusahaan itu yang pertamanya melakukan		Sharing jalur penerbangan memungkinkan sebuah perusahaan penerbangan memiliki cakupan operasi yang global tanpa harus beroperasi di seluruh bagian dunia. (Provide/Use).	Terra Firma, sebuah perusahaan pengembangan medical imaging, memiliki keunggulan produk karena produknya yang high-tech dan customizable. Terra Firma memiliki sistem knowledge management dengan input internal/external perusahaan, yang mendukung high-tech product development (including R & D-nya). (Provide)

		konsolidasi internal dgn ERP, lebih dahulu ketimbang kompetitor di sektor industrinya . (Provide/Use)			
--	--	---	--	--	--

–Resource life cycle analysis

- a) Untuk menganalisis hubungan dengan pelanggan
- b) Harus dilihat dari satu ujung saja (pelanggan atau pemasok) => Model RLC bisa menjadi RLC pelanggan atau pemasok
- c) Dapat menentukan tidak hanya kapan peluang (dan ancaman) ada untuk pertukaran informasi yang lebih baik atau baru, tetapi juga aplikasi spesifik mana yang harus dikembangkan

**Nama : Arpa Pauziah**

**NPM : 192420055**

**Matkul : IT Strategic and plans**

**Jelaskan tentang:**

1. Kriteria perencanaan yang efektif
2. Strategi bisnis dan metode analisis strategis SI/TI
  - a. Rantai nilai
  - b. Generator opsi strategis
  - c. Analisis siklus hidup sumber daya

**Jawaban :**

**1. Kriteria perencanaan yang efektif yaitu :**

- a) Analisis situasi dan penilaian kompetitif
- b) Evaluasi opsi strategis
- c) Alokasi sumber daya yang dinamis

**2. Strategi bisnis dan metode analisis strategi SI/TI**

**a) Value Chain / Rantai Nilai**

Konsep Analisis Rantai Nilai dijelaskan oleh Michael Porter yang mencatat bahwa: "Setiap perusahaan adalah kumpulan aktivitas yang dilakukan untuk merancang, memproduksi, memasarkan, menyampaikan, dan mendukung produk atau layanannya. Semua aktivitas ini dapat direpresentasikan menggunakan rantai nilai. Rantai nilai hanya dapat dipahami dalam konteks unit bisnis".

**b) Strategic option generator / Generator opsi strategis**

1. Sasaran Strategis:

- a) Pemasok – siapa pun yang memasok sumber daya penting. Mungkin perlu untuk mengelompokkan mereka baik berdasarkan sifat dari apa yang mereka suplai atau kekuatan mereka, atau kemampuan mereka untuk memberikan tekanan pada Anda dan pelanggan lain.

- b) Pelanggan – ini dapat mencakup konsumen serta pelanggan langsung. Pelanggan harus tersegmentasi dalam hal apa yang mereka beli atau berapa banyak.
- c) Pesaing – yang menjual produk atau layanan yang sangat mirip harus dilengkapi dengan pendatang baru aktual atau potensial ke pasar dan produk dan layanan pengganti yang 'mengancam' harus dimasukkan sebagai persaingan.

## 2. Dorongan Strategis

- a) Diferensiasi – memastikan bahwa kualitas superior disampaikan dan dirasakan, yang mengarah pada perolehan harga premium
- b) Biaya – menjadi lebih murah atau memungkinkan pemasok atau pelanggan untuk mengurangi biaya mereka dan dengan demikian lebih memilih untuk melakukan bisnis dengan perusahaan
- c) Inovasi – memperkenalkan produk baru, layanan, proses atau cara melakukan bisnis yang mengubah hubungan dan kekuatan kompetitif dalam industri.
- d) Pertumbuhan – memungkinkan volume atau ekspansi dalam geografi atau peningkatan fleksibilitas produksi dan distribusi untuk memenuhi kebutuhan segmen yang berbeda.
- e) Aliansi – memaksa perjanjian, usaha patungan atau investasi bersama dalam sistem untuk mencegah pendatang baru atau pesaing mencapai keuntungan.

### **b.Resource Life Cycle Analysis (RLC) / Analisis Siklus Hidup Sumber Daya**

- Untuk menganalisis hubungan dengan pelanggan
- Dapat menentukan tidak hanya kapan peluang (dan ancaman) ada untuk pertukaran informasi yang lebih baik atau baru, tetapi juga aplikasi spesifik mana yang harus dikembangkan
- Harus dilihat dari satu ujung saja (pelanggan atau pemasok) => Model RLC bisa menjadi RLC pelanggan atau pemasok

NAMA : ELPINA SARI  
NIM : 192420050  
KELAS : MTI22 REGULER A  
SEMESTER : TIGA

explain about":

1. Criteria for effective planning merupakan Analisis situasi dan penilaian kompetitif, Evaluasi opsi strategis dan Alokasi sumber daya dinamis.
2. Business strategic and IS/IT strategic analysis methods  
Analisis Siklus Hidup Sumber Daya (RLC) Untuk menganalisis hubungan dengan pelanggan  
Dapat menentukan tidak hanya kapan peluang (dan ancaman) ada untuk pertukaran informasi yang ditingkatkan atau baru tetapi juga aplikasi spesifik mana yang harus dikembangkan  
Harus dilihat dari satu ujung saja (pelanggan atau pemasok)=> model RLC bisa menjadi RLC pelanggan atau pemasok
3. Value Chain  
Tujuan analisis Rantai Nilai Internal adalah untuk menceraikan apa yang dilakukan perusahaan dari bagaimana hal itu terjadi.  
Dua jenis aktivitas bisnis:  
Kegiatan utama; yang memungkinkannya untuk memenuhi perannya dalam rantai nilai industri dan karenanya memuaskan pelanggannya. Mereka harus dihubungkan bersama secara efektif. Mendukung kegiatan; mereka yang diperlukan untuk mengontrol dan mengembangkan bisnis dari waktu ke waktu dan dengan demikian menambah nilai secara tidak langsung.
4. Strategic option generator : Tentukan Target Strategis, Tentukan Kepercayaan Strategis dan Pilih Alternatif
5. Resource life cycle analysis

Untuk menganalisis hubungan dengan pelanggan

Dapat menentukan tidak hanya kapan peluang (dan ancaman) ada untuk pertukaran informasi yang ditingkatkan atau baru tetapi juga aplikasi spesifik mana yang harus dikembangkan