

Explain about:

1. Business re-engineering and IS strategy
2. Understanding the current situation
3. Understanding IS/IT needs of the business strategy
4. Examining current IS/IT supply
5. Analysis techniques
 - Critical success factors (CSF)
 - Balance scorecard analysis (BSC)
 - Organizational model

Nama : Raju Septa Wijaya
NIM : 182420094
KELAS : MTI19B
MATA KULIAH : IT STRATEGIC AND PLANS

Tugas Assessing and Understanding the Current Situation

Explain about:

1. Business re-engineering and IS strategy
 2. Understanding the current situation
 3. Understanding IS/IT needs of the business strategy
 4. Examining current IS/IT supply
 5. Analysis techniques
- Critical success factors (CSF)
 - Balance scorecard analysis (BSC)
 - Organizational model

JAWABAN SOAL

NO 1.

Business Process Reengineering (BPR, Rekayasa ulang proses bisnis) adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari sumber daya organisasi yang tersedia.

BPR menggunakan pendekatan untuk perancangan kembali cara kerja dalam mendukung misi organisasi dan mengurangi biaya. Perancangan ulang dimulai dengan penaksiran level tinggi terhadap misi organisasi, tujuan strategis, dan kebutuhan pelanggan. Pertanyaan dasar yang ditanyakan seperti

"apakah misi kita harus diperjelas? Apakah tujuan strategis kita berjalan beriringan dengan misi kita? Siapa pelanggan kita?"

Business Process Reengineering dikenal juga dengan istilah Business Process Redesign (Perancangan Ulang Proses Bisnis), Business Transformation, atau Business Process Change Management. Business Process Reengineering (BPR) dimulai sebagai teknik sektor privat untuk mendukung organisasi secara fundamental memikirkan kembali bagaimana mereka mengerjakan bisnis yang mampu meningkatkan jasa kepada pelanggan, memotong biaya operasional dan menjadi kompetitor kelas dunia. Kunci utama dalam perancangan ulang adalah pengembangan sistem informasi dan jaringan. Organisasi-organisasi besar semakin banyak menggunakan teknologi ini untuk lebih mendukung proses bisnis yang inovatif dibanding memperbaiki metode kerja pada saat yang sama.

BPR meliputi analisis dan perancangan alir kerja (workflow) dan proses-proses dalam sebuah organisasi. Berdasarkan Davenport (1990), proses bisnis adalah sekelompok tugas-tugas yang saling berhubungan secara logis, dilaksanakan untuk mencapai sebuah hasil bisnis yang jelas.

Re-engineering ("rekayasa ulang") adalah dasar dari perkembangan-perkembangan manajemen yang muncul belakangan ini. Tim lintas-fungsional (Cross-functional team), contohnya, telah banyak dikenal karena perannya dalam perancangan ulang tugas-tugas fungsional yang terpisah menjadi proses-proses lintas-fungsional yang lengkap.

Dalam kerangka kerja untuk penaksiran dasar terhadap misi dan tujuan, perancangan ulang memfokuskan kepada proses bisnis organisasi – langkah-langkah dan prosedur yang mengendalikan bagaimana sumber daya digunakan untuk memproduksi barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan dan pasar yang khusus. Proses bisnis dapat disusun kembali menjadi aktivitas-aktivitas spesifik, diukur, dimodelkan dan diperbaiki. Dapat pula dirancang ulang secara keseluruhan atau dieliminasi sekaligus. Perancangan ulang mengidentifikasi, menganalisa, dan merancang ulang proses inti bisnis organisasi dengan tujuan untuk mencapai hasil maksimal dalam ukuran kinerja kritis seperti biaya, kualitas, jasa dan kecepatan.

Perancangan ulang membagi-bagi proses bisnis menjadi sub-sub proses dan tugas yang dilaksanakan oleh beberapa area fungsional terspesialisasi dalam organisasi. Seringkali tidak seorang pun yang bertanggung jawab atas kinerja keseluruhan proses. Perancangan ulang memaksimalkan kinerja subproses yang akan menghasilkan beberapa keuntungan, namun tidak menjanjikan peningkatan yang dramatis jika prosesnya sendiri tidak efisien dan tertinggal.

Untuk alasan itu, perancangan ulang memfokuskan pada merancang kembali proses secara keseluruhan untuk mencapai keuntungan maksimal bagi organisasi dan pelanggan. Hal ini berbeda dengan proses yang memfokuskan pada peningkatan fungsional atau incremental saja.

NO 2.

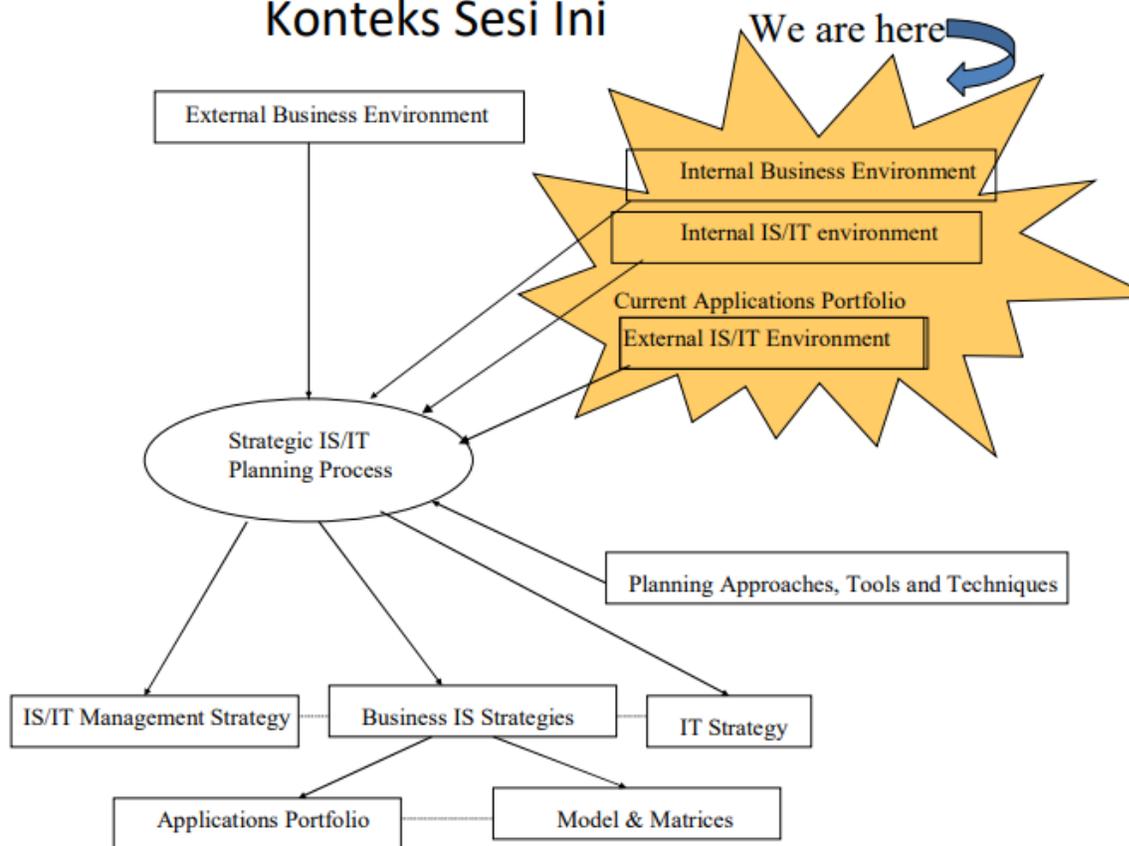
Pendekatan yang Digunakan

- Analisis didasarkan pada:
 - Strategic alignment -- internal
 - Competitive impact -- external

Review dari Sesi Sebelumnya

- Pengembangan IS / IT Strategi harus selaras dengan strategi bisnis
- Proses pengembangan Rencana Strategis SI/TI terdiri atas:
 - Analisa situasi sekarang
 - Anaiisa bisnis internal
 - Analisa SI/TI Sekarang
 - Analisa situasi Masa Depan
 - Analisa bisnis eksternal
 - Analisa tren SI/TI
 - Gap analysis
- Output dari Rencana Strategis: Strategi Manajemen SI/TI, Strategi Bisnis SI/TI, dan Strategi TI

Konteks Sesi Ini



Tujuan Sesi

- Untuk memahami situasi saat ini dalam bisnis sebagai dasar dari analisis SPIS
- Untuk mengidentifikasi aktivitas bisnis dan proses bisnis (kondisi saat ini)
- Untuk mendapatkan kebutuhan Sistem Informasi berdasarkan penemuan fakta, analisis dan interpretasi
- Untuk memahami penggunaan berbagai alat (teknik) pemodelan dan analisis
- Mengembangkan Strategi SI/TI didasarkan pada analisis

NO 3.

Teknik

- Interview (bertanya) tentang kebutuhan untuk masing-masing area, atau
- Menterjemahkan written strategic statement, dan menginterpretasikannya menjadi kebutuhan SI

Dimana Mendapat Data dan Informasi?

- Disemua SBU dalam struktur hirarki organisasi
- Dokumen-dokumen yang berkaitan dengan rencana bisnis, laporan bisnis, surat keputusan, kebijakan, peraturan, dll
- Observasi: work flows, information flow, chain of command, etc.
- Survey dan Interview

NO 4.

No	CSF	Kebutuhan Informasi	Solusi SI/TI
8	Membangun menerapkan dan meningkatkan manajemen pengembangan SDM dan organisasi	Data tentang riwayat dan kompetensi instruktur dan staf	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SIMPEG ▪ Sistem Absen
9	Melakukan Promosi rutin di media cetak dan elektronik	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Data tentang program (paket) bimbel dan content promosi lainnya. ▪ Data tentang contact person media promosi dan relasi bisnis 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Website ▪ SMS Gateway
10	Tersedianya media komunikasi antara siswa dan bimbel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informasi tentang aktivitas, seminar, dan promo di lingkungan bimbel ▪ Data tentang contact person dan relasi bisnis 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Website ▪ Online Messaging Applications ▪ SMS Gateway ▪ Email System
11	Evaluasi biaya iuran, kompetitor dan pasar	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informasi tentang biaya iuran, kompetitor dan segmen pasar ▪ Laporan adminstrasi keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SIMKEU ▪ CRM
12	Membangun, mengembangkan, dan menerapkan manajemen rantai nilai	Data tentang absensi, ujian, nilai, dan pembayaran iuran siswa	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SIBIMBEL ▪ SI Manajemen Mutu
13	Mengintegrasikan layanan informasi bimbel pusat dan cabang	Data yang akan diintegrasikan terkait bimbel pusat dan bimbel cabang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ERP ▪ Email System
14	Melakukan pengelolaan operasional dan pengadaan barang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Data tentang persediaan dan rencana pengadaan barang ▪ Data inventaris bimbel 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SI Inventory

NO 5.

Strategi bisnis

- Tujuan: untuk memastikan bahwa strategi IS mendukung ketimbang bertentangan dg strategi bisnis
- Mengidentifikasi dan menganalisa strategi saat ini
- Kompilasi dan mengkonfirmasi kebutuhan IS, dan dokumen dalam permintaan IS
- Tools: analisis faktor penentu keberhasilan (CSF), dan analisis driver bisnis
- Proses bisnis, kegiatan, dan entitas kunci

– Tujuan: untuk memahami tugas dan proses proses bisnis yang penting, dan aliran informasi. Membentuk model bisnis dengan model IS yang mendukung

– Tools: analisis efektivitas proses, diagram alur proses, DFD, ER, dan matriks entitas aktivitas (representasi tabular dari bisnis ...)

- Lingkungan organisasi

– Tujuan: untuk memahami pengaturan organisasi, sistem nilai, dan orang-orang kunci dan hubungan mereka. Memahami lingkungan, keterampilan, sumber daya, nilai, budaya, interaksi sosial, gaya manajemen ...

– Tool: pemodelan organisasi

Ricca Verana Sari (182420067)

1. Business re-engineering and IS strategy

Strategi Sistem Informasi merupakan turunan dan implikasi dari strategi bisnis oleh karenanya keberadaannya tak bisa dipisahkan dengan strategi organisasi secara keseluruhan. Dalam perspektif organisasi, SI/TI punya kedudukan yang sama seperti departemen lainnya sehingga harus senantiasa berusaha agar secara operasional tetap efektif, efisien serta dikelola dengan baik sehingga mampu menaikan daya saing maupun keunggulan strategis bagi organisasi. Salah satu implementasi yang paling penting dari strategi bersaing adalah bisnis-proses rekayasa ulang. Sementara manfaat potensial dari rekayasa yang tinggi, ada juga risiko kegagalan dan tingkat gangguan organisasi. Melakukan proses perubahan bisnis radikal untuk secara dramatis meningkatkan efisiensi dan efektivitas bukanlah tugas yang mudah. Sebagai contoh, banyak perusahaan menggunakan perangkat lunak Enterprise Resource Planning (ERP) fungsional untuk merekayasa ulang, mengotomatisasi, dan mengintegrasikan proses manufaktur, distribusi, keuangan, dan sumber daya manusia. Sementara banyak perusahaan telah melaporkan keuntungan mengesankan dengan proyek-proyek rekayasa melalui ERP, banyak yang gagal atau telah gagal untuk mencapai perbaikan yang dramatis setelah mereka.

Hal yang pada umumnya hendak dicapai sebuah organisasi sehingga mengadopsi proses dalam strategi SI/TI adalah menyelaraskan SI/TI dengan bisnis sehingga bisa diidentifikasi dimana SI/TI bisa memberikan kontribusi yang optimal dan membantu menentukan prioritas investasinya.

Adopsi tersebut juga dimaksudkan untuk memperoleh keunggulan daya saing dari peluang bisnis yang tercipta dengan pemanfaatan SI/TI, membangun infrastruktur masadepan yang tepat guna, murah sekaligus lentur. Tidak kalah pentingnya adopsi proses strategi SI/TI juga dimaksudkan agar bisa dikembangkan sumberdaya yang kompeten sehingga bisa mensukseskan penerapan SI/TI di seluruh organisasi nantinya.

2. Memahami Kondisi Saat Ini

- Memahami kondisi saat ini menyangkut memiliki pemahaman yang mendalam mengenai strategi bisnis, lingkungan bisnis dan teknologi serta kondisi SI/TI dalam bisnis saat ini.
- Hal ini akan memungkinkan dalam penetapan kesempatan, ancaman dan kebutuhan dalam strategi bisnis, serta untuk mengenali kekuatan dan kelemahan dari operasional Bisnis dan SI/TI.

3. Understanding IS/IT needs of the business strategy

Memahami Kondisi Saat Ini Menetapkan Kebutuhan SI/TI : The IS Demand

- Strategi SI paling baik jika dikembangkan secara paralel dengan strategi bisnis. Dengan memasukkan tren, kesempatan dan ide ke dalam proses strategi bisnis, kemudian bekerja bersama dengan seluruh area bisnis, dalam membangun inisiasi Bisnis-SI/TI yang akan mengantarkan tujuan kinerja.

- Untuk mendapatkan hasil yang diinginkan, perlu untuk dicapai pemahaman mengenai apa penggerak perubahan dan kondisi saat ini, kemudian menetapkan tujuan/target, dan mulai mengusulkan rencana untuk memperkecil gap.

- Hal tersebut didapatkan melalui analisa yang fokus pada elemen dalam lingkungan bisnis dan SI/TI

4. Arsitektur dan rencana dari sistem teknologi informasi adalah suatu cara efektif bagi organisasi untuk berkomunikasi dengan penjual/pemasok tentang kebutuhan dari produk-produk sistem teknologi informasi masa depan yang dibutuhkan oleh organisasi. Dengan memahami kebutuhan masa depan ini, maka pemasok dapat mempersiapkan jauh sebelumnya.

5. Kegunaan CSF dan BSC (Balanced Scorecards)

- Balanced Scorecards (BSC) dapat dideskripsikan sebagai kumpulan yang dipilih dengan hati-hati dan berasal dari strategi organisasi. BSC menyediakan perangkat bagi pimpinan untuk digunakan dalam berkomunikasi dengan pegawai dan stakeholder eksternal.

- BSC mengidentifikasi informasi yang dibutuhkan untuk mengukur kinerja terhadap tujuan bisnis.

- BSC melakukan pemeriksaan terhadap kinerja dari 4 perspektif yang saling berhubungan, masing-masing digambarkan dalam sebuah pertanyaan.

Kegunaan CSF dan BSC (Perspektif Balanced Scorecards)

- Perspektif Keuangan (Financial Perspective) : bagaimana penampilan kita di mata shareholder dan orang-orang yang mempunyai kepentingan keuangan dalam organisasi?

- Perspektif Bisnis Internal (Internal Business Perspective) : apa yang harus kita unggulkan jika kita ingin memenuhi harapan pegawai dan partner kita?

- Perspektif Konsumen (Customer Perspective) : bagaimana konsumen melihat produk, layanan, dan hubungannya dengan kita?

- Perspektif Pembelajaran dan Inovasi (Innovation and Learning Perspective) : untuk mencapai visi organisasi, bagaimana kita akan terus meningkat dan menciptakan nilai di masa depan bagi stakeholder?

- Agar berhasil, CSF dapat dengan mudah dihubungkan dengan tujuan dari unit bisnis. Teknik ini biasanya tidak berhasil jika diterapkan di bawah level ketiga dalam hirarki organisasi.

- Fokus utama CSF adalah pada pengendalian manajemen dan biasanya lebih ke analytical dari pada kreatif

- Sifat CSF dan KPI merefleksikan satu sama lain dari management style eksekutif. Chief Executive (CEO, CIO, CFO) mengukur kinerja dari faktor beban, kemudian bawahannya melihat kinerja sebagai kumpulan complain.

Model Organisasi

Lingkungan eksternal

- Fokus pada dampak legislatif dan kebijakan fiskal, tren ekonomi dan industri, kompetisi pada industri tertentu, standar, produk dan praktik kompetitor Koalisi Domain
- Pengaruh internal utama yang menggerakkan kekuatan di balik organisasi. Penting untuk mengidentifikasi kelompok ini karena mereka yang akan memberikan kebutuhan untuk berubah dalam sistem informasi mencapai keunggulan kompetitif Aturan Formal Organisasi
- Rencana, budget, struktur organisasi, job desk, pengukuran kinerja dan sistem pengendalian

1. Business re-engineering and IS strategy

Hal yang pada umumnya hendak dicapai sebuah organisasi sehingga mengadopsi proses dalam [strategi](#) SI/TI adalah menyelaraskan SI/TI dengan bisnis sehingga bisa diidentifikasi dimana SI/TI bisa memberikan kontribusi yang optimal dan membantu menentukan prioritas investasinya.

Business Process Reengineering (BPR, Rekayasa ulang proses bisnis) adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari [sumber daya organisasi](#) yang tersedia. BPR menggunakan pendekatan untuk perancangan kembali cara kerja dalam mendukung misi organisasi dan mengurangi biaya. Perancangan ulang dimulai dengan penaksiran level tinggi terhadap misi organisasi, tujuan strategis, dan kebutuhan [pelanggan](#).

- a. Inisiatif rekayasa ulang muncul dari strategi bisnis
- b. Permintaan SI mendukung strategi bisnis
- c. Rekayasa ulang membutuhkan elemen SI / TI
- d. Rekayasa ulang dan strategi SI membentuk model potensial bisnis.
- e. Pindah dari model organisasi tradisional ke model berorientasi proses.

2. Understanding the current situation

Memahami Kondisi Saat Ini Menetapkan Kebutuhan SI/TI : The IS Demand

Strategi SI paling baik jika dikembangkan secara paralel dengan strategi bisnis. Dengan memasukkan tren, kesempatan dan ide ke dalam proses strategi bisnis, kemudian bekerja bersama dengan seluruh area bisnis, dalam membangun inisiasi Bisnis-SI/TI yang akan mengantarkan tujuan kinerja. Untuk mendapatkan hasil yang diinginkan, perlu untuk dicapai pemahaman mengenai apa penggerak perubahan dan kondisi saat ini, kemudian menetapkan tujuan/target, dan mulai mengusulkan rencana untuk memperkecil gap. Hal tersebut didapatkan melalui analisa yang fokus pada elemen dalam lingkungan bisnis dan SI/TI

3. Understanding IS/IT needs of the business strategy

Memahami Kondisi Saat Ini Menetapkan Kebutuhan SI/TI : The IS Demand

Strategi SI paling baik jika dikembangkan secara paralel dengan strategi bisnis. Dengan memasukkan tren, kesempatan dan ide ke dalam proses strategi bisnis, kemudian bekerja bersama dengan seluruh area bisnis, dalam membangun inisiasi Bisnis-SI/TI yang akan mengantarkan tujuan kinerja. Untuk mendapatkan hasil yang diinginkan, perlu untuk dicapai pemahaman mengenai apa penggerak perubahan dan kondisi saat ini, kemudian menetapkan tujuan/target, dan mulai mengusulkan rencana untuk memperkecil gap.

Hal tersebut didapatkan melalui analisa yang fokus pada elemen dalam lingkungan bisnis dan SI/TI

4. Examining current IS/IT supply

Strategy bisnis adalah Kegiatan yang harus dilakukan untuk berkontribusi secara langsung pada pencapaian tujuan bisnis, dan kebutuhan informasi pendukungnya, harus diidentifikasi. Kegiatan sekunder yang harus dilakukan untuk mengukur kinerja untuk mencapai tujuan tersebut, harus diidentifikasi. Dalam menganalisis strategi bisnis, persyaratan utama adalah:

- a. Identifikasi strategi saat ini dan setiap elemen baru yang muncul.
- b. Menafsirkan & menganalisis strategi & menggambarannya secara terstruktur.
- c. Kompilasi & konfirmasi persyaratan IS konsekuen.

5. Analysis techniques

- a. Critical success factors (CSF) adalah analisis area aktivitas bisnis 'di mana segala sesuatu analisis * harus ke kanan ', Potensi dorongan SI / TI dan Ukuran performa.
- b. Balance scorecard analysis (BSC)/ Analisis Balance Scorecard (BSC)
- c. Tujuan bisnis dan informasi utama
- d. Persyaratan
- e. Ukuran performa
- f. Organizational model/ Pemodelan organisasi
- g. Penilaian bisnis yang komprehensif dan lingkungan SI / TI
- h. Mekanisme penyaringan dalam menilai opsi untuk perubahan

Kegunaan CSF dan BSC (Balanced Scorecards)

- Balanced Scorecards (BSC) dapat dideskripsikan sebagai kumpulan yang dipilih dengan hati-hati dan berasal dari strategi organisasi. BSC menyediakan perangkat bagi pimpinan untuk digunakan dalam berkomunikasi dengan pegawai dan stakeholder eksternal.
- BSC mengidentifikasi informasi yang dibutuhkan untuk mengukur kinerja terhadap tujuan bisnis.
- BSC melakukan pemeriksaan terhadap kinerja dari 4 perspektif yang saling berhubungan, masing-masing digambarkan dalam sebuah pertanyaan.

Kegunaan CSF dan BSC (Perspektif Balanced Scorecards)

- Perspektif Keuangan (Financial Perspective) : bagaimana penampilan kita di mata shareholder dan orang-orang yang mempunyai kepentingan keuangan dalam organisasi?
- Perspektif Bisnis Internal (Internal Business Perspective) : apa yang harus kita unggulkan jika kita ingin memenuhi harapan pegawai dan partner kita?
- Perspektif Konsumen (Customer Perspective) : bagaimana konsumen melihat produk, layanan, dan hubungannya dengan kita?
- Perspektif Pembelajaran dan Inovasi (Innovation and Learning Perspective) : untuk mencapai visi organisasi, bagaimana kita akan terus meningkat dan menciptakan nilai di masa depan bagi stakeholder?

- Agar berhasil, CSF dapat dengan mudah dihubungkan dengan tujuan dari unit bisnis. Teknik ini biasanya tidak berhasil jika diterapkan di bawah level ketiga dalam hirarki organisasi.
- Fokus utama CSF adalah pada pengendalian manajemen dan biasanya lebih ke analytical dari pada kreatif
- Sifat CSF dan KPI merefleksikan satu sama lain dari management style eksekutif. Chief Executive (CEO, CIO, CFO) mengukur kinerja dari faktor beban, kemudian bawahannya melihat kinerja sebagai kumpulan keluhan.

Organizational model / Model Organisasi

- Fokus pada dampak legislatif dan kebijakan fiskal, tren ekonomi dan industri, kompetisi pada industri tertentu, standar, produk dan praktik kompetitor Koalisi Domain
- Pengaruh internal utama yang menggerakkan kekuatan di balik organisasi. Penting untuk mengidentifikasi kelompok ini karena mereka yang akan memberikan kebutuhan untuk berubah dalam sistem informasi mencapai keunggulan kompetitif Aturan Formal Organisasi
- Rencana, budget, struktur organisasi, job desk, pengukuran kinerja dan sistem pengendalian

Nama : **Riyan Amanda**
NIM : **182420032**
KELAS : **MTI19B**
MATA KULIAH : **IT STRATEGIC AND PLANS**

Tugas Assessing and Understanding the Current Situation

Explain about:

1. Business re-engineering and IS strategy
2. Understanding the current situation
3. Understanding IS/IT needs of the business strategy
4. Examining current IS/IT supply
5. Analysis techniques
 - Critical success factors (CSF)
 - Balance scorecard analysis (BSC)
 - Organizational model

JAWABAN SOAL

NO 1.

Business Process Reengineering (BPR, Rekayasa ulang proses bisnis) adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari sumber daya organisasi yang tersedia.

BPR menggunakan pendekatan untuk perancangan kembali cara kerja dalam mendukung misi organisasi dan mengurangi biaya. Perancangan ulang dimulai dengan penaksiran level tinggi terhadap misi organisasi, tujuan strategis, dan kebutuhan pelanggan. Pertanyaan dasar yang ditanyakan seperti "apakah misi kita harus diperjelas? Apakah tujuan strategis kita berjalan beriringan dengan misi kita? Siapa pelanggan kita?"

Business Process Reengineering dikenal juga dengan istilah Business Process Redesign (Perancangan Ulang Proses Bisnis), Business Transformation, atau Business Process Change Management. Business Process Reengineering (BPR) dimulai sebagai teknik sektor privat untuk mendukung organisasi secara fundamental memikirkan kembali bagaimana mereka mengerjakan bisnis yang mampu meningkatkan jasa kepada pelanggan, memotong biaya operasional dan menjadi kompetitor kelas dunia. Kunci utama dalam

perancangan ulang adalah pengembangan sistem informasi dan jaringan. Organisasi-organisasi besar semakin banyak menggunakan teknologi ini untuk lebih mendukung proses bisnis yang inovatif dibanding memperbaiki metode kerja pada saat yang sama.

BPR meliputi analisis dan perancangan alir kerja (workflow) dan proses-proses dalam sebuah organisasi. Berdasarkan Davenport (1990), proses bisnis adalah sekelompok tugas-tugas yang saling berhubungan secara logis, dilaksanakan untuk mencapai sebuah hasil bisnis yang jelas.

Re-engineering ("rekayasa ulang") adalah dasar dari perkembangan-perkembangan manajemen yang muncul belakangan ini. Tim lintas-fungsional (Cross-functional team), contohnya, telah banyak dikenal karena perannya dalam perancangan ulang tugas-tugas fungsional yang terpisah menjadi proses-proses lintas-fungsional yang lengkap.

Dalam kerangka kerja untuk penaksiran dasar terhadap misi dan tujuan, perancangan ulang memfokuskan kepada proses bisnis organisasi – langkah-langkah dan prosedur yang mengendalikan bagaimana sumber daya digunakan untuk memproduksi barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan dan pasar yang khusus. Proses bisnis dapat disusun kembali menjadi aktivitas-aktivitas spesifik, diukur, dimodelkan dan diperbaiki. Dapat pula dirancang ulang secara keseluruhan atau dieliminasi sekaligus. Perancangan ulang mengidentifikasi, menganalisa, dan merancang ulang proses inti bisnis organisasi dengan tujuan untuk mencapai hasil maksimal dalam ukuran kinerja kritis seperti biaya, kualitas, jasa dan kecepatan.

Perancangan ulang membagi-bagi proses bisnis menjadi sub-sub proses dan tugas yang dilaksanakan oleh beberapa area fungsional terspesialisasi dalam organisasi. Seringkali tidak seorang pun yang bertanggung jawab atas kinerja keseluruhan proses. Perancangan ulang memaksimalkan kinerja subproses yang akan menghasilkan beberapa keuntungan, namun tidak menjanjikan peningkatan yang dramatis jika prosesnya sendiri tidak efisien dan tertinggal.

Untuk alasan itu, perancangan ulang memfokuskan pada merancang kembali proses secara keseluruhan untuk mencapai keuntungan maksimal bagi organisasi dan pelanggan. Hal ini berbeda dengan proses yang memfokuskan pada peningkatan fungsional atau incremental saja.

NO 2.

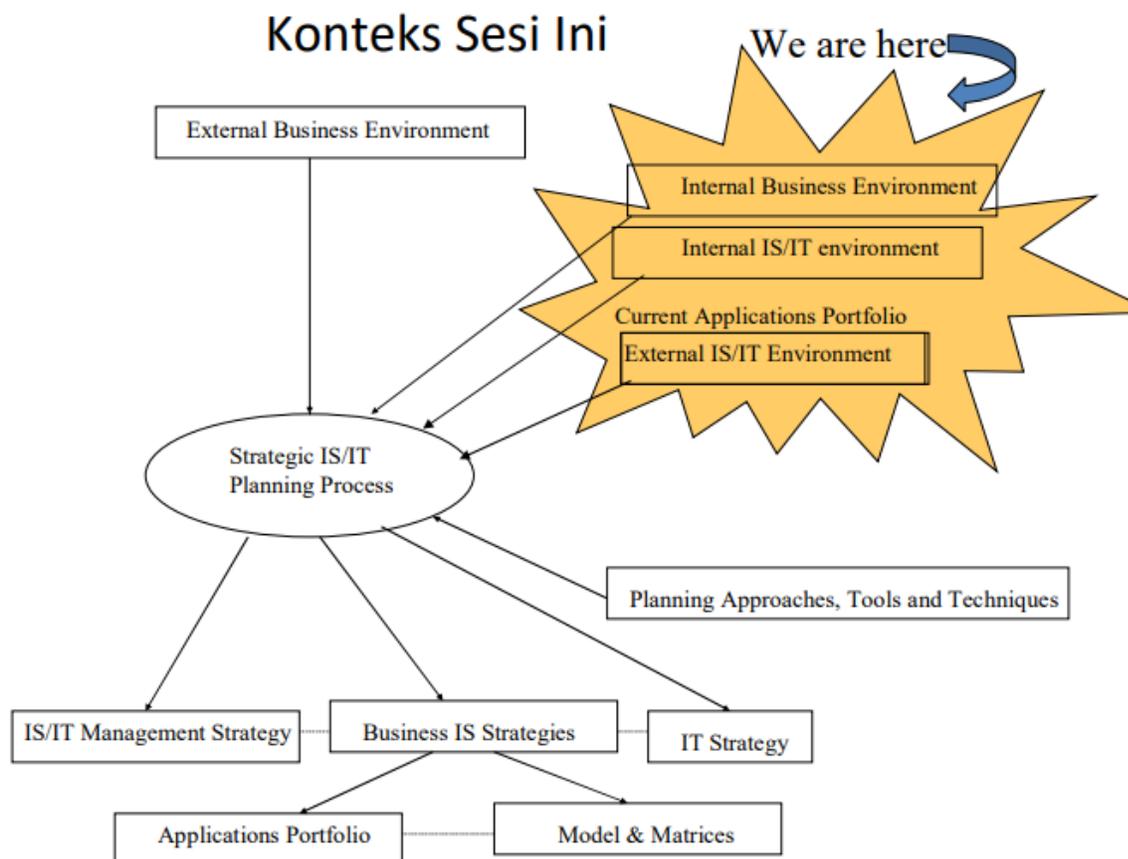
Pendekatan yang Digunakan

- Analisis didasarkan pada:
 - Strategic alignment -- internal
 - Competitive impact -- external

Review dari Sesi Sebelumnya

- Pengembangan IS / IT Strategi harus selaras dengan strategi bisnis

- Proses pengembangan Rencana Strategis SI/TI terdiri atas:
 - Analisa situasi sekarang
 - Anaiisa bisnis internal
 - Analisa SI/TI Sekarang
 - Analisa situasi Masa Depan
 - Analisa bisnis eksternal
 - Analisa tren SI/TI
 - Gap analysis
 - Output dari Rencana Strategis: Strategi Manajemen SI/TI, Strategi Bisnis SI/TI, dan Strategi TI



Tujuan Sesi

- Untuk memahami situasi saat ini dalam bisnis sebagai dasar dari analisis SPIS

- Untuk mengidentifikasi aktivitas bisnis dan proses bisnis (kondisi saat ini)
- Untuk mendapatkan kebutuhan Sistem Informasi berdasarkan penemuan fakta, analisis dan interpretasi
- Untuk memahami penggunaan berbagai alat (teknik) pemodelan dan analisis
- Mengembangkan Strategi SI/TI didasarkan pada analisis

NO 3.

Teknik

- Interview (bertanya) tentang kebutuhan untuk masing-masing area, atau
 - Menterjemahkan written strategic statement, dan menginterpretasikannya menjadi kebutuhan SI
- Dimana Mendapat Data dan Informasi?
- Disemua SBU dalam struktur hirarki organisasi
 - Dokumen-dokumen yang berkaitan dengan rencana bisnis, laporan bisnis, surat keputusan, kebijakan, peraturan, dll
 - Observasi: work flows, information flow, chain of command, etc.
 - Survey dan Interview

NO 4.

No	CSF	Kebutuhan Informasi	Solusi SI/TI
8	Membangun menerapkan dan meningkatkan manajemen pengembangan SDM dan organisasi	Data tentang riwayat dan kompetensi instruktur dan staf	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SIMPEG ▪ Sistem Absen
9	Melakukan Promosi rutin di media cetak dan elektronik	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Data tentang program (paket) bimbel dan content promosi lainnya. ▪ Data tentang contact person media promosi dan relasi bisnis 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Website ▪ SMS Gateway
10	Tersedianya media komunikasi antara siswa dan bimbel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informasi tentang aktivitas, seminar, dan promo di lingkungan bimbel ▪ Data tentang contact person dan relasi bisnis 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Website ▪ Online Messaging Applications ▪ SMS Gateway ▪ Email System
11	Evaluasi biaya iuran, kompetitor dan pasar	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informasi tentang biaya iuran, kompetitor dan segmen pasar ▪ Laporan adminstrasi keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SIMKEU ▪ CRM
12	Membangun, mengembangkan, dan menerapkan manajemen rantai nilai	Data tentang absensi, ujian, nilai, dan pembayaran iuran siswa	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SIBIMBEL ▪ SI Manajemen Mutu
13	Mengintegrasikan layanan informasi bimbel pusat dan cabang	Data yang akan diintegrasikan terkait bimbel pusat dan bimbel cabang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ERP ▪ Email System
14	Melakukan pengelolaan operasional dan pengadaan barang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Data tentang persediaan dan rencana pengadaan barang ▪ Data inventaris bimbel 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SI Inventory

NO 5.

Strategi bisnis

- Tujuan: untuk memastikan bahwa strategi IS mendukung ketimbang bertentangan dg strategi bisnis
- Mengidentifikasi dan menganalisa strategi saat ini
- Kompilasi dan mengkonfirmasi kebutuhan IS, dan dokumen dalam permintaan IS
- Tools: analisis faktor penentu keberhasilan (CSF), dan analisis driver bisnis
- Proses bisnis, kegiatan, dan entitas kunci
- Tujuan: untuk memahami tugas dan proses proses bisnis yang penting, dan aliran informasi. Membentuk model bisnis dengan model IS yang mendukung
- Tools: analisis efektivitas proses, diagram alur proses, DFD, ER, dan matriks entitas aktivitas (representasi tabular dari bisnis ...)
- Lingkungan organisasi
- Tujuan: untuk memahami pengaturan organisasi, sistem nilai, dan orang-orang kunci dan hubungan mereka. Memahami lingkungan, keterampilan, sumber daya, nilai, budaya, interaksi sosial, gaya manajemen ...
- Tool: pemodelan organisasi

TUGAS IT STRATEGIC AND PLANS

Assessing and Understanding the Current Situation



OLEH:

SAFTA HASTINI

(NIM : 18240084)

DOSEN:

DEDY SYAMSUAR, Ph.D

PROGRAM PASCASARJANA

MAGISTER TEKNIK INFORMATIKA

UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG

TAHUN 2019

QUESTION:

Explain about:

1. Business re-engineering and IS strategy
2. Understanding the current situation
3. Understanding IS/IT needs of the business strategy
4. Examining current IS/IT supply
5. Analysis techniques
 - Critical success factors (CSF)
 - Balance scorecard analysis (BSC)
 - Organizational model

ANSWER:

1. Business re-engineering and IS strategy

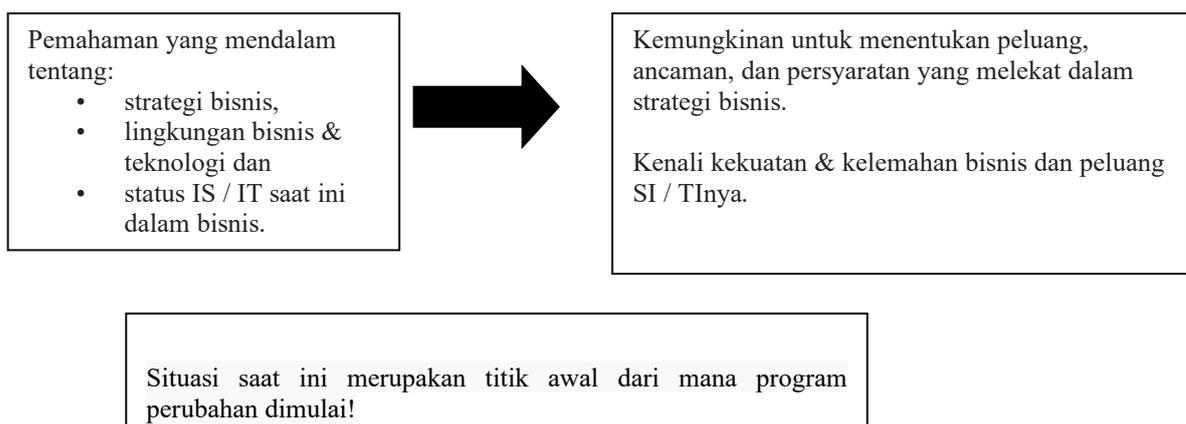
Business Process Reengineering (BPR, Rekayasa ulang proses bisnis) adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari sumber daya organisasi yang tersedia. BPR menggunakan pendekatan untuk perancangan kembali cara kerja dalam mendukung misi organisasi dan mengurangi biaya. Perancangan ulang dimulai dengan penaksiran level tinggi terhadap misi organisasi, tujuan strategis, dan kebutuhan pelanggan.

- Inisiatif rekayasa ulang muncul dari strategi bisnis
- Permintaan SI mendukung strategi bisnis
- Rekayasa ulang membutuhkan elemen SI / TI
- Rekayasa ulang dan strategi SI membentuk model potensial bisnis.
- Pindah dari model organisasi tradisional ke model berorientasi proses

Ada 2 pertanyaan kunci TI:

- Bagaimana proses bisnis dapat diubah menggunakan IT?
- Bagaimana TI terbaik mendukung proses bisnis?

2. Understanding the current situation



Memahami situasi saat ini melibatkan memperoleh secara mendalam pemahaman tentang strategi bisnis, bisnis dan teknologi dan status IS / IT saat ini dalam bisnis. Ini membuatnya mungkin untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan melekat dalam strategi bisnis, dan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan bisnis dan operasi SI / TI. Ini sangat penting, karena situasi saat ini merupakan titik awal dari perubahan apa pun program dimulai.

3. Understanding IS/IT needs of the business strategy

Strategy bisnis adalah Kegiatan yang harus dilakukan untuk berkontribusi secara langsung pada pencapaian tujuan bisnis, dan kebutuhan informasi pendukungnya, harus diidentifikasi. Kegiatan sekunder yang harus dilakukan untuk mengukur kinerja untuk mencapai tujuan tersebut, harus diidentifikasi. Dalam menganalisis strategi bisnis, persyaratan utama adalah:

- Identifikasi strategi saat ini dan setiap elemen baru yang muncul.
- Menafsirkan & menganalisis strategi & menggambarkannya secara terstruktur.
- Kompilasi & konfirmasi persyaratan IS konsekuen.

Konstituen inti dari strategi bisnis yaitu:

Misi

Pernyataan yang jelas tentang apa yang dilakukan organisasi dan apa yang organisasi itu lakukan jangka panjang, tujuan keseluruhan. Peran utamanya adalah untuk menetapkan arah semua orang mengikuti. Mungkin singkat, ringkas dan inspirasional, atau berisi pernyataan filosofis luas yang mengikat organisasi kegiatan tertentu dan untuk tujuan ekonomi, sosial, etika atau politik. Sering disebut 'niat strategis'. Nilai-nilai juga sering dinyatakan di samping misi. Tiga contoh misi yang berbeda-beda adalah:

- Untuk menjadi pemimpin komunikasi seluler dunia, memperkaya kehidupan individu dan pelanggan bisnis dalam jaringan masyarakat (perusahaan telekomunikasi global besar).
- Untuk memberantas semua penyakit menular di seluruh dunia' (Dunia Organisasi Kesehatan).
- Perusahaan bergerak di bidang pemasaran ritel secara nasional dasar produk minyak bumi dan distribusi yang merata buah dari peningkatan produktivitas manajemen, modal dan tenaga kerja di antara pemegang saham, karyawan dan publik (perusahaan publik besar).

Vision

Semakin banyak ditemukan dalam penyampaian strategi bisnis, ini memberikan gambar sering mencakup banyak aspek yang semua orang bisa mengidentifikasi dengan, apa yang akan menjadi bisnis di masa depan dan bagaimana itu akan beroperasi. Itu ada untuk membawa strategi untuk hidup dan untuk memberi seluruh organisasi tujuan yang dapat divisualisasikan, sehingga setiap pemangku kepentingan memiliki gambaran bersama tentang tujuan masa depan.

Business Drivers

Ini adalah serangkaian kekuatan kritis untuk perubahan yang harus dilakukan oleh bisnis menanggapi. Mereka mungkin mewakili jangka pendek, menengah dan panjang faktor-faktor di mana bisnis harus fokus untuk memenuhi keberatan hidup dan memuaskan CSF. Mereka sering tertimbang dan bisa digunakan dalam memprioritaskan proposal perbaikan. Misalnya utama pengemudi jangka pendek mungkin merupakan pengurangan dari basis biaya, yang utama pendorong jangka menengah dapat meningkatkan pangsa pasar dan utama pengemudi jangka panjang mungkin memiliki kualitas cacat nol.

Objectives

Target yang ditetapkan organisasi untuk membawanya ke pencapaian visinya. Mereka biasanya jumlahnya kecil, tetapi mewujudkan aspek paling penting dari visi seperti pengembalian finansial, layanan pelanggan, keunggulan manufaktur, moral staf, sosial dan kewajiban lingkungan. Itu adalah pernyataan masa depan hasil atau kondisi stabil yang ingin dicapai organisasi tingkat unit bisnis global atau strategisnya. Mereka biasanya kuantitatif dilengkapi dengan nilai dan tenggat waktu terkait. Idealnya, mereka harus melakukannya tampilkan karakteristik berikut:

- . jelas dan berorientasi pada hasil;
- . terukur, dapat diverifikasi dan tidak terlalu banyak;
- . didirikan oleh mereka yang terlibat dalam pencapaian mereka;
- . relevan, dapat dicapai, dan mendorong kinerja tinggi;
- . konsisten dengan tujuan tingkat yang lebih tinggi.

Contohnya adalah:

- . 'Mengurangi biaya produksi sebesar 10% setiap tahun untuk lima berikutnya tahun
- . 'Mencapai nol pesanan tertunda dalam waktu 12 bulan'
- . 'Kurangi omset staf menjadi kurang dari 15% per tahun dalam waktu 2 tahun
- . 'Untuk memimpin di setiap pasar lokal dengan loyalitas pelanggan dan merek, posisi biaya terendah, bagian dari kumpulan laba dan kepuasan karyawan '

Biasanya, misi dan sasaran strategis organisasi adalah mengalir melalui bisnis, dan setiap fungsi bisnis atau proses inti diberikan kesempatan untuk mengembangkan tujuannya sendiri di Indonesia Menanggapi yang tingkat tinggi. Mereka sering bersifat taktis dan menimbulkan persyaratan IS jangka pendek.

Strategi

Mereka menentukan cara di mana tujuan akan dipenuhi. Mereka mungkin memperkuat kebijakan yang ada (mis. struktur komite pengarah untuk menyetujui belanja modal) atau inisiatif yang akan terus dilakukan dikejar, mungkin dengan sumber daya yang diperluas (seperti layanan pelanggan) program). Mereka juga dapat menyatakan serangkaian kebijakan baru dan baru inisiatif yang akan dipraktikkan seperti pendesainan ulang proses produksi bisnis. Seringkali, mereka tidak ada, dan salah satu cara di mana IS proses strategis yang dapat membantu adalah dalam memfasilitasi identifikasi dan dokumentasi skema kandidat untuk mencapai tujuan.

Faktor Keberhasilan Penting (CSF)

CSF adalah beberapa area utama di mana 'segalanya harus berjalan dengan benar' untuk bisnis berkembang. Sangat penting untuk mengidentifikasi mereka kapan bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang bisnis. Itu tindakan menentukan CSF dapat membantu mengkristal tujuan dan strategi, dan tentu saja untuk menekankan kegiatan prioritas. CSF

Analisis akan dibahas lebih mendalam nanti dalam bab ini.

Business Area Plans

Mereka adalah rencana dari berbagai bidang bisnis, yang mendokumentasikan tanggapan mereka terhadap strategi bisnis. Dalam banyak kasus, ini mungkin mencerminkan kelanjutan bisnis seperti biasa, dengan fokus pada target utama yang diperkenalkan atau diperbaiki. Meskipun tidak bagian dari strategi, mereka berisi petunjuk untuk kebutuhan informasidan perlu diselidiki.

4. Examining current IS/IT supply

- Untuk menetapkan kesenjangan antara ketentuan saat ini dan masa depan yang ditargetkan
- Untuk menentukan apakah lingkungan dapat mempertahankan perubahan yang diperlukan atau perlu diubah sendiri
- Untuk memungkinkan strategi memperhitungkan tren dan peluang dari teknologi yang muncul
- Untuk menyelidiki seberapa kompetitif atau komplementer organisasi menerapkan TI

Situasi IS Saat Ini-Internal

- Lingkungan IS
- Struktur organisasi
- Pengeluaran
- Jaminan simpanan
- Lokasi lain

Lingkungan Aplikasi Bisnis yang harus diketahui, adalah:

- Pada perangkat keras apa aplikasi bisnis Anda beroperasi?
- Berapa ukuran relatif H / W ini?
- Modul aplikasi bisnis apa yang Anda gunakan?
- Apakah paket aplikasi yang disediakan vendor?
- Apakah perusahaan pada rilis saat ini?
- Apakah aplikasi yang dikemas telah disesuaikan?
- Dalam bahasa pemrograman apa sistem ditulis?
- Berapa ukuran sistem dalam hal LOC
- Berapa banyak laporan yang dihasilkan oleh sistem?
- Berapa banyak program dalam sistem
- Berapa waktu respon rata-rata?
- Berapa banyak workstation, PC dan printer yang terhubung
- Apakah ada perangkat khusus yang diperlukan untuk mendukung kebutuhan di masa depan?

5. Analysis techniques

- Critical success factors (CSF) adalah analisis area aktivitas bisnis 'di mana segala sesuatu analisis * harus ke kanan ', Potensi dorongan SI / TI dan Ukuran performa.
- Balance scorecard analysis (BSC)/ Analisis Balance Scorecard (BSC)
 - Tujuan bisnis dan informasi utama
 - Persyaratan
 - Ukuran performa
- Organizational model/ Pemodelan organisasi
 - Penilaian bisnis yang komprehensif dan lingkungan SI / TI
 - Mekanisme penyaringan dalam menilai opsi untuk perubahan

Dan Beberapa teknik yang digunakan dalam menganalisis situasi saat ini dan strategi bisnis lainnya:

Analisis strategi bisnis

- Strategi bisnis — misi, sasaran, dll.
- Inisiatif bisnis global
- Inisiatif bidang bisnis
- Prioritas bisnis
- Persyaratan SI mengarah ke permintaan SI

Analisis SWOT

Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman internal dan lingkungan bisnis eksternal dan SI / TI

Portofolio bisnis dan analisis strategi kompetitif

- Opsi untuk investasi IS jangka panjang untuk memperkuat posisi kompetitif
- Analisis rantai nilai
- Arus informasi internal Aliran informasi 'industri' tingkat tinggi model Dampak potensial dari SI / TI

Analisis proses / BPR

- Identifikasi proses bisnis inti
- Efektivitas proses dalam pertemuan driver
- Opsi perbaikan proses
- Memproses desain ulang cetak biru (yang memberikan peningkatan kinerja yang signifikan tentang pengemudi)
- Pilihan IS / IT yang dihasilkan

Teknik analisis pemodelan-informasi bisnis

Model perusahaan:

- Pola model-model objek
- Bagan dependensi proses
- Data aliran diagram-diagram dekomposisi fungsional
- Konseptual arsitektur

Evaluasi portofolio saat ini

- Profil aplikasi saat ini Cakupan dan kontribusi kepada pengguna bisnis dan kepuasan teknis

- Kontribusi aplikasi untuk bisnis strategi

Penilaian teknologi dan tinjauan infrastruktur SI / TI

- Inventarisasi perangkat keras dan lunak saat ini tinjauan infrastruktur Penilaian organisasi IS, prosedur, keterampilan dan metode

Explain about:

1. Business re-engineering and IS strategy

Business Process Reengineering (BPR, Rekayasa ulang proses bisnis) adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari sumber daya organisasi yang tersedia.

Sistem Informasi Strategis (SIS) adalah dukungan terhadap sistem yang ada dan membantu dalam mencapai keunggulan kompetitif atas pesaing organisasi dalam hal adalah tujuan. Sistem Informasi dapat mempengaruhi aktivitas bisnis perusahaan secara keseluruhan sehingga dapat membantu perusahaan dalam persaingan bisnis dengan perusahaan lainnya.

2. Understanding the current situation

Langkah awal yang harus dilakukan oleh pihak perusahaan dalam membangun strategi IS adalah mengadakan penilaian terhadap lingkungan IS/IT yang terdapat pada saat ini baik dari internal maupun eksternal agar dapat menentukan GAP antara kondisi sekarang dan target yang akan datang, sehingga pihak perusahaan dapat memutuskan apakah lingkungan tersebut harus berubah atau tidak sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan. Penilaian lingkungan IS/IT tersebut akan menghasilkan sebuah dasar penentuan GAP antara sekarang dan kebutuhan yang diperlukan agar dapat mencapai bisnis yang diinginkan oleh perusahaan.

3. Understanding IS/IT needs of the business strategy

Selain penilaian IS/IT environment, ada aspek yang penting untuk diperhatikan oleh pihak perusahaan yaitu portofolio aplikasi yang terdapat saat ini, hal ini merupakan titik awal dari pembangunan di masa depan dan juga sebagai penentu utama bagaimana komunitas di dalam organisasi merasakan dampak dari nilai dan kontribusi yang diberikan oleh IS/IT.

4. Examining current IS/IT supply

- Evaluasi Portofolio
- Strategi dan ketentuan yang berlaku sekarang / sebelumnya
- Organisasi dan proses sistem informasi
- Aset, sumber daya dan kemampuan yang tersedia
- Ketentuan metode dan pelatihan
- Apa yang menjadi peranan sistem informasi bagi bisnis
- Lingkungan luar IS/IT

5. Analysis techniques

➤ **Critical success factors (CSF)**

Critical Success Factor (CSF) merupakan sebuah metode analisis dengan mempertimbangkan beberapa hal yang kritis di dalam lingkungan perusahaan untuk mendefinisikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan dan kesuksesan perusahaan atau organisasi dan dapat ditentukan jika objektif organisasi telah diidentifikasi. Analisis CSF memberikan gambaran pada perusahaan tentang aspek-aspek kritis apa saja di setiap aktivitas dan proses bisnis perusahaan yang mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mencapai visi dan misi serta keberhasilan bisnisnya. Tujuan dari CSF adalah menginterpretasikan objektif secara lebih jelas untuk menentukan aktivitas yang harus dilakukan dan informasi apa yang dibutuhkan.

➤ **Balance scorecard analysis (BSC)**

Balanced Scorecard (BSC) adalah sistem manajemen yang bertujuan untuk menerjemahkan atau membedah *goals* organisasi ke dalam serangkaian program kerja. Yang berikutnya program kerja tersebut akan diukur, dipantau, dan diubah (jika perlu) untuk memastikan bahwa *goals* organisasi terpenuhi.

➤ **Organizational model**

Organizational model mendefinisikan hierarki, pengembangan tim, dan peran konsumen dalam cara bisnis beroperasi. Model kadang-kadang menggabungkan berbagai struktur model untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan paling

efektif. Mengembangkan struktur yang tepat membutuhkan visi yang jelas dari kepemimpinan dengan implementasi yang konsisten.

Nama : Sulistiyani / 1824220044

Mk : IT Strategic and plans

Business Process Re-engineering dan Strategi SI

- Business Process Re-engineering (BPR) adalah pemikiran ulang atas dasar dan perancangan ulang yang radikal dari proses bisnis inti untuk mencapai peningkatan yang dramatis dalam pengukuran kinerja kritis (critical performance measures) seperti, kualitas, biaya, dan waktu.
- Proses adalah seperangkat aktivitas yang terstruktur dan terukur yang dirancang untuk menghasilkan keluaran yang spesifik untuk konsumen dan pasar
- BPR merupakan pendekatan yang populer yang digunakan oleh organisasi untuk meningkatkan kinerja mereka. Organisasi melihat pentingnya BPR terutama pada sektor peningkatan inisiasi layanan terhadap konsumen, lelang proyek, dan pada kebanyakan proses pengurangan biaya.
- Penelitian tentang peran SI/TI dalam BPR telah banyak dilakukan, namun hingga kini masih belum bisa ditetapkan apakah, SI/TI merupakan penggerak untuk BPR ataukah SI/TI merupakan bagian dari implementasi BPR.
- Intinya terdapat pada dua kunci utama berikut:
 - Bagaimana proses bisnis dapat ditransformasikan dengan menggunakan TI (berdasarkan pemahaman mengenai kemampuan dari TI)
 - Bagaimana TI dapat mendukung proses bisnis?
- Kondisi ini disebut “policy loop”, dimana salah satu fokus pada inovasi bisnis (dengan sedikit pengaruh SI/TI), dan yang lain fokus pada implementasi dimana SI/TI menjadi bagian terpenting dalam mencapai manfaat perubahan
- Hubungan antara SI/TI dan BPR, adalah SI/TI harus dipandang berbeda dari sekedar tahapan identifikasi, evaluasi dan implementasi perubahan bisnis yang radikal. •Hal ini akan memungkinkan rekonsiliasi dari pertanyaan dasar mengenai dampak keselarasan pengembangan Strategi SI/TI dengan inisiasi re-engineering.

- Rekonsiliasi SI/TI dan BPR

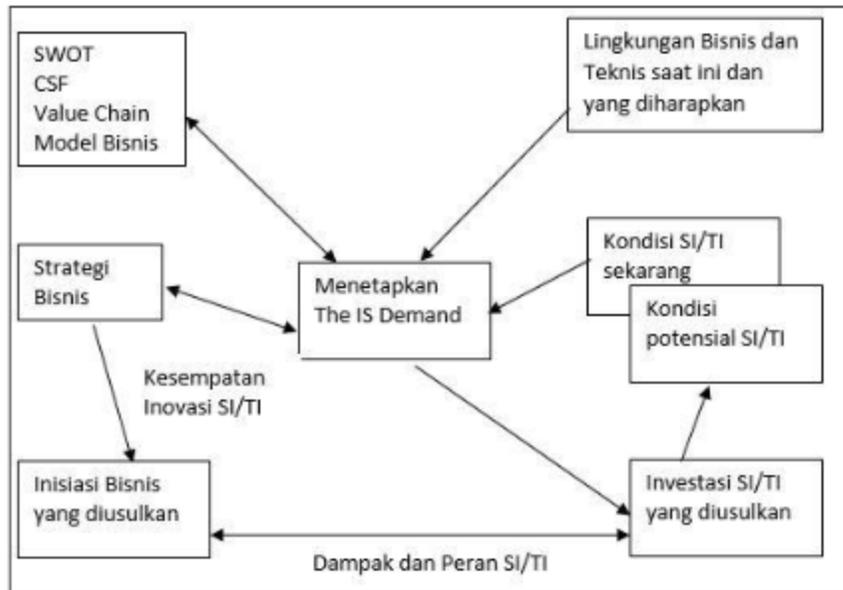
Pertanyaan	BusinessProcess Re-engineering	Formulasi dan Perencanaan SI/TI
Formulasi	Bagaimana kita bisa merancang kembali bisnis untuk mendapatkan keuntungan?	Bagaimana kita bisa mengeksploitasi SI/TI untuk kepentingan bisnis?
Implementasi	Bagaimana kita dapat meningkatkan proses untuk menjamin kesuksesan strategi?	Bagaimana SI/TI dapat menjamin kesuksesan strategi bisnis?

Memahami Kondisi Saat Ini

- Memahami kondisi saat ini menyangkut memiliki pemahaman yang mendalam mengenai strategi bisnis, lingkungan bisnis dan teknologi serta kondisi SI/TI dalam bisnis saat ini.
- Hal ini akan memungkinkan dalam penetapan kesempatan, ancaman dan kebutuhan dalam strategi bisnis, serta untuk mengenali kekuatan dan kelemahan dari operasional Bisnis dan SI/TI.

Menetapkan Kebutuhan SI/TI :

- Strategi SI paling baik jika dikembangkan secara paralel dengan strategi bisnis. Dengan memasukkan tren, kesempatan dan ide ke dalam proses strategi bisnis, kemudian bekerja bersama dengan seluruh area bisnis, dalam membangun inisiasi Bisnis-SI/TI yang akan mengantarkan tujuan kinerja.
- Untuk mendapatkan hasil yang diinginkan, perlu untuk dicapai pemahaman mengenai apa penggerak perubahan dan kondisi saat ini, kemudian menetapkan tujuan/target, dan mulai mengusulkan rencana untuk memperkecil gap. •Hal tersebut didapatkan melalui analisa yang fokus pada elemen dalam lingkungan bisnis dan SI/TI



Menetapkan IS Demand

Mengumpulkan Data yang Relevan

- Kualitas dan nilai dari Strategi SI/TI yang dikembangkan bergantung pada seberapa dalam pemahaman terhadap bisnis dan kebutuhannya, serta interpretasi kebutuhan tersebut ke dalam informasi, serta sistem layanan TI yang tepat.
- Kebanyakan informasi yang dibutuhkan harus didiskusikan dengan pegawai di seluruh level organisasi, melalui workshop.
- Workshop tidak dapat berjalan dengan baik jika orang-orang bisnis terbiasa membangun fakta berdasarkan dokumentasi yang ada.
- Masalah tersebut dapat diatasi dengan meninjau sebanyak mungkin dokumen yang dapat ditemukan sebelum workshop diadakan

Interpretasi Strategi Bisnis

Lingkungan Bisnis Internal

Elemen yang harus diidentifikasi, dianalisa dan dipahami adalah :

- Strategi bisnis, bukan hanya tujuannya tetapi juga cara untuk mencapainya
- Proses bisnis, aktivitas dan entitas informasi utama (konsumen, persediaan barang, kas) saat ini, serta bagaimana hubungannya dengan entitas lain
- Lingkungan organisasi, mencakup struktur, aset dan kemampuan, pengetahuan, kompetensi, nilai, gaya, budaya dan hubungan. Dari sini, informasi, sistem dan teknologi yang muncul pada strategi bisnis dan aktivitas saat ini dapat diprioritaskan.

Strategi Bisnis

Dalam menganalisa Strategi Bisnis, yang dibutuhkan adalah :

- Identifikasi strategi saat ini, dan elemen baru sejak siklus pengembangan strategi sebelumnya
- Jika perlu, interpretasi dan analisa strategi kemudian dideskripsikan secara terstruktur. Hal ini dapat dicapai jika organisasi memiliki pegawai Bisnis dan TI yang berkemampuan
- Bagaimana caranya menggabungkan dan mengkonfirmasi kebutuhan SI

Sayangnya pada kebanyakan instansi, strategi dan tujuan bisnis tidak dicatat secara formal, dan tidak dibangun atau dikomunikasikan dengan baik.

Proses Bisnis, Aktivitas dan Entitas Utama

- Proses Bisnis : seperangkat aktivitas atau peran yang saling terhubung yang mengantarkan keluaran spesifik untuk mengidentifikasi konsumen di dalam maupun di luar organisasi
- Aktivitas : elemen dari proses bisnis yang digunakan organisasi untuk memproduksi, memasarkan dan mendistribusikan produk atau jasa, kemudian untuk mengembangkan, mendukung dan mengatur infrastruktur, serta untuk mengukur kinerja terhadap tujuan.
- Entitas Utama/Kunci : berada di dalam aktivitas, merupakan hal yang fundamental/mendasar dan penting dalam proses bisnis, dan untuk itu terhubung dengan informasi. Termasuk di dalamnya people (konsumen, supplier, pegawai), tujuan (produk), tempat (workshop, lab), atau kejadian (penjualan, pemesanan).

Hubungan ketiganya dapat digambarkan melalui, contohnya, Data Flow Diagram

Lingkungan Organisasional

- Penting untuk mempertimbangkan struktur organisasi saat ini, hubungan serta orang yang ada di dalamnya
- Penting untuk tahu kemampuan, sumberdaya, nilai, budaya dan interaksi sosial dalam lingkungan organisasi, juga management style dan hubungannya dengan lingkungan eksternal.

Lingkungan Bisnis Eksternal

Bagian ini penting untuk dianalisa untuk mengetahui dan mengeksklore kesempatan SI/TI yang dapat berdampak terhadap pembentukan strategi bisnis

Teknik Interpretasi dan Analisis

Ada banyak cara yang dapat digunakan untuk menganalisa kondisi saat ini dan strategi bisnis, beberapa diantaranya :

- Analisa CSF (Critical Success Factor)
- Analisa Balanced Scorecards

Kegunaan CSF dan BSC

Balanced Scorecards

- Balanced Scorecards (BSC) dapat dideskripsikan sebagai kumpulan yang dipilih dengan hati-hati dan berasal dari strategi organisasi. BSC menyediakan perangkat bagi pimpinan untuk digunakan dalam berkomunikasi dengan pegawai dan stakeholder eksternal
- .BSC mengidentifikasi informasi yang dibutuhkan untuk mengukur kinerja terhadap tujuan bisnis.
- BSC melakukan pemeriksaan terhadap kinerja dari 4 perspektif yang saling berhubungan, masing-masing digambarkan dalam sebuah pertanyaan.

Perspektif Balanced Scorecards

- Perspektif Keuangan (Financial Perspective) :
bagaimana penampilan kita di mata shareholder dan orang-orang yang mempunyai kepentingan keuangan dalam organisasi?
- Perspektif Bisnis Internal (Internal Business Perspective) : apa yang harus kita unggulkan jika kita ingin memenuhi harapan pegawai dan partner kita?

- Perspektif Konsumen (Customer Perspective) : bagaimana konsumen melihat produk, layanan, dan hubungannya dengan kita?
- Perspektif Pembelajaran dan Inovasi (Innovation and Learning Perspective) : untuk mencapai visi organisasi, bagaimana kita akan terus meningkat dan menciptakan nilai di masa depan bagi stakeholder?

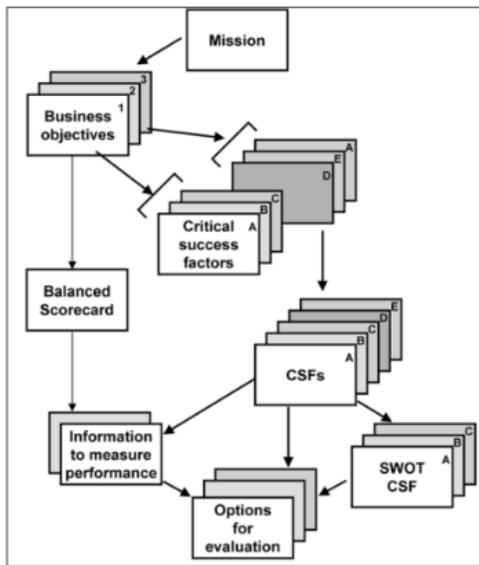
Perspektif Balanced Scorecards



Critical Success Factor Analysis

- Merupakan teknik yang populer dalam pengembangan Strategi SI/TI dan Strategi Bisnis
- Critical Success Factor(CSF) menurut Rockart didefinisikan sebagai sejumlah area yang terbatas yang hasilnya dapat menjamin kesuksesan performa kompetitif organisasi.
- Mereka merupakan area utama dimana hal-hal harus dilakukan dengan benar untuk keuntungan bisnis, sehingga harus mendapat perhatian khusus dari manajemen.

Proses CSF



Critical Success Factor

CSF bukan merupakan perangkat/alat manajemen, alasannya :

- Agar berhasil, CSF dapat dengan mudah dihubungkan dengan tujuan dari unit bisnis. Teknik ini biasanya tidak berhasil jika diterapkan di bawah level ketiga dalam hirarki organisasi.
- Fokus utama CSF adalah pada pengendalian manajemen dan biasanya lebih ke analytical dari pada kreatif
- Sifat CSF dan KPI merefleksikan satu sama lain dari management style eksekutif. Chief Executive (CEO, CIO, CFO) mengukur kinerja dari faktor beban, kemudian bawahannya melihat kinerja sebagai kumpulan kom

NIM : 182420086

NAMA : TRI AKHYARI ROMADHON

1. Business re-engineering and IS strategy

Business Process Reengineering (BPR, Rekayasa ulang proses bisnis) adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari [sumber daya organisasi](#) yang tersedia. BPR menggunakan pendekatan untuk perancangan kembali cara kerja dalam mendukung misi organisasi dan mengurangi biaya. Perancangan ulang dimulai dengan penaksiran level tinggi terhadap misi organisasi, tujuan strategis, dan kebutuhan [pelanggan](#).

- Inisiatif rekayasa ulang muncul dari strategi bisnis
- Permintaan SI mendukung strategi bisnis
- Rekayasa ulang membutuhkan elemen SI / TI
- Rekayasa ulang dan strategi SI membentuk model potensial bisnis.
- Pindah dari model organisasi tradisional ke model berorientasi proses

Ada 2 pertanyaan kunci TI:

- Bagaimana proses bisnis dapat diubah menggunakan IT?
- Bagaimana TI terbaik mendukung proses bisnis?

2. Understanding the current situation

Pemahaman yang mendalam tentang:

- strategi bisnis,
- lingkungan bisnis & teknologi dan
- status IS / IT saat ini dalam bisnis.
-

Current situation represents the starting point from which any change program begins!

Situasi saat ini merupakan titik awal dari mana program perubahan dimulai!

Kemungkinan untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan yang melekat dalam strategi bisnis.

Kenali kekuatan & kelemahan bisnis dan peluang SI / TInya.

Memahami situasi saat ini melibatkan memperoleh secara mendalam pemahaman tentang strategi bisnis, bisnis dan teknologi dan status IS / IT saat ini dalam bisnis. Ini membuatnya mungkin untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan melekat dalam strategi bisnis, dan untuk

mengenali kekuatan dan kelemahan bisnis dan operasi SI / TI. Ini sangat penting, karena situasi saat ini merupakan titik awal dari perubahan apa pun program dimulai.

3. Understanding IS/IT needs of the business strategy

Strategy bisnis adalah Kegiatan yang harus dilakukan untuk berkontribusi secara langsung pada pencapaian tujuan bisnis, dan kebutuhan informasi pendukungnya, harus diidentifikasi. Kegiatan sekunder yang harus dilakukan untuk mengukur kinerja untuk mencapai tujuan tersebut, harus diidentifikasi. Dalam menganalisis strategi bisnis, persyaratan utama adalah:

- Identifikasi strategi saat ini dan setiap elemen baru yang muncul.
- Menafsirkan & menganalisis strategi & menggambarkannya secara terstruktur.
- Kompilasi & konfirmasi persyaratan IS konsekuen.

Konstituen inti dari strategi bisnis yaitu:

Misi

Pernyataan yang jelas tentang apa yang dilakukan organisasi dan apa yang organisasi itu lakukan jangka panjang, tujuan keseluruhan. Peran utamanya adalah untuk menetapkan arah

semua orang mengikuti. Mungkin singkat, ringkas dan inspirasional, atau berisi pernyataan filosofis luas yang mengikat organisasi kegiatan tertentu dan untuk tujuan ekonomi, sosial, etika atau politik. Sering disebut 'niat strategis'. Nilai-nilai juga sering dinyatakan di samping misi. Tiga contoh misi yang berbeda-beda adalah:

- Untuk menjadi pemimpin komunikasi seluler dunia, memperkaya kehidupan individu dan pelanggan bisnis dalam jaringan masyarakat (perusahaan telekomunikasi global besar).
- Untuk memberantas semua penyakit menular di seluruh dunia' (Dunia Organisasi Kesehatan).
- Perusahaan bergerak di bidang pemasaran ritel secara nasional dasar produk minyak bumi dan distribusi yang merata buah dari peningkatan produktivitas manajemen, modal dan tenaga kerja di antara pemegang saham, karyawan dan publik (perusahaan publik besar).

Vision

Semakin banyak ditemukan dalam penyampaian strategi bisnis, ini memberikan gambar sering mencakup banyak aspek yang semua orang bisa mengidentifikasi dengan, apa yang akan menjadi bisnis di masa depan dan bagaimana itu akan beroperasi. Itu ada untuk membawa strategi untuk hidup dan untuk memberi seluruh organisasi tujuan yang dapat divisualisasikan, sehingga setiap pemangku kepentingan memiliki gambaran bersama tentang tujuan masa depan.

Business Drivers

Ini adalah serangkaian kekuatan kritis untuk perubahan yang harus dilakukan oleh bisnis menanggapi. Mereka mungkin mewakili jangka pendek, menengah dan panjang faktor-faktor di mana bisnis harus fokus untuk memenuhi keberatan hidup dan memuaskan CSF. Mereka sering tertimbang dan bisa digunakan dalam memprioritaskan proposal perbaikan. Misalnya utama pengemudi jangka pendek mungkin merupakan pengurangan dari basis biaya, yang utama pendorong jangka menengah dapat meningkatkan pangsa pasar dan utama pengemudi jangka panjang mungkin memiliki kualitas cacat nol.

Objectives

Target yang ditetapkan organisasi untuk membawanya ke pencapaian visinya. Mereka biasanya jumlahnya kecil, tetapi mewujudkan aspek paling penting dari visi seperti pengembalian finansial, layanan pelanggan, keunggulan manufaktur, moral staf, sosial dan kewajiban lingkungan. Itu adalah pernyataan masa depan hasil atau kondisi stabil yang ingin dicapai organisasi tingkat unit bisnis

global atau strategisnya. Mereka biasanya kuantitatif dilengkapi dengan nilai dan tenggat waktu terkait. Idealnya, mereka harus melakukannya tampilkan karakteristik berikut:

- . jelas dan berorientasi pada hasil;
- . terukur, dapat diverifikasi dan tidak terlalu banyak;
- . didirikan oleh mereka yang terlibat dalam pencapaian mereka;
- . relevan, dapat dicapai, dan mendorong kinerja tinggi;
- . konsisten dengan tujuan tingkat yang lebih tinggi.

Contohnya adalah:

- . 'Mengurangi biaya produksi sebesar 10% setiap tahun untuk lima berikutnya tahun
- . 'Mencapai nol pesanan tertunda dalam waktu 12 bulan'
- . 'Kurangi omset staf menjadi kurang dari 15% per tahun dalam waktu 2 tahun
- . 'Untuk memimpin di setiap pasar lokal dengan loyalitas pelanggan dan merek, posisi biaya terendah, bagian dari kumpulan laba dan kepuasan karyawan '

Biasanya, misi dan sasaran strategis organisasi adalah mengalir melalui bisnis, dan setiap fungsi bisnis atau proses inti diberikan kesempatan untuk mengembangkan tujuannya sendiri di Indonesia Menanggapi yang tingkat tinggi. Mereka sering bersifat taktis dan menimbulkan persyaratan IS jangka pendek.

Strategi

Mereka menentukan cara di mana tujuan akan dipenuhi. Mereka mungkin memperkuat kebijakan yang ada (mis. struktur komite pengarah untuk menyetujui belanja modal) atau inisiatif yang akan terus dilakukan dikejar, mungkin dengan sumber daya yang diperluas (seperti layanan pelanggan program). Mereka juga dapat menyatakan serangkaian kebijakan baru dan baru inisiatif yang akan dipraktikkan seperti pendesainan ulang proses produksi bisnis. Seringkali, mereka tidak ada, dan salah satu cara di mana IS proses strategis yang dapat membantu adalah dalam memfasilitasi identifikasi dan dokumentasi skema kandidat untuk mencapai tujuan.

Faktor Keberhasilan Penting (CSF)

CSF adalah beberapa area utama di mana 'segalanya harus berjalan dengan benar' untuk bisnis berkembang. Sangat penting untuk mengidentifikasi mereka kapan bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang bisnis. Itu tindakan menentukan CSF dapat membantu mengkristal tujuan dan strategi, dan tentu saja untuk menekankan kegiatan prioritas. CSF

Analisis akan dibahas lebih mendalam nanti dalam bab ini.

Business Area Plans

Mereka adalah rencana dari berbagai bidang bisnis, yang mendokumentasikan tanggapan mereka terhadap strategi bisnis. Dalam banyak kasus, ini mungkin mencerminkan kelanjutan bisnis seperti biasa, dengan fokus pada target utama yang diperkenalkan atau diperbaiki. Meskipun tidak bagian dari strategi, mereka berisi petunjuk untuk kebutuhan informasidan perlu diselidiki.

4. Examining current IS/IT supply

Untuk menetapkan kesenjangan antara ketentuan saat ini dan masa depan yang ditargetkan

- Untuk menentukan apakah lingkungan dapat mempertahankan perubahan yang diperlukan atau perlu diubah sendiri
- Untuk memungkinkan strategi memperhitungkan tren dan peluang dari teknologi yang muncul
- Untuk menyelidiki seberapa kompetitif atau komplementer organisasi menerapkan TI

Situasi IS Saat Ini-Internal

- Lingkungan IS
- Struktur organisasi
- Pengeluaran
- Jaminan simpanan
- Lokasi lain

Lingkungan Aplikasi Bisnis yang harus diketahui, adalah:

- Pada perangkat keras apa aplikasi bisnis Anda beroperasi?
- Berapa ukuran relatif H / W ini?
- Modul aplikasi bisnis apa yang Anda gunakan?
- Apakah paket aplikasi yang disediakan vendor?
- Apakah perusahaan pada rilis saat ini?
- Apakah aplikasi yang dikemas telah disesuaikan?
- Dalam bahasa pemrograman apa sistem ditulis?
- Berapa ukuran sistem dalam hal LOC
- Berapa banyak laporan yang dihasilkan oleh sistem?
- Berapa banyak program dalam sistem
- Berapa waktu respon rata-rata?
- Berapa banyak workstation, PC dan printer yang terhubung
- Apakah ada perangkat khusus yang diperlukan untuk mendukung kebutuhan di masa depan?

5. Analysis techniques

- Critical success factors (CSF) adalah analisis area aktivitas bisnis 'di mana segala sesuatu analisis * harus ke kanan ', Potensi dorongan SI / TI dan Ukuran performa.
- Balance scorecard analysis (BSC)/ Analisis Balance Scorecard (BSC)
- Tujuan bisnis dan informasi utama
- Persyaratan
- Ukuran performa
- Organizational model/ Pemodelan organisasi
- Penilaian bisnis yang komprehensif dan lingkungan SI / TI
- Mekanisme penyaringan dalam menilai opsi untuk perubahan

Dan Beberapa teknik yang digunakan dalam menganalisis situasi saat ini dan strategi bisnis lainnya:

Analisis strategi bisnis

- Strategi bisnis — misi, sasaran, dll.
- Inisiatif bisnis global
- Inisiatif bidang bisnis

- Prioritas bisnis
- Persyaratan SI mengarah ke permintaan SI

Analisis SWOT

Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman internal dan lingkungan bisnis eksternal dan SI / TI

Portofolio bisnis dan analisis strategi kompetitif

- Opsi untuk investasi IS jangka panjang untuk memperkuat posisi kompetitif
- Analisis rantai nilai
- Arus informasi internal Aliran informasi 'industri' tingkat tinggi model Dampak potensial dari SI / TI

Analisis proses / BPR

- Identifikasi proses bisnis inti
- Efektivitas proses dalam pertemuan driver
- Opsi perbaikan proses
- Memproses desain ulang cetak biru (yang memberikan peningkatan kinerja yang signifikan tentang pengemudi)
- Pilihan IS / IT yang dihasilkan

Teknik analisis pemodelan-informasi bisnis

Model perusahaan:

- Pola model-model objek
- Bagan dependensi proses
- Data aliran diagram-diagram dekomposisi fungsional
- Konseptual arsitektur

Evaluasi portofolio saat ini

- Profil aplikasi saat ini Cakupan dan kontribusi kepada pengguna bisnis dan kepuasan teknis
- Kontribusi aplikasi untuk bisnis strategi

Penilaian teknologi dan tinjauan infrastruktur SI / TI

- Inventarisasi perangkat keras dan lunak saat ini tinjauan infrastruktur Penilaian organisasi IS, prosedur, keterampilan dan metode

IT STRATEGIC AND PLANS

Oleh : Dedi Syamsuar, Ph.D

CHAPTER 4

Assessing and Understanding the Current Situation



**TRI SUSANTI
182420071**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA S2
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG
2019**

1. Business re-engineering and IS strategy

Hal yang pada umumnya hendak dicapai sebuah organisasi sehingga mengadopsi proses dalam [strategi SI/TI](#) adalah menyelaraskan SI/TI dengan bisnis sehingga bisa diidentifikasi dimana SI/TI bisa memberikan kontribusi yang optimal dan membantu menentukan prioritas investasinya.

Business Process Reengineering (BPR, Rekayasa ulang proses bisnis) adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari [sumber daya organisasi](#) yang tersedia. BPR menggunakan pendekatan untuk perancangan kembali cara kerja dalam mendukung misi organisasi dan mengurangi biaya. Perancangan ulang dimulai dengan penaksiran level tinggi terhadap misi organisasi, tujuan strategis, dan kebutuhan [pelanggan](#).

- a. Inisiatif rekayasa ulang muncul dari strategi bisnis
- b. Permintaan SI mendukung strategi bisnis
- c. Rekayasa ulang membutuhkan elemen SI / TI
- d. Rekayasa ulang dan strategi SI membentuk model potensial bisnis.
- e. Pindah dari model organisasi tradisional ke model berorientasi proses.

2. Understanding the current situation

Memahami Kondisi Saat Ini Menetapkan Kebutuhan SI/TI : The IS Demand

Strategi SI paling baik jika dikembangkan secara paralel dengan strategi bisnis. Dengan memasukkan tren, kesempatan dan ide ke dalam proses strategi bisnis, kemudian bekerja bersama dengan seluruh area bisnis, dalam membangun inisiasi Bisnis-SI/TI yang akan mengantarkan tujuan kinerja. Untuk mendapatkan hasil yang diinginkan, perlu untuk dicapai pemahaman mengenai apa penggerak perubahan dan kondisi saat ini, kemudian menetapkan tujuan/target, dan mulai mengusulkan rencana untuk memperkecil gap. Hal tersebut didapatkan melalui analisa yang fokus pada elemen dalam lingkungan bisnis dan SI/TI

3. Understanding IS/IT needs of the business strategy

Memahami Kondisi Saat Ini Menetapkan Kebutuhan SI/TI : The IS Demand

Strategi SI paling baik jika dikembangkan secara paralel dengan strategi bisnis. Dengan memasukkan tren, kesempatan dan ide ke dalam proses strategi bisnis, kemudian bekerja bersama dengan seluruh area bisnis, dalam membangun inisiasi Bisnis-SI/TI yang akan mengantarkan tujuan kinerja. Untuk mendapatkan hasil yang diinginkan, perlu untuk dicapai pemahaman mengenai apa penggerak perubahan dan kondisi saat ini, kemudian menetapkan tujuan/target, dan mulai mengusulkan rencana untuk memperkecil gap.

Hal tersebut didapatkan melalui analisa yang fokus pada elemen dalam lingkungan bisnis dan SI/TI

4. Examining current IS/IT supply

Strategy bisnis adalah Kegiatan yang harus dilakukan untuk berkontribusi secara langsung pada pencapaian tujuan bisnis, dan kebutuhan informasi pendukungnya, harus diidentifikasi. Kegiatan sekunder yang harus dilakukan untuk mengukur kinerja untuk mencapai tujuan tersebut, harus diidentifikasi. Dalam menganalisis strategi bisnis, persyaratan utama adalah:

- a. Identifikasi strategi saat ini dan setiap elemen baru yang muncul.
- b. Menafsirkan & menganalisis strategi & menggambarannya secara terstruktur.
- c. Kompilasi & konfirmasi persyaratan IS konsekuen.

5. Analysis techniques

- a. Critical success factors (CSF) adalah analisis area aktivitas bisnis 'di mana segala sesuatu analisis * harus ke kanan ', Potensi dorongan SI / TI dan Ukuran performa.
- b. Balance scorecard analysis (BSC)/ Analisis Balance Scorecard (BSC)
- c. Tujuan bisnis dan informasi utama
- d. Persyaratan
- e. Ukuran performa
- f. Organizational model/ Pemodelan organisasi
- g. Penilaian bisnis yang komprehensif dan lingkungan SI / TI
- h. Mekanisme penyangkutan dalam menilai opsi untuk perubahan

Kegunaan CSF dan BSC (Balanced Scorecards)

- Balanced Scorecards (BSC) dapat dideskripsikan sebagai kumpulan yang dipilih dengan hati-hati dan berasal dari strategi organisasi. BSC menyediakan perangkat bagi pimpinan untuk digunakan dalam berkomunikasi dengan pegawai dan stakeholder eksternal.
- BSC mengidentifikasi informasi yang dibutuhkan untuk mengukur kinerja terhadap tujuan bisnis.
- BSC melakukan pemeriksaan terhadap kinerja dari 4 perspektif yang saling berhubungan, masing-masing digambarkan dalam sebuah pertanyaan.

Kegunaan CSF dan BSC (Perspektif Balanced Scorecards)

- Perspektif Keuangan (Financial Perspective) : bagaimana penampilan kita di mata shareholder dan orang-orang yang mempunyai kepentingan keuangan dalam organisasi?
- Perspektif Bisnis Internal (Internal Business Perspective) : apa yang harus kita unggulkan jika kita ingin memenuhi harapan pegawai dan partner kita?
- Perspektif Konsumen (Customer Perspective) : bagaimana konsumen melihat produk, layanan, dan hubungannya dengan kita?
- Perspektif Pembelajaran dan Inovasi (Innovation and Learning Perspective) : untuk mencapai visi organisasi, bagaimana kita akan terus meningkat dan menciptakan nilai di masa depan bagi stakeholder?

- Agar berhasil, CSF dapat dengan mudah dihubungkan dengan tujuan dari unit bisnis. Teknik ini biasanya tidak berhasil jika diterapkan di bawah level ketiga dalam hirarki organisasi.
- Fokus utama CSF adalah pada pengendalian manajemen dan biasanya lebih ke analytical dari pada kreatif
- Sifat CSF dan KPI merefleksikan satu sama lain dari management style eksekutif. Chief Executive (CEO, CIO, CFO) mengukur kinerja dari faktor beban, kemudian bawahannya melihat kinerja sebagai kumpulan keluhan.

Organizational model / Model Organisasi

- Fokus pada dampak legislatif dan kebijakan fiskal, tren ekonomi dan industri, kompetisi pada industri tertentu, standar, produk dan praktik kompetitor Koalisi Domain
- Pengaruh internal utama yang menggerakkan kekuatan di balik organisasi. Penting untuk mengidentifikasi kelompok ini karena mereka yang akan memberikan kebutuhan untuk berubah dalam sistem informasi mencapai keunggulan kompetitif Aturan Formal Organisasi
- Rencana, budget, struktur organisasi, job desk, pengukuran kinerja dan sistem pengendalian

1. Business re-engineering and IS strategy
2. Understanding the current situation
3. Understanding IS/IT needs of the business strategy
4. Examining current IS/IT supply
5. Analysis techniques
 - Critical success factors (CSF)
 - Balance scorecard analysis (BSC)
 - Organizational model

1. Rekayasa ulang bisnis dan strategi SI

Jawaban:

Langkah-langkah untuk melakukan rekayasa ulang bisnis dan strategi SI:

- Inisiatif rekayasa ulang muncul dari strategi bisnis
- Permintaan SI mendukung strategi bisnis
- Rekayasa ulang membutuhkan elemen SI / TI
- Rekayasa ulang dan strategi SI membentuk model potensial bisnis.
- Beralih dari model organisasi tradisional ke model berorientasi proses.

2. Memahami situasi saat ini

Jawab:

- a. Pemahaman yang mendalam tentang: strategi bisnis, lingkungan bisnis & teknologi dan status IS / IT saat ini dalam bisnis.
- b. Kemungkinan untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan yang melekat dalam strategi bisnis. Kenali kekuatan & kelemahan bisnis dan peluang SI / TInya.

3. Memahami kebutuhan SI / TI dari strategi bisnis

Jawab:

4. Memeriksa pasokan SI / TI saat ini

5. Teknik analisis

– Faktor Keberhasilan Penting (CSF)

- The aim is to match IS with Business needs
- A “top-down approach” and can be applied on different levels
 - Industry
 - Corporate
 - Business unit or function
 - Manager
- Usages in management
 - IS opportunities to achieve Objectives
 - Information needed by executives

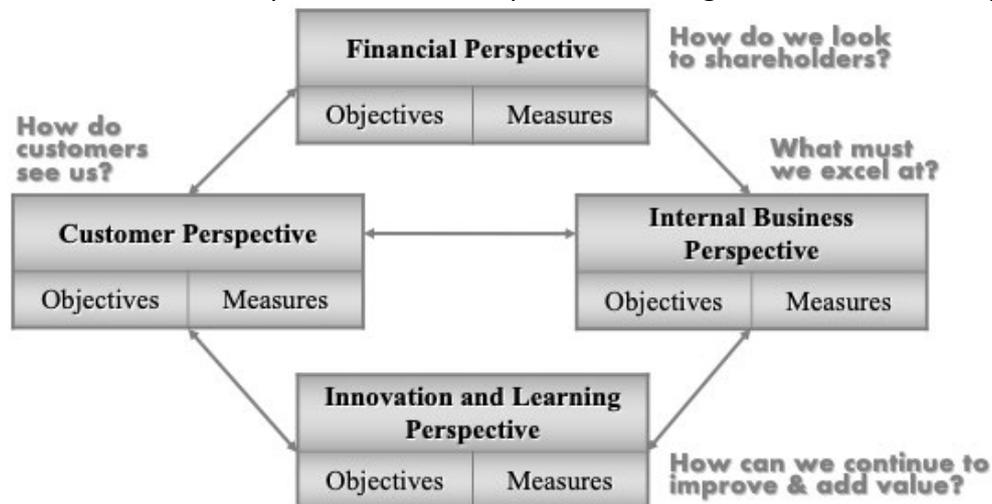
Benefits of CSF process are :-

- Involves Senior Management
- Provides an IS/IT Plan based on consensus
- Acts as a Catalyst
- Aligns IS projects to Business Strategy

- Links IT investment to Business Strategy
- Links Objectives to information requirements

–Balance scorecard analysis (BSC)

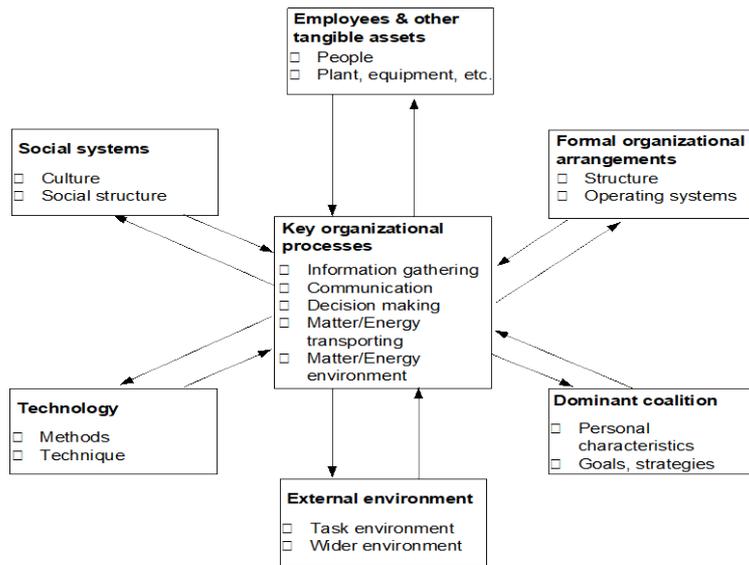
Identifies the information required to measure performance against the business objectives.



- Critical Success Factors can be linked to Balanced Scorecard
- Determine CSF from BSC Objective & Measures by identifying actions that would allow objectives to be met
- Model may extend one step further to IT/IS needs to carry out Actions/CSFs

- Model organisasi

- Core or key organizational process at the center
- Six supporting 'structural' processes
 - External environment
 - Employees & other tangible assets
 - Formal organizational arrangements
 - Internal social system
 - Organization's technology
 - Dominant coalition
- Uses:
 - Filtering mechanism to ensure ideas will 'fit'
 - Allows required cultural changes to be compared against model
 - Provides a comprehensive understanding of the environment



Nama : Yuniarti Denita Sari

NIM : 182420087, MTI 2019 REGULER B

QUESTION:

Explain about:

1. Business re-engineering and IS strategy
2. Understanding the current situation
3. Understanding IS/IT needs of the business strategy
4. Examining current IS/IT supply
5. Analysis techniques
 - Critical success factors (CSF)
 - Balance scorecard analysis (BSC)
 - Organizational model

ANSWER:

1. Business re-engineering and IS strategy

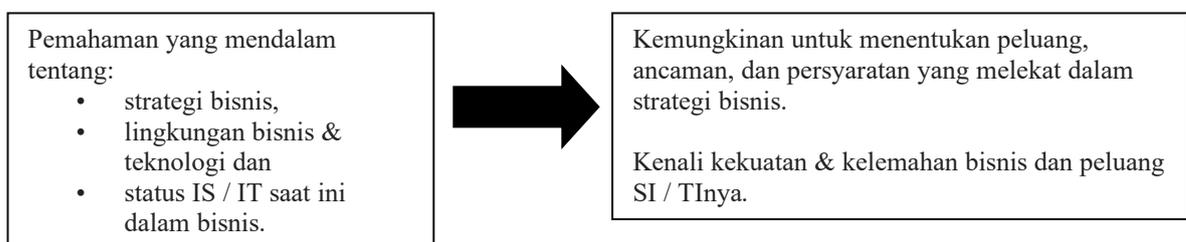
Business Process Reengineering (BPR, Rekayasa ulang proses bisnis) adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari sumber daya organisasi yang tersedia. BPR menggunakan pendekatan untuk perancangan kembali cara kerja dalam mendukung misi organisasi dan mengurangi biaya. Perancangan ulang dimulai dengan penaksiran level tinggi terhadap misi organisasi, tujuan strategis, dan kebutuhan pelanggan.

- Inisiatif rekayasa ulang muncul dari strategi bisnis
- Permintaan SI mendukung strategi bisnis
- Rekayasa ulang membutuhkan elemen SI / TI
- Rekayasa ulang dan strategi SI membentuk model potensial bisnis.
- Pindah dari model organisasi tradisional ke model berorientasi proses

Ada 2 pertanyaan kunci TI:

- Bagaimana proses bisnis dapat diubah menggunakan IT?
- Bagaimana TI terbaik mendukung proses bisnis?

2. Understanding the current situation



Situasi saat ini merupakan titik awal dari mana program perubahan dimulai !

Memahami situasi saat ini melibatkan memperoleh secara mendalam pemahaman tentang strategi bisnis, bisnis dan teknologi dan status IS / IT saat ini dalam bisnis. Ini membuatnya mungkin untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan melekat dalam strategi bisnis, dan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan bisnis dan operasi SI / TI. Ini sangat penting, karena situasi saat ini merupakan titik awal dari perubahan apapun program dimulai.

3. Understanding IS/IT needs of the business strategy

Strategy bisnis adalah Kegiatan yang harus dilakukan untuk berkontribusi secara langsung pada pencapaian tujuan bisnis, dan kebutuhan informasi pendukungnya, harus diidentifikasi. Kegiatan sekunder yang harus dilakukan untuk mengukur kinerja untuk mencapai tujuan tersebut, harus diidentifikasi. Dalam menganalisis strategi bisnis, persyaratan utama adalah:

- Identifikasi strategi saat ini dan setiap elemen baru yang muncul.
- Menafsirkan & menganalisis strategi & menggambarkannya secara terstruktur.
- Kompilasi & konfirmasi persyaratan IS konsekuen.

Konstituen inti dari strategi bisnis yaitu:

Misi

Pernyataan yang jelas tentang apa yang dilakukan organisasi dan apa yang organisasi itu lakukan jangka panjang, tujuan keseluruhan. Peran utamanya adalah untuk menetapkan arah

semua orang mengikuti. Mungkin singkat, ringkas dan inspirasional, atau berisi pernyataan filosofis luas yang mengikat organisasi kegiatan tertentu dan untuk tujuan ekonomi, sosial, etika atau politik. Sering disebut 'niat strategis'. Nilai-nilai juga sering dinyatakan di samping misi. Tiga contoh misi yang berbeda-beda adalah:

- Untuk menjadi pemimpin komunikasi seluler dunia, memperkaya kehidupan individu dan pelanggan bisnis dalam jaringan masyarakat (perusahaan telekomunikasi global besar).
- Untuk memberantas semua penyakit menular di seluruh dunia' (Dunia Organisasi Kesehatan).
- Perusahaan bergerak di bidang pemasaran ritel secara nasional dasar produk minyak bumi dan distribusi yang meratabuahkan dari peningkatan produktivitas manajemen, modal dan tenaga kerja di antara pemegang saham, karyawan dan publik (perusahaan publik besar).

Vision

Semakin banyak ditemukan dalam penyampaian strategi bisnis, ini memberikan gambar sering mencakup banyak aspek yang semua orang bisa mengidentifikasi dengan, apa yang akan menjadi bisnis di masa depan dan bagaimana itu akan beroperasi. Itu ada untuk membawa strategi untuk hidup dan untuk memberis seluruh organisasi tujuan yang dapat divisualisasikan, sehingga setiap pemangku kepentingan memiliki gambaran bersama tentang tujuan masa depan.

Business Drivers

Ini adalah serangkaian kekuatan kritis untuk perubahan yang harus dilakukan oleh bisnis menanggapi. Mereka mungkin mewakili jangka pendek, menengah dan panjang faktor-faktor di mana bisnis harus fokus untuk memenuhi keberatan hidup dan memuaskan CSF. Mereka sering tertimbang dan bisadigunakan dalam memprioritaskan proposal perbaikan. Misalnya utama pengemudi jangka pendek mungkin merupakan pengurangan dari basis biaya, yang utama pendorong jangka menengah dapat meningkatkan pangsa pasar dan utamapengemudi jangka panjang mungkin memiliki kualitas cacat nol.

Objectives

Target yang ditetapkan organisasi untuk membawanya ke pencapaian visinya. Mereka biasanya jumlahnya kecil, tetapi mewujudkan aspek paling penting dari visi seperti pengembalian finansial, layanan pelanggan, keunggulan manufaktur, moral staf, sosial dan kewajiban lingkungan. Itu adalah pernyataan masa depan hasil atau kondisi stabil yang ingin dicapai organisasi tingkat unit bisnis global atau strategisnya. Mereka biasanya kuantitatif dilengkapi dengan nilai dan tenggat waktu terkait. Idealnya, mereka harus melakukannya yang menampilkan karakteristik berikut:

- . jelas dan berorientasi pada hasil;
- . terukur, dapat diverifikasi dan tidak terlalu banyak;
- . didirikan oleh mereka yang terlibat dalam pencapaian mereka;
- . relevan, dapat dicapai, dan mendorong kinerja tinggi;
- . konsisten dengan tujuan tingkat yang lebih tinggi.

Contohnya adalah:

- . 'Mengurangi biaya produksi sebesar 10% setiap tahun untuk lima berikutnya tahun
- . 'Mencapai nol pesanan tertunda dalam waktu 12 bulan'
- . 'Kurangi omset staf menjadi kurang dari 15% per tahun dalam waktu 2 tahun
- . 'Untuk memimpin di setiap pasar lokal dengan loyalitas pelanggan dan merek, posisi biaya terendah, bagian dari kumpulan laba dan kepuasan karyawan'

Biasanya, misi dan sasaran strategis organisasi adalah mengalir melalui bisnis, dan setiap fungsi bisnis atau proses inti diberikan kesempatan untuk mengembangkan tujuannya sendiri di Indonesia Menanggapi yang tingkat tinggi. Mereka sering bersifat taktis dan menimbulkan persyaratan IS jangka pendek.

Strategi

Mereka menentukan cara di mana tujuan akan dipenuhi. Mereka mungkin memperkuat kebijakan yang ada (mis. struktur komite pengarah untuk menyetujui belanja modal) atau inisiatif yang akan terus dilakukan dikejar, mungkin dengan sumber daya yang diperluas (seperti layanan pelanggan) program). Mereka juga dapat menyatakan serangkaian kebijakan baru dan baru inisiatif yang akan dipraktikkan seperti pendesainan ulang proses produksi bisnis. Seringkali, mereka tidak ada, dan salah satu cara di mana IS proses strategis yang dapat membantu adalah dalam memfasilitasi identifikasi dan dokumentasi skema kandidat untuk mencapai tujuan.

Faktor Keberhasilan Penting (CSF)

CSF adalah beberapa area utama di mana 'segalanya harus berjalan dengan benar' untuk bisnis berkembang. Sangat penting untuk mengidentifikasi mereka kapan bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang bisnis. Itu tindakan menentukan CSF dapat membantu mengkristal tujuan dan strategi, dan tentu saja untuk menekankan kegiatan prioritas. CSF Analisis akan dibahas lebih mendalam nanti dalam bab ini.

Business Area Plans

Mereka adalah rencana dari berbagai bidang bisnis, yang mendokumentasikan tanggapan mereka terhadap strategi bisnis. Dalam banyak kasus, ini mungkin mencerminkan kelanjutan bisnis seperti biasa, dengan fokus pada target utama yang diperkenalkan atau diperbaiki. Meskipun tidak bagian dari strategi, mereka berisi petunjuk untuk kebutuhan informasi dan perlu diselidiki.

4. Examining current IS/IT supply

- Untuk menetapkan kesenjangan antara ketentuan saat ini dan masa depan yang ditargetkan
- Untuk menentukan apakah lingkungan dapat mempertahankan perubahan yang diperlukan atau perlu diubah sendiri
- Untuk memungkinkan strategi memperhitungkan tren dan peluang dari teknologi yang muncul
- Untuk menyelidiki seberapa kompetitif atau komplementer organisasi menerapkan TI

Situasi IS Saat Ini-Internal

- Lingkungan IS
- Struktur organisasi
- Pengeluaran

- Jaminan simpanan
- Lokasi lain

Lingkungan Aplikasi Bisnis yang harus diketahui, adalah:

- Pada perangkat keras apa aplikasi bisnis Anda beroperasi?
- Berapa ukuran relatif H / W ini?
- Modul aplikasi bisnis apa yang Anda gunakan?
- Apakah paket aplikasi yang disediakan vendor?
- Apakah perusahaan pada rilis saat ini?
- Apakah aplikasi yang dikemas telah disesuaikan?
- Dalam bahasa pemrograman apa sistem ditulis?
- Berapa ukuran sistem dalam hal LOC
- Berapa banyak laporan yang dihasilkan oleh sistem?
- Berapa banyak program dalam sistem
- Berapa waktu respon rata-rata?
- Berapa banyak workstation, PC dan printer yang terhubung
- Apakah ada perangkat khusus yang diperlukan untuk mendukung kebutuhan di masa depan?

5. Analysis techniques

- Critical success factors (CSF) adalah analisis area aktivitas bisnis 'di mana segala sesuatu analisis * harus ke kanan', Potensi dorongan SI / TI dan Ukuran performa.
- Balance scorecard analysis (BSC)/ Analisis Balance Scorecard (BSC)
 - Tujuan bisnis dan informasi utama
 - Persyaratan
 - Ukuran performa
- Organizational model/ Pemodelan organisasi
 - Penilaian bisnis yang komprehensif dan lingkungan SI / TI
 - Mekanisme penyaringan dalam menilai opsi untuk perubahan

Dan Beberapa teknik yang digunakan dalam menganalisis situasi saat ini dan strategi bisnis lainnya:

Analisis strategi bisnis

- Strategi bisnis — misi, sasaran, dll.
- Inisiatif bisnis global
- Inisiatif bidang bisnis
- Prioritas bisnis
- Persyaratan SI mengarah ke permintaan SI

Analisis SWOT

Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman internal dan lingkungan bisnis eksternal dan SI / TI

Portofolio bisnis dan analisis strategi kompetitif

- Opsi untuk investasi IS jangka panjang untuk memperkuat posisi kompetitif
- Analisis rantai nilai
- Arus informasi internal Aliran informasi 'industri' tingkat tinggi model Dampak potensial dari SI / TI

Analisis proses / BPR

- Identifikasi proses bisnis inti
- Efektivitas proses dalam pertemuan driver

- Opsi perbaikan proses
- Memproses desain ulang cetak biru (yang memberikan peningkatan kinerja yang signifikan tentang pengemudi)
- Pilihan IS / IT yang dihasilkan

Teknik analisis pemodelan-informasi bisnis

Model perusahaan:

- Pola model-model objek
- Bagan dependensi proses
- Data aliran diagram-diagram dekomposisi fungsional
- Konseptual arsitektur

Evaluasi portofolio saat ini

- Profil aplikasi saat ini Cakupan dan kontribusi kepada pengguna bisnis dan kepuasan teknis
- Kontribusi aplikasi untuk bisnis strategi

Penilaian teknologi dan tinjauan infrastruktur SI / TI

- Inventarisasi perangkat keras dan lunak saat ini tinjauan infrastruktur Penilaian organisasi IS, prosedur, keterampilan dan metode

QUESTION:

Explain about:

1. Business re-engineering and IS strategy
2. Understanding the current situation
3. Understanding IS/IT needs of the business strategy
4. Examining current IS/IT supply
5. Analysis techniques
 - Critical success factors (CSF)
 - Balance scorecard analysis (BSC)
 - Organizational model

ANSWER:

1. Business re-engineering and IS strategy

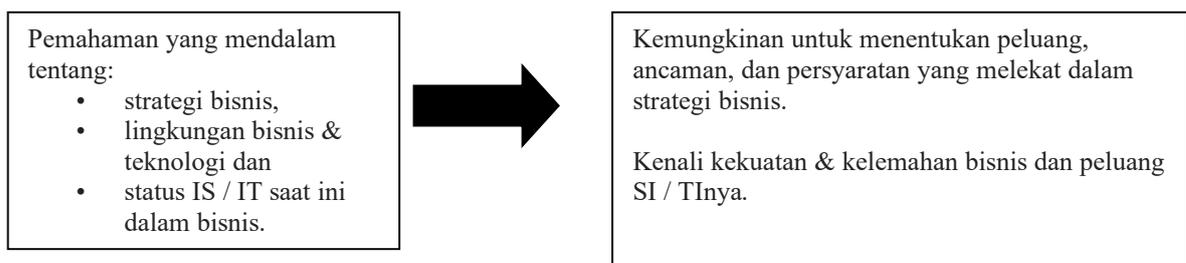
Business Process Reengineering (BPR, Rekayasa ulang proses bisnis) adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari sumber daya organisasi yang tersedia. BPR menggunakan pendekatan untuk perancangan kembali cara kerja dalam mendukung misi organisasi dan mengurangi biaya. Perancangan ulang dimulai dengan penaksiran level tinggi terhadap misi organisasi, tujuan strategis, dan kebutuhan pelanggan.

- Inisiatif rekayasa ulang muncul dari strategi bisnis
- Permintaan SI mendukung strategi bisnis
- Rekayasa ulang membutuhkan elemen SI / TI
- Rekayasa ulang dan strategi SI membentuk model potensial bisnis.
- Pindah dari model organisasi tradisional ke model berorientasi proses

Ada 2 pertanyaan kunci TI:

- Bagaimana proses bisnis dapat diubah menggunakan IT?
- Bagaimana TI terbaik mendukung proses bisnis?

2. Understanding the current situation



Memahami situasi saat ini merupakan titik awal dari mana program dapat dimulai. Mendalam pemahaman tentang strategi bisnis, bisnis dan teknologi dan status IS / IT saat ini dalam bisnis. Ini membuatnya mungkin untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan melekat dalam

strategi bisnis, dan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan bisnis dan operasi SI / TI. Ini sangat penting, karena situasi saat ini merupakan titik awal dari perubahan apa pun program dimulai.

3. Understanding IS/IT needs of the business strategy

Strategy bisnis adalah Kegiatan yang harus dilakukan untuk berkontribusi secara langsung pada pencapaian tujuan bisnis, dan kebutuhan informasi pendukungnya, harus diidentifikasi. Kegiatan sekunder yang harus dilakukan untuk mengukur kinerja untuk mencapai tujuan tersebut, harus diidentifikasi. Dalam menganalisis strategi bisnis, persyaratan utama adalah:

- Identifikasi strategi saat ini dan setiap elemen baru yang muncul.
- Menafsirkan & menganalisis strategi & menggambarannya secara terstruktur.
- Kompilasi & konfirmasi persyaratan IS konsekuen.

Konstituen inti dari strategi bisnis yaitu:

Misi

Pernyataan yang jelas tentang apa yang dilakukan organisasi dan apa yang organisasi itu lakukan jangka panjang, tujuan keseluruhan. Peran utamanya adalah untuk menetapkan arah semua orang mengikuti. Mungkin singkat, ringkas dan inspirasional, atau berisi pernyataan filosofis luas yang mengikat organisasi kegiatan tertentu dan untuk tujuan ekonomi, sosial, etika atau politik. Sering disebut 'niat strategis'. Nilai-nilai juga sering dinyatakan di samping misi. Tiga contoh misi yang berbeda-beda adalah:

- Untuk menjadi pemimpin komunikasi seluler dunia, memperkaya kehidupan individu dan pelanggan bisnis dalam jaringan masyarakat (perusahaan telekomunikasi global besar).
- Untuk memberantas semua penyakit menular di seluruh dunia' (Dunia Organisasi Kesehatan).
- Perusahaan bergerak di bidang pemasaran ritel secara nasional dasar produk minyak bumi dan distribusi yang merata buah dari peningkatan produktivitas manajemen, modal dan tenaga kerja di antara pemegang saham, karyawan dan publik (perusahaan publik besar).

Vision

Semakin banyak ditemukan dalam penyampaian strategi bisnis, ini memberikan gambar sering mencakup banyak aspek yang semua orang bisa mengidentifikasi dengan, apa yang akan menjadi bisnis di masa depan dan bagaimana itu akan beroperasi. Itu ada untuk membawa strategi untuk hidup dan untuk memberis seluruh organisasi tujuan yang dapat

divisualisasikan, sehingga setiap pemangku kepentingan memiliki gambaran bersama tentang tujuan masa depan.

Business Drivers

Ini adalah serangkaian kekuatan kritis untuk perubahan yang harus dilakukan oleh bisnis menanggapi. Mereka mungkin mewakili jangka pendek, menengah dan panjang faktor-faktor di mana bisnis harus fokus untuk memenuhi keberatan hidup dan memuaskan CSF. Mereka sering tertimbang dan bisa digunakan dalam memprioritaskan proposal perbaikan. Misalnya utamapengemudi jangka pendek mungkin merupakan pengurangan dari basis biaya, yang utamapendorong jangka menengah dapat meningkatkan pangsa pasar dan utamapengemudi jangka panjang mungkin memiliki kualitas cacat nol.

Objectives

Target yang ditetapkan organisasi untuk membawanya ke pencapaian visinya. Mereka biasanya jumlahnya kecil, tetapi mewujudkan aspek paling penting dari visi seperti pengembalian finansial, layanan pelanggan, keunggulan manufaktur, moral staf, sosial dan kewajiban lingkungan. Itu adalah pernyataan masa depan hasil atau kondisi stabil yang ingin dicapai organisasi tingkat unit bisnis global atau strategisnya. Mereka biasanya kuantitatif dilengkapi dengan nilai dan tenggat waktu terkait. Idealnya, mereka harus melakukannya menampilkan karakteristik berikut:

- . jelas dan berorientasi pada hasil;
- . terukur, dapat diverifikasi dan tidak terlalu banyak;
- . didirikan oleh mereka yang terlibat dalam pencapaian mereka;
- . relevan, dapat dicapai, dan mendorong kinerja tinggi;
- . konsisten dengan tujuan tingkat yang lebih tinggi.

Contohnya adalah:

- . 'Mengurangi biaya produksi sebesar 10% setiap tahun untuk lima berikutnya tahun
- . 'Mencapai nol pesanan tertunda dalam waktu 12 bulan'
- . 'Kurangi omset staf menjadi kurang dari 15% per tahun dalam waktu 2 tahun
- . 'Untuk memimpin di setiap pasar lokal dengan loyalitas pelanggan dan merek, posisi biaya terendah, bagian dari kumpulan laba dan kepuasan karyawan '

Biasanya, misi dan sasaran strategis organisasi adalah mengalir melalui bisnis, dan setiap fungsi bisnis atau proses inti diberikan kesempatan untuk mengembangkan tujuannya sendiri di Indonesia Menanggapi yang tingkat tinggi. Mereka sering bersifat taktis dan menimbulkan persyaratan IS jangka pendek.

Strategi

Mereka menentukan cara di mana tujuan akan dipenuhi. Mereka mungkin memperkuat kebijakan yang ada (mis. struktur komite pengarah untuk menyetujui belanja modal) atau inisiatif yang akan terus dilakukan/kejar, mungkin dengan sumber daya yang diperluas (seperti layanan pelanggan) program). Mereka juga dapat menyatakan serangkaian kebijakan baru dan baru inisiatif yang akan dipraktikkan seperti pendesainan ulang proses produksi bisnis. Seringkali, mereka tidak ada, dan salah satu cara di mana IS proses strategis yang dapat membantu adalah dalam memfasilitasi identifikasi dan dokumentasi skema kandidat untuk mencapai tujuan.

Faktor Keberhasilan Penting (CSF)

CSF adalah beberapa area utama di mana 'segalanya harus berjalan dengan benar' untuk bisnis berkembang. Sangat penting untuk mengidentifikasi mereka kapan bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang bisnis. Itu tindakan menentukan CSF dapat membantu mengkrystal tujuandan strategi, dan tentu saja untuk menekankan kegiatan prioritas. CSF

Analisis akan dibahas lebih mendalam nanti dalam bab ini.

Business Area Plans

Mereka adalah rencana dari berbagai bidang bisnis, yang mendokumentasikan tanggapan mereka terhadap strategi bisnis. Dalam banyak kasus, ini mungkin mencerminkan kelanjutan bisnis seperti biasa, dengan fokus pada target utama yang diperkenalkan atau diperbaiki. Meskipun tidak bagian dari strategi, mereka berisi petunjuk untuk kebutuhan informasi dan perlu diselidiki.

4. Examining current IS/IT supply

- Untuk menetapkan kesenjangan antara ketentuan saat ini dan masa depan yang ditargetkan
- Untuk menentukan apakah lingkungan dapat mempertahankan perubahan yang diperlukan atau perlu diubah sendiri
- Untuk memungkinkan strategi memperhitungkan tren dan peluang dari teknologi yang muncul
- Untuk menyelidiki seberapa kompetitif atau komplementer organisasi menerapkan TI

Situasi IS Saat Ini-Internal

- Lingkungan IS
- Struktur organisasi
- Pengeluaran
- Jaminan simpanan

- Lokasi lain

Lingkungan Aplikasi Bisnis yang harus diketahui, adalah:

- Pada perangkat keras apa aplikasi bisnis Anda beroperasi?
- Berapa ukuran relatif H / W ini?
- Modul aplikasi bisnis apa yang Anda gunakan?
- Apakah paket aplikasi yang disediakan vendor?
- Apakah perusahaan pada rilis saat ini?
- Apakah aplikasi yang dikemas telah disesuaikan?
- Dalam bahasa pemrograman apa sistem ditulis?
- Berapa ukuran sistem dalam hal LOC
- Berapa banyak laporan yang dihasilkan oleh sistem?
- Berapa banyak program dalam sistem
- Berapa waktu respon rata-rata?
- Berapa banyak workstation, PC dan printer yang terhubung
- Apakah ada perangkat khusus yang diperlukan untuk mendukung kebutuhan di masa depan?

5. Analysis techniques

- Critical success factors (CSF) adalah analisis area aktivitas bisnis 'di mana segala sesuatu analisis * harus ke kanan ', Potensi dorongan SI / TI dan Ukuran performa.
- Balance scorecard analysis (BSC)/ Analisis Balance Scorecard (BSC)
 - Tujuan bisnis dan informasi utama
 - Persyaratan
 - Ukuran performa
- Organizational model/ Pemodelan organisasi
 - Penilaian bisnis yang komprehensif dan lingkungan SI / TI
 - Mekanisme penyaringan dalam menilai opsi untuk perubahan

Dan Beberapa teknik yang digunakan dalam menganalisis situasi saat ini dan strategi bisnis lainnya:

Analisis strategi bisnis

- Strategi bisnis — misi, sasaran, dll.
- Inisiatif bisnis global
- Inisiatif bidang bisnis
- Prioritas bisnis

- Persyaratan SI mengarah ke permintaan SI

Analisis SWOT

Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman internal dan lingkungan bisnis eksternal dan SI / TI

Portofolio bisnis dan analisis strategi kompetitif

- Opsi untuk investasi IS jangka panjang untuk memperkuat posisi kompetitif
- Analisis rantai nilai
- Arus informasi internal Aliran informasi 'industri' tingkat tinggi model Dampak potensial dari SI / TI

Analisis proses / BPR

- Identifikasi proses bisnis inti
- Efektivitas proses dalam pertemuan driver
- Opsi perbaikan proses
- Memproses desain ulang cetak biru (yang memberikan peningkatan kinerja yang signifikan tentang pengemudi)
- Pilihan IS / IT yang dihasilkan

Teknik analisis pemodelan-informasi bisnis

Model perusahaan:

- Pola model-model objek
- Bagan dependensi proses
- Data aliran diagram-diagram dekomposisi fungsional
- Konseptual arsitektur

Evaluasi portofolio saat ini

- Profil aplikasi saat ini Cakupannya kontribusi kepada pengguna bisnis dan kepuasan teknis
- Kontribusi aplikasi untuk bisnis strategi

Penilaian teknologi dan tinjauan infrastruktur SI / TI

- Inventarisasi perangkat keras dan lunak saat ini tinjauan infrastruktur Penilaian organisasi IS, prosedur, keterampilan dan metode

NAMA : AHKMAD IPANDY

NIM : 182420088

1. Business re-engineering and IS strategy

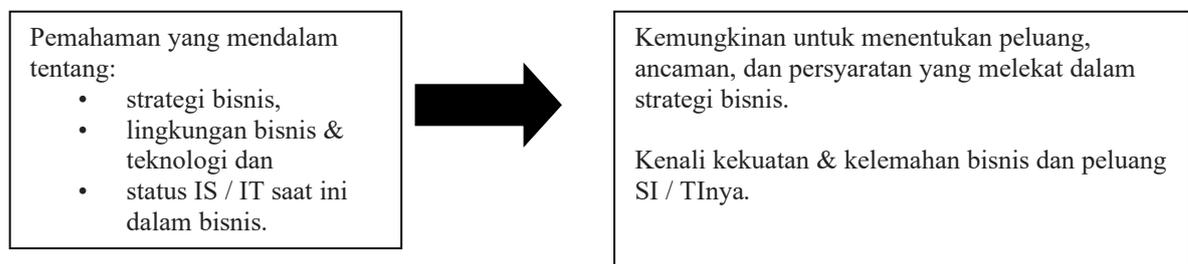
Business Process Reengineering (BPR, Rekayasa ulang proses bisnis) adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari sumber daya organisasi yang tersedia. BPR menggunakan pendekatan untuk perancangan kembali cara kerja dalam mendukung misi organisasi dan mengurangi biaya. Perancangan ulang dimulai dengan penaksiran level tinggi terhadap misi organisasi, tujuan strategis, dan kebutuhan pelanggan.

- Inisiatif rekayasa ulang muncul dari strategi bisnis
- Permintaan SI mendukung strategi bisnis
- Rekayasa ulang membutuhkan elemen SI / TI
- Rekayasa ulang dan strategi SI membentuk model potensial bisnis.
- Pindah dari model organisasi tradisional ke model berorientasi proses

Ada 2 pertanyaan kunci TI:

- Bagaimana proses bisnis dapat diubah menggunakan IT?
- Bagaimana TI terbaik mendukung proses bisnis?

2. Understanding the current situation



Memahami situasi saat ini merupakan titik awal dari mana program perubahan dimulai! Situasi saat ini merupakan titik awal dari mana program mendalam pemahaman tentang strategi bisnis, bisnis dan teknologi dan status IS / IT saat ini dalam bisnis. Ini membuatnya mungkin untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan melekat dalam strategi bisnis, dan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan bisnis dan operasi SI / TI. Ini sangat penting, karena situasi saat ini merupakan titik awal dari perubahan apa pun program dimulai.

3. Understanding IS/IT needs of the business strategy

Strategy bisnis adalah Kegiatan yang harus dilakukan untuk berkontribusi secara langsung pada pencapaian tujuan bisnis, dan kebutuhan informasi pendukungnya, harus diidentifikasi. Kegiatan sekunder yang harus dilakukan untuk mengukur kinerja untuk mencapai tujuan tersebut, harus diidentifikasi. Dalam menganalisis strategi bisnis, persyaratan utama adalah:

- Identifikasi strategi saat ini dan setiap elemen baru yang muncul.
- Menafsirkan & menganalisis strategi & menggambarannya secara terstruktur.
- Kompilasi & konfirmasi persyaratan IS konsekuen.

Konstituen inti dari strategi bisnis yaitu:

Misi

Pernyataan yang jelas tentang apa yang dilakukan organisasi dan apa yang organisasi itu lakukan jangka panjang, tujuan keseluruhan. Peran utamanya adalah untuk menetapkan arah semua orang mengikuti. Mungkin singkat, ringkas dan inspirasional, atau berisi pernyataan filosofis luas yang mengikat organisasi kegiatan tertentu dan untuk tujuan ekonomi, sosial, etika atau politik. Sering disebut 'niat strategis'. Nilai-nilai juga sering dinyatakan di samping misi. Tiga contoh misi yang berbeda-beda adalah:

- Untuk menjadi pemimpin komunikasi seluler dunia, memperkaya kehidupan individu dan pelanggan bisnis dalam jaringan masyarakat (perusahaan telekomunikasi global besar).
- Untuk memberantas semua penyakit menular di seluruh dunia' (Dunia Organisasi Kesehatan).
- Perusahaan bergerak di bidang pemasaran ritel secara nasional dasar produk minyak bumi dan distribusi yang merata buah dari peningkatan produktivitas manajemen, modal dan tenaga kerja di antara pemegang saham, karyawan dan publik (perusahaan publik besar).

Vision

Semakin banyak ditemukan dalam penyampaian strategi bisnis, ini memberikan gambar sering mencakup banyak aspek yang semua orang bisa mengidentifikasi dengan, apa yang akan menjadi bisnis di masa depan dan bagaimana itu akan beroperasi. Itu ada untuk membawa strategi untuk hidup dan untuk memberi seluruh organisasi tujuan yang dapat divisualisasikan, sehingga setiap pemangku kepentingan memiliki gambaran bersama tentang tujuan masa depan.

Business Drivers

Ini adalah serangkaian kekuatan kritis untuk perubahan yang harus dilakukan oleh bisnis menanggapi. Mereka mungkin mewakili jangka pendek, menengah dan panjang faktor-faktor di mana bisnis harus fokus untuk memenuhi keberatan hidup dan memuaskan CSF. Mereka sering tertimbang dan bisa digunakan dalam memprioritaskan proposal perbaikan. Misalnya utama pengemudi jangka pendek mungkin merupakan pengurangan dari basis biaya, yang utama pendorong jangka menengah dapat meningkatkan pangsa pasar dan utama pengemudi jangka panjang mungkin memiliki kualitas cacat nol.

Objectives

Target yang ditetapkan organisasi untuk membawanya ke pencapaian visinya. Mereka biasanya jumlahnya kecil, tetapi mewujudkan aspek paling penting dari visi seperti pengembalian finansial, layanan pelanggan, keunggulan manufaktur, moral staf, sosial dan kewajiban lingkungan. Itu adalah pernyataan masa depan hasil atau kondisi stabil yang ingin dicapai organisasi tingkat unit bisnis global atau strategisnya. Mereka biasanya kuantitatif dilengkapi dengan nilai dan tenggat waktu terkait. Idealnya, mereka harus melakukannya tampilkan karakteristik berikut:

- . jelas dan berorientasi pada hasil;
- . terukur, dapat diverifikasi dan tidak terlalu banyak;
- . didirikan oleh mereka yang terlibat dalam pencapaian mereka;
- . relevan, dapat dicapai, dan mendorong kinerja tinggi;
- . konsisten dengan tujuan tingkat yang lebih tinggi.

Contohnya adalah:

- . 'Mengurangi biaya produksi sebesar 10% setiap tahun untuk lima berikutnya tahun
- . 'Mencapai nol pesanan tertunda dalam waktu 12 bulan'
- . 'Kurangi omset staf menjadi kurang dari 15% per tahun dalam waktu 2 tahun
- . 'Untuk memimpin di setiap pasar lokal dengan loyalitas pelanggan dan merek, posisi biaya terendah, bagian dari kumpulan laba dan kepuasan karyawan '

Biasanya, misi dan sasaran strategis organisasi adalah mengalir melalui bisnis, dan setiap fungsi bisnis atau proses inti diberikan kesempatan untuk mengembangkan tujuannya sendiri di Indonesia Menanggapi yang tingkat tinggi. Mereka sering bersifat taktis dan menimbulkan persyaratan IS jangka pendek.

Strategi

Mereka menentukan cara di mana tujuan akan dipenuhi. Mereka mungkin memperkuat kebijakan yang ada (mis. struktur komite pengarah untuk menyetujui belanja modal) atau inisiatif yang akan terus dilakukan dikejar, mungkin dengan sumber daya yang diperluas (seperti layanan pelanggan) program). Mereka juga dapat menyatakan serangkaian kebijakan

baru dan baru inisiatif yang akan dipraktikkan seperti pendesainan ulang proses produksi bisnis. Seringkali, mereka tidak ada, dan salah satu cara di mana IS proses strategis yang dapat membantu adalah dalam memfasilitasi identifikasi dan dokumentasi skema kandidat untuk mencapai tujuan.

Faktor Keberhasilan Penting (CSF)

CSF adalah beberapa area utama di mana 'segalanya harus berjalan dengan benar' untuk bisnis berkembang. Sangat penting untuk mengidentifikasi mereka kapan bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang bisnis. Itu tindakan menentukan CSF dapat membantu mengkristal tujuan dan strategi, dan tentu saja untuk menekankan kegiatan prioritas. CSF

Analisis akan dibahas lebih mendalam nanti dalam bab ini.

Business Area Plans

Mereka adalah rencana dari berbagai bidang bisnis, yang mendokumentasikan tanggapan mereka terhadap strategi bisnis. Dalam banyak kasus, ini mungkin mencerminkan kelanjutan bisnis seperti biasa, dengan fokus pada target utama yang diperkenalkan atau diperbaiki. Meskipun tidak bagian dari strategi, mereka berisi petunjuk untuk kebutuhan informasidan perlu diselidiki.

4. Examining current IS/IT supply

- Untuk menetapkan kesenjangan antara ketentuan saat ini dan masa depan yang ditargetkan
- Untuk menentukan apakah lingkungan dapat mempertahankan perubahan yang diperlukan atau perlu diubah sendiri
- Untuk memungkinkan strategi memperhitungkan tren dan peluang dari teknologi yang muncul
- Untuk menyelidiki seberapa kompetitif atau komplementer organisasi menerapkan TI

Situasi IS Saat Ini-Internal

- Lingkungan IS
- Struktur organisasi
- Pengeluaran
- Jaminan simpanan
- Lokasi lain

Lingkungan Aplikasi Bisnis yang harus diketahui, adalah:

- Pada perangkat keras apa aplikasi bisnis Anda beroperasi?
- Berapa ukuran relatif H / W ini?

- Modul aplikasi bisnis apa yang Anda gunakan?
- Apakah paket aplikasi yang disediakan vendor?
- Apakah perusahaan pada rilis saat ini?
- Apakah aplikasi yang dikemas telah disesuaikan?
- Dalam bahasa pemrograman apa sistem ditulis?
- Berapa ukuran sistem dalam hal LOC
- Berapa banyak laporan yang dihasilkan oleh sistem?
- Berapa banyak program dalam sistem
- Berapa waktu respon rata-rata?
- Berapa banyak workstation, PC dan printer yang terhubung
- Apakah ada perangkat khusus yang diperlukan untuk mendukung kebutuhan di masa depan?

5. Analysis techniques

- Critical success factors (CSF) adalah analisis area aktivitas bisnis 'di mana segala sesuatu analisis * harus ke kanan ', Potensi dorongan SI / TI dan Ukuran performa.
- Balance scorecard analysis (BSC)/ Analisis Balance Scorecard (BSC)
 - Tujuan bisnis dan informasi utama
 - Persyaratan
 - Ukuran performa
- Organizational model/ Pemodelan organisasi
 - Penilaian bisnis yang komprehensif dan lingkungan SI / TI
 - Mekanisme penyaringan dalam menilai opsi untuk perubahan

Dan Beberapa teknik yang digunakan dalam menganalisis situasi saat ini dan strategi bisnis lainnya:

Analisis strategi bisnis

- Strategi bisnis — misi, sasaran, dll.
- Inisiatif bisnis global
- Inisiatif bidang bisnis
- Prioritas bisnis
- Persyaratan SI mengarah ke permintaan SI

Analisis SWOT

Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman internal dan lingkungan bisnis eksternal dan SI / TI

Portofolio bisnis dan analisis strategi kompetitif

- Opsi untuk investasi IS jangka panjang untuk memperkuat posisi kompetitif
- Analisis rantai nilai
- Arus informasi internal Aliran informasi 'industri' tingkat tinggi model Dampak potensial dari SI / TI

Analisis proses / BPR

- Identifikasi proses bisnis inti
- Efektivitas proses dalam pertemuan driver
- Opsi perbaikan proses
- Memproses desain ulang cetak biru (yang memberikan peningkatan kinerja yang signifikan tentang pengemudi)
- Pilihan IS / IT yang dihasilkan

Teknik analisis pemodelan-informasi bisnis

Model perusahaan:

- Pola model-model objek
- Bagan dependensi proses
- Data aliran diagram-diagram dekomposisi fungsional
- Konseptual arsitektur

Evaluasi portofolio saat ini

- Profil aplikasi saat ini Cakupan dan kontribusi kepada pengguna bisnis dan kepuasan teknis
- Kontribusi aplikasi untuk bisnis strategi

Penilaian teknologi dan tinjauan infrastruktur SI / TI

- Inventarisasi perangkat keras dan lunak saat ini tinjauan infrastruktur Penilaian organisasi IS, prosedur, keterampilan dan metode

1. Business re-engineering and IS strategy

Business Process Reengineering (BPR, Rekayasa ulang proses bisnis) adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari sumber daya organisasi yang tersedia. BPR menggunakan pendekatan untuk perancangan kembali cara kerja dalam mendukung misi organisasi dan mengurangi biaya. Perancangan ulang dimulai dengan penaksiran level tinggi terhadap misi organisasi, tujuan strategis, dan kebutuhan pelanggan.

- Inisiatif rekayasa ulang muncul dari strategi bisnis
- Permintaan SI mendukung strategi bisnis
- Rekayasa ulang membutuhkan elemen SI / TI
- Rekayasa ulang dan strategi SI membentuk model potensial bisnis
- Pindah dari model organisasi tradisional ke model berorientasi proses

Ada 2 pertanyaan kunci TI

- Bagaimana proses bisnis dapat diubah menggunakan IT?
- Bagaimana TI terbaik mendukung proses bisnis?

2. Understanding the current situation

Pemahaman yang mendalam tentang:

- a. Strategi bisnis,
- b. Lingkungan bisnis & teknologi dan
- c. Status IS / IT saat ini dalam bisnis.

Current situation represents the starting point from which any change program begins!

Situasi saat ini merupakan titik awal dari mana program perubahan dimulai !

Kemungkinan untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan yang melekat dalam strategi bisnis.

Kenali kekuatan & kelemahan bisnis dan peluang SI / TInya.

Memahami situasi saat ini melibatkan memperoleh secara mendalam pemahaman tentang strategi bisnis, bisnis dan teknologi dan status IS / IT saat ini dalam bisnis. Ini membuatnya mungkin untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan melekat dalam strategi bisnis, dan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan bisnis dan operasi SI / TI. Ini sangat penting, karena situasi saat ini merupakan titik awal dari perubahan apapun program dimulai.

3. Understanding IS/IT needs of the business strategy

4. Examining current IS/IT supply

Strategy bisnis adalah Kegiatan yang harus dilakukan untuk berkontribusi secara langsung pada pencapaian tujuan bisnis, dan kebutuhan informasi pendukungnya, harus diidentifikasi. Kegiatan sekunder yang harus dilakukan untuk mengukur kinerja untuk mencapai tujuan tersebut, harus diidentifikasi. Dalam menganalisis strategi bisnis, persyaratan utama adalah:

- a. Identifikasi strategi saat ini dan setiap elemen baru yang muncul.
- b. Menafsirkan & menganalisis strategi & menggambarannya secara terstruktur.
- c. Kompilasi & konfirmasi persyaratan IS konsekuen.

Konstituen inti dari strategi bisnis yaitu:

Misi

Pernyataan yang jelas tentang apa yang dilakukan organisasi dan apa yang organisasi itu lakukan jangka panjang, tujuan keseluruhan. Peran utamanya adalah untuk menetapkan arah semua orang mengikuti. Mungkin singkat, ringkas dan inspirasional, atau berisi pernyataan filosofis luas yang mengikat organisasi kegiatan tertentu dan untuk tujuan ekonomi, sosial, etika atau politik. Sering disebut 'niat strategis'. Nilai-nilai juga sering dinyatakan di samping misi. Tiga contoh misi yang berbeda-beda adalah:

- a. Untuk menjadi pemimpin komunikasi seluler dunia, memperkaya kehidupan individu dan pelanggan bisnis dalam jaringan masyarakat (perusahaan telekomunikasi global besar).
- b. Untuk memberantas semua penyakit menular di seluruh dunia' (Dunia Organisasi Kesehatan).
- c. Perusahaan bergerak di bidang pemasaran ritel secara nasional dasar produk minyak bumi dan distribusi yang merata buah dari peningkatan produktivitas manajemen, modal dan tenaga kerja di antara pemegang saham, karyawan dan publik (perusahaan publik besar).

Visi

Semakin banyak ditemukan dalam penyampaian strategi bisnis, ini memberikan gambar sering mencakup banyak aspek yang semua orang bisa mengidentifikasi dengan, apa yang akan menjadi bisnis di masa depan dan bagaimana itu akan beroperasi. Itu ada untuk membawa strategi untuk hidup dan untuk memberi seluruh organisasi tujuan yang dapat divisualisasikan, sehingga setiap pemangku kepentingan memiliki gambaran bersama tentang tujuan masa depan.

Business Drivers

Ini adalah serangkaian kekuatan kritis untuk perubahan yang harus dilakukan oleh bisnis menanggapi. Mereka mungkin mewakili jangka pendek, menengah dan panjang faktor-faktor di mana bisnis harus fokus untuk memenuhi keberatan hidup dan memuaskan CSF. Mereka sering tertimbang dan bisa digunakan dalam memprioritaskan proposal perbaikan. Misalnya utama pengemudi jangka pendek mungkin merupakan pengurangan dari basis biaya, yang utama pendorong jangka menengah dapat meningkatkan pangsa pasar dan utama pengemudi jangka panjang mungkin memiliki kualitas cacat nol.

Objectives

Target yang ditetapkan organisasi untuk membawanya ke pencapaian visinya. Mereka biasanya jumlahnya kecil, tetapi mewujudkan aspek paling penting dari visi seperti pengembalian finansial, layanan pelanggan, keunggulan manufaktur, moral staf, sosial dan kewajiban lingkungan. Itu adalah pernyataan masa depan hasil atau kondisi stabil yang ingin dicapai organisasi tingkat unit bisnis global atau strategisnya. Mereka biasanya kuantitatif dilengkapi dengan nilai dan tenggat waktu terkait. Idealnya, mereka harus melakukannya tampilkan karakteristik berikut:

- a. Jelas dan berorientasi pada hasil;
- b. Terukur, dapat diverifikasi dan tidak terlalu banyak;
- c. Didirikan oleh mereka yang terlibat dalam pencapaian mereka;
- d. Relevan, dapat dicapai, dan mendorong kinerja tinggi;
- e. Konsisten dengan tujuan tingkat yang lebih tinggi.

Contohnya adalah:

- a. Mengurangi biaya produksi sebesar 10% setiap tahun untuk lima berikutnya tahun
- b. Mencapai nol pesanan tertunda dalam waktu 12 bulan
- c. Kurangi omset staf menjadi kurang dari 15% per tahun dalam waktu 2 tahun
- d. Untuk memimpin di setiap pasar lokal dengan loyalitas pelanggan dan merek, posisi biaya terendah, bagian dari kumpulan laba dan kepuasan karyawan '

Biasanya, misi dan sasaran strategis organisasi adalah mengalir melalui bisnis, dan setiap fungsi bisnis atau proses inti diberikan kesempatan untuk mengembangkan tujuannya sendiri di Indonesia Menanggapi yang tingkat tinggi. Mereka sering bersifat taktis dan menimbulkan persyaratan IS jangka pendek.

Strategi

Mereka menentukan cara di mana tujuan akan dipenuhi. Mereka mungkin memperkuat kebijakan yang ada (mis. struktur komite pengarah untuk menyetujui belanja modal) atau inisiatif yang akan terus dilakukan dikejar, mungkin dengan sumber daya yang diperluas (seperti layanan pelanggan) program). Mereka juga dapat menyatakan serangkaian kebijakan baru dan baru inisiatif yang akan dipraktikkan seperti pendesainan ulang proses produksi bisnis. Seringkali, mereka tidak ada, dan salah satu cara di mana IS proses strategis yang dapat membantu adalah dalam memfasilitasi identifikasi dan dokumentasi skema kandidat untuk mencapai tujuan.

Faktor Keberhasilan Penting (CSF)

CSF adalah beberapa area utama di mana 'segalanya harus berjalan dengan benar' untuk bisnis berkembang. Sangat penting untuk mengidentifikasi mereka kapan bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang bisnis. Itu tindakan menentukan CSF dapat membantu mengkristal tujuan dan strategi, dan tentu saja untuk menekankan kegiatan prioritas. CSF Analisis akan dibahas lebih mendalam nanti dalam bab ini.

Business Area Plans

Mereka adalah rencana dari berbagai bidang bisnis, yang mendokumentasikan tanggapan mereka terhadap strategi bisnis. Dalam banyak kasus, ini mungkin mencerminkan kelanjutan bisnis seperti biasa, dengan fokus pada target utama yang diperkenalkan atau diperbaiki. Meskipun tidak bagian dari strategi, mereka berisi petunjuk untuk kebutuhan informasi dan perlu diselidiki.

5. Analysis techniques

- **Critical success factors (CSF)**

Critical success factors (CSF) adalah analisis area aktivitas bisnis 'di mana segala sesuatu analisis * harus ke kanan ', Potensi dorongan SI / TI dan Ukuran performa.

- **Balance scorecard analysis (BSC)**

- Tujuan bisnis dan informasi utama

- Persyaratan

- Ukuran performa

- **Organizational model**

- Penilaian bisnis yang komprehensif dan lingkungan SI / TI

- Mekanisme penyaringan dalam menilai opsi untuk perubahan

Dan Beberapa teknik yang digunakan dalam menganalisis situasi saat ini dan strategi bisnis lainnya:

Analisis strategi bisnis

- Strategi bisnis — misi, sasaran, dll.
- Inisiatif bisnis global
- Inisiatif bidang bisnis
- Prioritas bisnis
- Persyaratan SI mengarah ke permintaan SI

Analisis SWOT

- Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman internal dan lingkungan bisnis eksternal dan SI / TI

Portofolio bisnis dan analisis strategi kompetitif

- Opsi untuk investasi IS jangka panjang untuk memperkuat posisi kompetitif
- Analisis rantai nilai
- Arus informasi internal Aliran informasi 'industri' tingkat tinggi model Dampak potensial dari SI / TI

Analisis proses / BPR

- Identifikasi proses bisnis inti
- Efektivitas proses dalam pertemuan driver
- Opsi perbaikan proses
- Memproses desain ulang cetak biru (yang memberikan peningkatan kinerja yang signifikan tentang pengemudi)
- Pilihan IS / IT yang dihasilkan

Teknik analisis pemodelan-informasi bisnis

Model perusahaan:

- Pola model-model objek
- Bagan dependensi proses
- Data aliran diagram-diagram dekomposisi fungsional
- Konseptual arsitektur

Evaluasi portofolio saat ini

- Profil aplikasi saat ini Cakupan dan kontribusi kepada pengguna bisnis dan kepuasan teknis
- Kontribusi aplikasi untuk bisnis strategi
Penilaian teknologi dan tinjauan infrastruktur SI / TI
- Inventarisasi perangkat keras dan lunak saat ini tinjauan infrastruktur Penilaian organisasi
IS, prosedur, keterampilan dan metode

Nama : Arvian Agusaputra
NIM : 182420079
KELAS : MTI19B
MATA KULIAH : IT STRATEGIC AND PLANS

Tugas Assessing and Understanding the Current Situation

Explain about:

1. Business re-engineering and IS strategy
 2. Understanding the current situation
 3. Understanding IS/IT needs of the business strategy
 4. Examining current IS/IT supply
 5. Analysis techniques
- Critical success factors (CSF)
 - Balance scorecard analysis (BSC)
 - Organizational model

JAWABAN SOAL

NO 1.

Business Process Reengineering (BPR, Rekayasa ulang proses bisnis) adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari sumber daya organisasi yang tersedia.

BPR menggunakan pendekatan untuk perancangan kembali cara kerja dalam mendukung misi organisasi dan mengurangi biaya. Perancangan ulang dimulai dengan penaksiran level tinggi terhadap misi organisasi, tujuan strategis, dan kebutuhan pelanggan. Pertanyaan dasar yang ditanyakan seperti

"apakah misi kita harus diperjelas? Apakah tujuan strategis kita berjalan beriringan dengan misi kita?
Siapa pelanggan kita?

Business Process Reengineering dikenal juga dengan istilah Business Process Redesign (Perancangan Ulang Proses Bisnis), Business Transformation, atau Business Process Change Management. Business Process Reengineering (BPR) dimulai sebagai teknik sektor privat untuk mendukung organisasi secara fundamental memikirkan kembali bagaimana mereka mengerjakan bisnis yang mampu meningkatkan jasa kepada pelanggan, memotong biaya operasional dan menjadi kompetitor kelas dunia. Kunci utama dalam perancangan ulang adalah pengembangan sistem informasi dan jaringan. Organisasi-organisasi besar semakin banyak menggunakan teknologi ini untuk lebih mendukung proses bisnis yang inovatif dibanding memperbaiki metode kerja pada saat yang sama.

BPR meliputi analisis dan perancangan alir kerja (workflow) dan proses-proses dalam sebuah organisasi. Berdasarkan Daven ports (1990), proses bisnis adalah sekelompok tugas-tugas yang saling berhubungan secara logis, dilaksanakan untuk mencapai sebuah hasil bisnis yang jelas.

Re-engineering ("rekayasa ulang") adalah dasar dari perkembangan-perkembangan manajemen yang muncul belakangan ini. Tim lintas-fungsional (Cross-functional team), contohnya, telah banyak dikenal karena perannya dalam perancangan ulang tugas-tugas fungsional yang terpisah menjadi proses-proses lintas-fungsional yang lengkap.

Dalam kerangka kerja untuk penaksiran dasar terhadap misi dan tujuan, perancangan ulang memfokuskan kepada proses bisnis organisasi – langkah-langkah dan prosedur yang mengendalikan bagaimana sumber daya digunakan untuk memproduksi barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan dan pasar yang khusus. Proses bisnis dapat disusun kembali menjadi aktivitas-aktivitas spesifik, diukur, dimodelkan dan diperbaiki. Dapat pula dirancang ulang secara keseluruhan atau dieliminasi sekaligus. Perancangan ulang mengidentifikasi, menganalisa, dan merancang ulang proses inti bisnis organisasi dengan tujuan untuk mencapai hasil maksimal dalam ukuran kinerja kritis seperti biaya, kualitas, jasa dan kecepatan.

Perancangan ulang membagi-bagi proses bisnis menjadi sub-sub proses dan tugas yang dilaksanakan oleh beberapa area fungsional terspesialisasi dalam organisasi. Seringkali tidak seorang pun yang bertanggung jawab atas kinerja keseluruhan proses. Perancangan ulang memaksimalkan kinerja subproses yang akan menghasilkan beberapa keuntungan, namun tidak menjanjikan peningkatan yang dramatis jika prosesnya sendiri tidak efisien dan tertinggal.

Untuk alasan itu, perancangan ulang memfokuskan pada merancang kembali proses secara keseluruhan untuk mencapai keuntungan maksimal bagi organisasi dan pelanggan. Hal ini berbeda dengan proses yang memfokuskan pada peningkatan fungsional atau incremental saja.

NO 2.

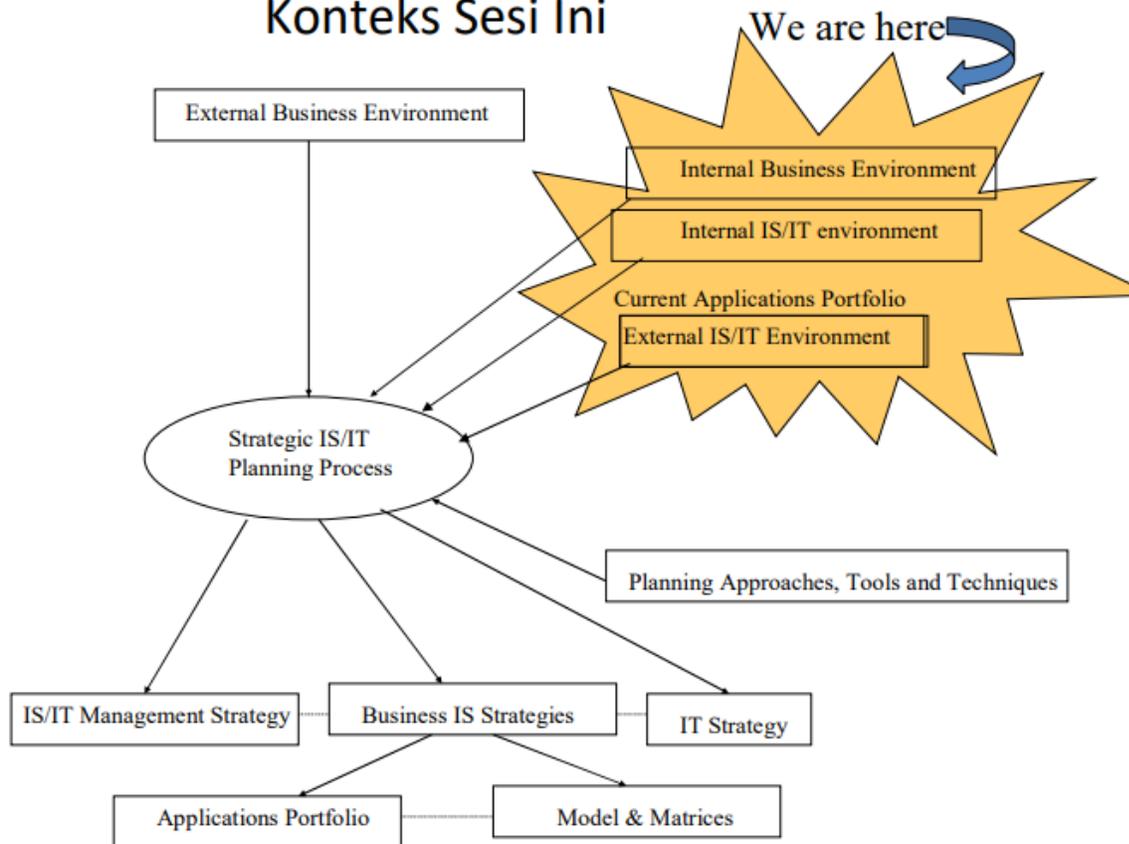
Pendekatan yang Digunakan

- Analisis didasarkan pada:
 - Strategic alignment -- internal
 - Competitive impact -- external

Review dari Sesi Sebelumnya

- Pengembangan IS / IT Strategi harus selaras dengan strategi bisnis
- Proses pengembangan Rencana Strategis SI/TI terdiri atas:
 - Analisa situasi sekarang
 - Anaiisa bisnis internal
 - Analisa SI/TI Sekarang
 - Analisa situasi Masa Depan
 - Analisa bisnis eksternal
 - Analisa tren SI/TI
 - Gap analysis
- Output dari Rencana Strategis: Strategi Manajemen SI/TI, Strategi Bisnis SI/TI, dan Strategi TI

Konteks Sesi Ini



Tujuan Sesi

- Untuk memahami situasi saat ini dalam bisnis sebagai dasar dari analisis SPIS
- Untuk mengidentifikasi aktivitas bisnis dan proses bisnis (kondisi saat ini)
- Untuk mendapatkan kebutuhan Sistem Informasi berdasarkan penemuan fakta, analisis dan interpretasi
- Untuk memahami penggunaan berbagai alat (teknik) pemodelan dan analisis
- Mengembangkan Strategi SI/TI didasarkan pada analisis

NO 3.

Teknik

- Interview (bertanya) tentang kebutuhan untuk masing-masing area, atau
- Menterjemahkan written strategic statement, dan menginterpretasikannya menjadi kebutuhan SI

Dimana Mendapat Data dan Informasi?

- Disemua SBU dalam struktur hirarki organisasi
- Dokumen-dokumen yang berkaitan dengan rencana bisnis, laporan bisnis, surat keputusan, kebijakan, peraturan, dll
- Observasi: work flows, information flow, chain of command, etc.
- Survey dan Interview

NO 4.

No	CSF	Kebutuhan Informasi	Solusi SI/TI
8	Membangun menerapkan dan meningkatkan manajemen pengembangan SDM dan organisasi	Data tentang riwayat dan kompetensi instruktur dan staf	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SIMPEG ▪ Sistem Absen
9	Melakukan Promosi rutin di media cetak dan elektronik	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Data tentang program (paket) bimbel dan content promosi lainnya. ▪ Data tentang contact person media promosi dan relasi bisnis 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Website ▪ SMS Gateway
10	Tersedianya media komunikasi antara siswa dan bimbel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informasi tentang aktivitas, seminar, dan promo di lingkungan bimbel ▪ Data tentang contact person dan relasi bisnis 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Website ▪ Online Messaging Applications ▪ SMS Gateway ▪ Email System
11	Evaluasi biaya iuran, kompetitor dan pasar	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informasi tentang biaya iuran, kompetitor dan segmen pasar ▪ Laporan adminstrasi keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SIMKEU ▪ CRM
12	Membangun, mengembangkan, dan menerapkan manajemen rantai nilai	Data tentang absensi, ujian, nilai, dan pembayaran iuran siswa	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SIBIMBEL ▪ SI Manajemen Mutu
13	Mengintegrasikan layanan informasi bimbel pusat dan cabang	Data yang akan diintegrasikan terkait bimbel pusat dan bimbel cabang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ERP ▪ Email System
14	Melakukan pengelolaan operasional dan pengadaan barang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Data tentang persediaan dan rencana pengadaan barang ▪ Data inventaris bimbel 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SI Inventory

NO 5.

Strategi bisnis

- Tujuan: untuk memastikan bahwa strategi IS mendukung ketimbang bertentangan dg strategi bisnis
- Mengidentifikasi dan menganalisa strategi saat ini
- Kompilasi dan mengkonfirmasi kebutuhan IS, dan dokumen dalam permintaan IS
- Tools: analisis faktor penentu keberhasilan (CSF), dan analisis driver bisnis
- Proses bisnis, kegiatan, dan entitas kunci

– Tujuan: untuk memahami tugas dan proses proses bisnis yang penting, dan aliran informasi. Membentuk model bisnis dengan model IS yang mendukung

– Tools: analisis efektivitas proses, diagram alur proses, DFD, ER, dan matriks entitas aktivitas (representasi tabular dari bisnis ...)

- Lingkungan organisasi

– Tujuan: untuk memahami pengaturan organisasi, sistem nilai, dan orang-orang kunci dan hubungan mereka. Memahami lingkungan, keterampilan, sumber daya, nilai, budaya, interaksi sosial, gaya manajemen ...

– Tool: pemodelan organisasi

Information as an asset

Informasi adalah salah satu aset bagi sebuah perusahaan atau organisasi, yang sebagaimana aset lainnya memiliki nilai tertentu bagi perusahaan atau organisasi tersebut sehingga harus dilindungi, untuk menjamin kelangsungan perusahaan atau organisasi, meminimalisir kerusakan karena kebocoran sistem keamanan informasi, mempercepat kembalinya investasi dan memperluas peluang usaha. Beragam bentuk informasi yang mungkin dimiliki oleh sebuah perusahaan atau organisasi meliputi diantaranya: informasi yang tersimpan dalam komputer (baik *desktop* komputer maupun *mobile* komputer), informasi yang ditransmisikan melalui network, informasi yang dicetak pada kertas, dikirim melalui fax, tersimpan dalam disket, CD, DVD, flashdisk, atau media penyimpanan lain, informasi yang dilakukan dalam pembicaraan (termasuk percakapan melalui telepon), dikirim melalui telex, email, informasi yang tersimpan dalam database, tersimpan dalam film, dipresentasikan dengan OHP atau media presentasi yang lain, dan metode-metode lain yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dan ide-ide baru organisasi atau perusahaan

Information culture

Budaya informasi adalah mencakup perilaku dan kecenderungan seseorang dalam menggunakan dan memanfaatkan informasi untuk membantu seseorang maupun menyelesaikan pekerjaannya. Informasi yang digunakan merupakan transformasi dari data-data yang dihasilkan berdasarkan fakta. Data tersebut dikomunikasikan dan disebarluaskan kepada orang lain yang kemudian menjadi informasi. Informasi yang diterima oleh orang lain akan menjadi pengetahuan yang nantinya akan bermanfaat baginya untuk mengambil keputusan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Implementing business-wide information management

Manajemen sendiri mencakup proses perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, pengarahan, dan lain-lain, dalam suatu organisasi. Sedangkan, informasi dalam satu organisasi adalah data yang diolah sedemikian rupa sehingga memiliki nilai dan arti bagi organisasi. Dengan ini, dapat disimpulkan bahwa Sistem Informasi Manajemen (SIM) merupakan sistem yang mengolah serta mengorganisasikan data dan informasi yang berguna untuk mendukung pelaksanaan tugas dalam suatu organisasi.

The practice of managing the information asset

Mengelola seluruh siklus hidup (desain, konstruksi, komisioning, operasi, pemeliharaan, perbaikan, modifikasi, mengganti dan dekomisioning / pembuangan) dari aset fisik dan infrastruktur seperti struktur, produksi dan pembangkit layanan, listrik, air dan pengolahan limbah fasilitas, jaringan distribusi, sistem transportasi, bangunan dan aset fisik lainnya.

Policies and implementation issues

Dinamika Implementasi Kebijakan Implementasi kebijakan sering dianggap sebagai bentuk pengoperasionalisasian atau penyelenggaraan aktivitas yang telah ditetapkan berdasarkan Undang-Undang dan menjadi kesepakatan bersama di antara beragam pemangku kepentingan (stakeholders), aktor, organisasi (publik atau privat), prosedur dan teknik yang digerakkan untuk bekerjasama guna menerapkan kebijakan kearah yang dikehendaki. Sederhananya adalah realita implementasi melibatkan berbagai pihak dan menyangkut kepada hubungan-hubungan keorganisasian yang kompleks.

Jika suatu kebijakan tidak tepat atau tidak dapat mengurangi masalah yang merupakan sasaran dari kebijakan, maka kebijakan itu mungkin akan mengalami kegagalan sekalipun kebijakan itu diimplementasikan dengan sangat baik. Sementara itu, suatu kebijakan yang telah direncanakan dengan sangat baik mungkin juga akan mengalami kegagalan jika kebijakan tersebut kurang di implementasikan dengan baik oleh para pelaksana kegiatan.

1. Business re-engineering and IS strategy

Hal yang pada umumnya hendak dicapai sebuah organisasi sehingga mengadopsi proses dalam [strategi](#) SI/TI adalah menyelaraskan SI/TI dengan bisnis sehingga bisa diidentifikasi dimana SI/TI bisa memberikan kontribusi yang optimal dan membantu menentukan prioritas investasinya.

Business Process Reengineering (BPR, Rekayasa ulang proses bisnis) adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari [sumber daya organisasi](#) yang tersedia. BPR menggunakan pendekatan untuk perancangan kembali cara kerja dalam mendukung misi organisasi dan mengurangi biaya. Perancangan ulang dimulai dengan penaksiran level tinggi terhadap misi organisasi, tujuan strategis, dan kebutuhan [pelanggan](#).

- a. Inisiatif rekayasa ulang muncul dari strategi bisnis
- b. Permintaan SI mendukung strategi bisnis
- c. Rekayasa ulang membutuhkan elemen SI / TI
- d. Rekayasa ulang dan strategi SI membentuk model potensial bisnis.
- e. Pindah dari model organisasi tradisional ke model berorientasi proses.

2. Understanding the current situation

Memahami Kondisi Saat Ini Menetapkan Kebutuhan SI/TI : The IS Demand

Strategi SI paling baik jika dikembangkan secara paralel dengan strategi bisnis. Dengan memasukkan tren, kesempatan dan ide ke dalam proses strategi bisnis, kemudian bekerja bersama dengan seluruh area bisnis, dalam membangun inisiasi Bisnis-SI/TI yang akan mengantarkan tujuan kinerja. Untuk mendapatkan hasil yang diinginkan, perlu untuk dicapai pemahaman mengenai apa penggerak perubahan dan kondisi saat ini, kemudian menetapkan tujuan/target, dan mulai mengusulkan rencana untuk memperkecil gap. Hal tersebut didapatkan melalui analisa yang fokus pada elemen dalam lingkungan bisnis dan SI/TI

3. Understanding IS/IT needs of the business strategy

Memahami Kondisi Saat Ini Menetapkan Kebutuhan SI/TI : The IS Demand

Strategi SI paling baik jika dikembangkan secara paralel dengan strategi bisnis. Dengan memasukkan tren, kesempatan dan ide ke dalam proses strategi bisnis, kemudian bekerja bersama dengan seluruh area bisnis, dalam membangun inisiasi Bisnis-SI/TI yang akan mengantarkan tujuan kinerja. Untuk mendapatkan hasil yang diinginkan, perlu untuk dicapai pemahaman mengenai apa penggerak perubahan dan kondisi saat ini, kemudian menetapkan tujuan/target, dan mulai mengusulkan rencana untuk memperkecil gap.

Hal tersebut didapatkan melalui analisa yang fokus pada elemen dalam lingkungan bisnis dan SI/TI

4. Examining current IS/IT supply

Strategy bisnis adalah Kegiatan yang harus dilakukan untuk berkontribusi secara langsung pada pencapaian tujuan bisnis, dan kebutuhan informasi pendukungnya, harus diidentifikasi. Kegiatan sekunder yang harus dilakukan untuk mengukur kinerja untuk mencapai tujuan tersebut, harus diidentifikasi. Dalam menganalisis strategi bisnis, persyaratan utama adalah:

- a. Identifikasi strategi saat ini dan setiap elemen baru yang muncul.
- b. Menafsirkan & menganalisis strategi & menggambarannya secara terstruktur.
- c. Kompilasi & konfirmasi persyaratan IS konsekuen.

5. Analysis techniques

- a. Critical success factors (CSF) adalah analisis area aktivitas bisnis 'di mana segala sesuatu analisis * harus ke kanan ', Potensi dorongan SI / TI dan Ukuran performa.
- b. Balance scorecard analysis (BSC)/ Analisis Balance Scorecard (BSC)
- c. Tujuan bisnis dan informasi utama
- d. Persyaratan
- e. Ukuran performa
- f. Organizational model/ Pemodelan organisasi
- g. Penilaian bisnis yang komprehensif dan lingkungan SI / TI
- h. Mekanisme penyaringan dalam menilai opsi untuk perubahan

Kegunaan CSF dan BSC (Balanced Scorecards)

- Balanced Scorecards (BSC) dapat dideskripsikan sebagai kumpulan yang dipilih dengan hati-hati dan berasal dari strategi organisasi. BSC menyediakan perangkat bagi pimpinan untuk digunakan dalam berkomunikasi dengan pegawai dan stakeholder eksternal.
- BSC mengidentifikasi informasi yang dibutuhkan untuk mengukur kinerja terhadap tujuan bisnis.
- BSC melakukan pemeriksaan terhadap kinerja dari 4 perspektif yang saling berhubungan, masing-masing digambarkan dalam sebuah pertanyaan.

Kegunaan CSF dan BSC (Perspektif Balanced Scorecards)

- Perspektif Keuangan (Financial Perspective) : bagaimana penampilan kita di mata shareholder dan orang-orang yang mempunyai kepentingan keuangan dalam organisasi?
- Perspektif Bisnis Internal (Internal Business Perspective) : apa yang harus kita unggulkan jika kita ingin memenuhi harapan pegawai dan partner kita?
- Perspektif Konsumen (Customer Perspective) : bagaimana konsumen melihat produk, layanan, dan hubungannya dengan kita?
- Perspektif Pembelajaran dan Inovasi (Innovation and Learning Perspective) : untuk mencapai visi organisasi, bagaimana kita akan terus meningkat dan menciptakan nilai di masa depan bagi stakeholder?

- Agar berhasil, CSF dapat dengan mudah dihubungkan dengan tujuan dari unit bisnis. Teknik ini biasanya tidak berhasil jika diterapkan di bawah level ketiga dalam hirarki organisasi.
- Fokus utama CSF adalah pada pengendalian manajemen dan biasanya lebih ke analytical dari pada kreatif
- Sifat CSF dan KPI merefleksikan satu sama lain dari management style eksekutif. Chief Executive (CEO, CIO, CFO) mengukur kinerja dari faktor beban, kemudian bawahannya melihat kinerja sebagai kumpulan keluhan.

Organizational model / Model Organisasi

- Fokus pada dampak legislatif dan kebijakan fiskal, tren ekonomi dan industri, kompetisi pada industri tertentu, standar, produk dan praktik kompetitor Koalisi Domain
- Pengaruh internal utama yang menggerakkan kekuatan di balik organisasi. Penting untuk mengidentifikasi kelompok ini karena mereka yang akan memberikan kebutuhan untuk berubah dalam sistem informasi mencapai keunggulan kompetitif Aturan Formal Organisasi
- Rencana, budget, struktur organisasi, job desk, pengukuran kinerja dan sistem pengendalian

Diskusi Assessing and Understanding the Current Situation

1. Business re-engineering and IS strategy

Business Process Reengineering (BPR, Rekayasa ulang proses bisnis) adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari sumber daya organisasi yang tersedia. BPR menggunakan pendekatan untuk perancangan kembali cara kerja dalam mendukung misi organisasi dan mengurangi biaya. Perancangan ulang dimulai dengan penaksiran level tinggi terhadap misi organisasi, tujuan strategis, dan kebutuhan pelanggan.

- Inisiatif rekayasa ulang muncul dari strategi bisnis
- Permintaan SI mendukung strategi bisnis
- Rekayasa ulang membutuhkan elemen SI / TI
- Rekayasa ulang dan strategi SI membentuk model potensial bisnis
- Pindah dari model organisasi tradisional ke model berorientasi proses

Ada 2 pertanyaan kunci TI

- Bagaimana proses bisnis dapat diubah menggunakan IT?
- Bagaimana TI terbaik mendukung proses bisnis?

1. 2. Understanding the current situation

Pemahaman yang mendalam tentang:

1. Strategi bisnis,
2. Lingkungan bisnis & teknologi dan
3. Status IS / IT saat ini dalam bisnis.

Current situation represents the starting point from which any change program begins!

Situasi saat ini merupakan titik awal dari mana program perubahan dimulai !

Kemungkinan untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan yang melekat dalam strategi bisnis.

Kenali kekuatan & kelemahan bisnis dan peluang SI / TInya.

Memahami situasi saat ini melibatkan memperoleh secara mendalam pemahaman tentang strategi bisnis, bisnis dan teknologi dan status IS / IT saat ini dalam bisnis. Ini membuatnya mungkin untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan melekat dalam strategi bisnis,

dan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan bisnis dan operasi SI / TI. Ini sangat penting, karena situasi saat ini merupakan titik awal dari perubahan apapun program dimulai.

1. **3. Understanding IS/IT needs of the business strategy**
2. **4. Examining current IS/IT supply**

Strategi bisnis adalah Kegiatan yang harus dilakukan untuk berkontribusi secara langsung pada pencapaian tujuan bisnis, dan kebutuhan informasi pendukungnya, harus diidentifikasi. Kegiatan sekunder yang harus dilakukan untuk mengukur kinerja untuk mencapai tujuan tersebut, harus diidentifikasi. Dalam menganalisis strategi bisnis, persyaratan utama adalah:

1. Identifikasi strategi saat ini dan setiap elemen baru yang muncul.
2. Menafsirkan & menganalisis strategi & menggambarannya secara terstruktur.
3. Kompilasi & konfirmasi persyaratan IS konsekuen.

Konstituen inti dari strategi bisnis yaitu:

Misi

Pernyataan yang jelas tentang apa yang dilakukan organisasi dan apa yang organisasi itu lakukan jangka panjang, tujuan keseluruhan. Peran utamanya adalah untuk menetapkan arah semua orang mengikuti. Mungkin singkat, ringkas dan inspirasional, atau berisi pernyataan filosofis luas yang mengikat organisasi kegiatan tertentu dan untuk tujuan ekonomi, sosial, etika atau politik. Sering disebut 'niat strategis'. Nilai-nilai juga sering dinyatakan di samping misi. Tiga contoh misi yang berbeda-beda adalah:

1. Untuk menjadi pemimpin komunikasi seluler dunia, memperkaya kehidupan individu dan pelanggan bisnis dalam jaringan masyarakat (perusahaan telekomunikasi global besar).
2. Untuk memberantas semua penyakit menular di seluruh dunia' (Dunia Organisasi Kesehatan).
3. Perusahaan bergerak di bidang pemasaran ritel secara nasional dasar produk minyak bumi dan distribusi yang merata buah dari peningkatan produktivitas manajemen, modal dan tenaga kerja di antara pemegang saham, karyawan dan publik (perusahaan publik besar).

Visi

Semakin banyak ditemukan dalam penyampaian strategi bisnis, ini memberikan gambar sering mencakup banyak aspek yang semua orang bisa mengidentifikasi dengan, apa yang akan menjadi bisnis di masa depan dan bagaimana itu akan beroperasi. Itu ada untuk membawa strategi untuk hidup dan untuk memberi seluruh organisasi tujuan yang dapat divisualisasikan, sehingga setiap pemangku kepentingan memiliki gambaran bersama tentang tujuan masa depan.

Business Drivers

Ini adalah serangkaian kekuatan kritis untuk perubahan yang harus dilakukan oleh bisnis menanggapi. Mereka mungkin mewakili jangka pendek, menengah dan panjang faktor-faktor di mana bisnis harus fokus untuk memenuhi keberatan hidup dan memuaskan CSF. Mereka sering tertimbang dan bisa digunakan dalam memprioritaskan proposal perbaikan. Misalnya utama

pengemudi jangka pendek mungkin merupakan pengurangan dari basis biaya, yang utama pendorong jangka menengah dapat meningkatkan pangsa pasar dan utama pengemudi jangka panjang mungkin memiliki kualitas cacat nol.

Objectives

Target yang ditetapkan organisasi untuk membawanya ke pencapaian visinya. Mereka biasanya jumlahnya kecil, tetapi mewujudkan aspek paling penting dari visi seperti pengembalian finansial, layanan pelanggan, keunggulan manufaktur, moral staf, sosial dan kewajiban lingkungan. Itu adalah pernyataan masa depan hasil atau kondisi stabil yang ingin dicapai organisasi tingkat unit bisnis global atau strategisnya. Mereka biasanya kuantitatif dilengkapi dengan nilai dan tenggat waktu terkait. Idealnya, mereka harus melakukannya tampilan karakteristik berikut:

1. Jelas dan berorientasi pada hasil;
2. Terukur, dapat diverifikasi dan tidak terlalu banyak;
3. Didirikan oleh mereka yang terlibat dalam pencapaian mereka;
4. Relevan, dapat dicapai, dan mendorong kinerja tinggi;
5. Konsisten dengan tujuan tingkat yang lebih tinggi.

Contohnya adalah:

1. Mengurangi biaya produksi sebesar 10% setiap tahun untuk lima berikutnya tahun
2. Mencapai nol pesanan tertunda dalam waktu 12 bulan
3. Kurangi omset staf menjadi kurang dari 15% per tahun dalam waktu 2 tahun
4. Untuk memimpin di setiap pasar lokal dengan loyalitas pelanggan dan merek, posisi biaya terendah, bagian dari kumpulan laba dan kepuasan karyawan '

Biasanya, misi dan sasaran strategis organisasi adalah mengalir melalui bisnis, dan setiap fungsi bisnis atau proses inti diberikan kesempatan untuk mengembangkan tujuannya sendiri di Indonesia Menanggapi yang tingkat tinggi. Mereka sering bersifat taktis dan menimbulkan persyaratan IS jangka pendek.

Strategi

Mereka menentukan cara di mana tujuan akan dipenuhi. Mereka mungkin memperkuat kebijakan yang ada (mis. struktur komite pengarah untuk menyetujui belanja modal) atau inisiatif yang akan terus dilakukan dikejar, mungkin dengan sumber daya yang diperluas (seperti layanan pelanggan) program). Mereka juga dapat menyatakan serangkaian kebijakan baru dan baru inisiatif yang akan dipraktikkan seperti pendesainan ulang proses produksi bisnis. Seringkali, mereka tidak ada, dan salah satu cara di mana IS proses strategis yang dapat membantu adalah dalam memfasilitasi identifikasi dan dokumentasi skema kandidat untuk mencapai tujuan.

Faktor Keberhasilan Penting (CSF)

CSF adalah beberapa area utama di mana 'segalanya harus berjalan dengan benar' untuk bisnis berkembang. Sangat penting untuk mengidentifikasi mereka kapan bertujuan untuk memperoleh

pemahaman mendalam tentang bisnis. Itu tindakan menentukan CSF dapat membantu mengkristal tujuan dan strategi, dan tentu saja untuk menekankan kegiatan prioritas. CSF Analisis akan dibahas lebih mendalam nanti dalam bab ini.

Business Area Plans

Mereka adalah rencana dari berbagai bidang bisnis, yang mendokumentasikan tanggapan mereka terhadap strategi bisnis. Dalam banyak kasus, ini mungkin mencerminkan kelanjutan bisnis seperti biasa, dengan fokus pada target utama yang diperkenalkan atau diperbaiki. Meskipun tidak bagian dari strategi, mereka berisi petunjuk untuk kebutuhan informasi yang perlu diselidiki.

1. 5. Analysis techniques

- **Critical success factors (CSF)**

Critical success factors (CSF) adalah analisis area aktivitas bisnis 'di mana segala sesuatu analisis * harus ke kanan ', Potensi dorongan SI / TI dan Ukuran performa.

- **Balance scorecard analysis (BSC)**

- Tujuan bisnis dan informasi utama

- Persyaratan

- Ukuran performa

- **Organizational model**

- Penilaian bisnis yang komprehensif dan lingkungan SI / TI

- Mekanisme penyaringan dalam menilai opsi untuk perubahan

Dan Beberapa teknik yang digunakan dalam menganalisis situasi saat ini dan strategi bisnis lainnya:

Analisis strategi bisnis

- Strategi bisnis — misi, sasaran, dll.

- Inisiatif bisnis global

- Inisiatif bidang bisnis

- Prioritas bisnis

- Persyaratan SI mengarah ke permintaan SI

Analisis SWOT

- Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman internal dan lingkungan bisnis eksternal dan SI / TI

Portofolio bisnis dan analisis strategi kompetitif

- Opsi untuk investasi IS jangka panjang untuk memperkuat posisi kompetitif
- Analisis rantai nilai
- Arus informasi internal Aliran informasi 'industri' tingkat tinggi model Dampak potensial dari SI / TI

Analisis proses / BPR

- Identifikasi proses bisnis inti
- Efektivitas proses dalam pertemuan driver
- Opsi perbaikan proses
- Memproses desain ulang cetak biru (yang memberikan peningkatan kinerja yang signifikan tentang pengemudi)
- Pilihan IS / IT yang dihasilkan

Teknik analisis pemodelan-informasi bisnis

Model perusahaan:

- Pola model-model objek
- Bagan dependensi proses
- Data aliran diagram-diagram dekomposisi fungsional
- Konseptual arsitektur

Evaluasi portofolio saat ini

- Profil aplikasi saat ini Cakupan dan kontribusi kepada pengguna bisnis dan kepuasan teknis
- Kontribusi aplikasi untuk bisnis strategi

Penilaian teknologi dan tinjauan infrastruktur SI / TI

- Inventarisasi perangkat keras dan lunak saat ini tinjauan infrastruktur Penilaian organisasi IS, prosedur, keterampilan dan metode

Diskusi Assessing and Understanding the Current Situation

1. Business re-engineering and IS strategy

Business Process Reengineering (BPR, Rekayasa ulang proses bisnis) adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari sumber daya organisasi yang tersedia. BPR menggunakan pendekatan untuk perancangan kembali cara kerja dalam mendukung misi organisasi dan mengurangi biaya. Perancangan ulang dimulai dengan penaksiran level tinggi terhadap misi organisasi, tujuan strategis, dan kebutuhan pelanggan.

- Inisiatif rekayasa ulang muncul dari strategi bisnis
- Permintaan SI mendukung strategi bisnis
- Rekayasa ulang membutuhkan elemen SI / TI
- Rekayasa ulang dan strategi SI membentuk model potensial bisnis
- Pindah dari model organisasi tradisional ke model berorientasi proses

Ada 2 pertanyaan kunci TI

- Bagaimana proses bisnis dapat diubah menggunakan IT?
- Bagaimana TI terbaik mendukung proses bisnis?

1. 2. Understanding the current situation

Pemahaman yang mendalam tentang:

1. Strategi bisnis,
2. Lingkungan bisnis & teknologi dan
3. Status IS / IT saat ini dalam bisnis.

Current situation represents the starting point from which any change program begins!

Situasi saat ini merupakan titik awal dari mana program perubahan dimulai !

Kemungkinan untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan yang melekat dalam strategi bisnis.

Kenali kekuatan & kelemahan bisnis dan peluang SI / TInya.

Memahami situasi saat ini melibatkan memperoleh secara mendalam pemahaman tentang strategi bisnis, bisnis dan teknologi dan status IS / IT saat ini dalam bisnis. Ini membuatnya

mungkin untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan melekat dalam strategi bisnis, dan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan bisnis dan operasi SI / TI. Ini sangat penting, karena situasi saat ini merupakan titik awal dari perubahan apapun program dimulai.

1. **3. Understanding IS/IT needs of the business strategy**
2. **4. Examining current IS/IT supply**

Strategi bisnis adalah Kegiatan yang harus dilakukan untuk berkontribusi secara langsung pada pencapaian tujuan bisnis, dan kebutuhan informasi pendukungnya, harus diidentifikasi. Kegiatan sekunder yang harus dilakukan untuk mengukur kinerja untuk mencapai tujuan tersebut, harus diidentifikasi. Dalam menganalisis strategi bisnis, persyaratan utama adalah:

1. Identifikasi strategi saat ini dan setiap elemen baru yang muncul.
2. Menafsirkan & menganalisis strategi & menggambarkannya secara terstruktur.
3. Kompilasi & konfirmasi persyaratan IS konsekuen.

Konstituen inti dari strategi bisnis yaitu:

Misi

Pernyataan yang jelas tentang apa yang dilakukan organisasi dan apa yang organisasi itu lakukan jangka panjang, tujuan keseluruhan. Peran utamanya adalah untuk menetapkan arah semua orang mengikuti. Mungkin singkat, ringkas dan inspirasional, atau berisi pernyataan filosofis luas yang mengikat organisasi kegiatan tertentu dan untuk tujuan ekonomi, sosial, etika atau politik. Sering disebut 'niat strategis'. Nilai-nilai juga sering dinyatakan di samping misi. Tiga contoh misi yang berbeda-beda adalah:

1. Untuk menjadi pemimpin komunikasi seluler dunia, memperkaya kehidupan individu dan pelanggan bisnis dalam jaringan masyarakat (perusahaan telekomunikasi global besar).
2. Untuk memberantas semua penyakit menular di seluruh dunia' (Dunia Organisasi Kesehatan).
3. Perusahaan bergerak di bidang pemasaran ritel secara nasional dasar produk minyak bumi dan distribusi yang merata buah dari peningkatan produktivitas manajemen, modal dan tenaga kerja di antara pemegang saham, karyawan dan publik (perusahaan publik besar).

Visi

Semakin banyak ditemukan dalam penyampaian strategi bisnis, ini memberikan gambar sering mencakup banyak aspek yang semua orang bisa mengidentifikasi dengan, apa yang akan menjadi bisnis di masa depan dan bagaimana itu akan beroperasi. Itu ada untuk membawa strategi untuk hidup dan untuk memberi seluruh organisasi tujuan yang dapat divisualisasikan, sehingga setiap pemangku kepentingan memiliki gambaran bersama tentang tujuan masa depan.

Business Drivers

Ini adalah serangkaian kekuatan kritis untuk perubahan yang harus dilakukan oleh bisnis menanggapi. Mereka mungkin mewakili jangka pendek, menengah dan panjang faktor-faktor di mana bisnis harus fokus untuk memenuhi keberatan hidup dan memuaskan CSF. Mereka sering tertimbang dan bisa digunakan dalam memprioritaskan proposal perbaikan. Misalnya utama pengemudi jangka pendek mungkin merupakan pengurangan dari basis biaya, yang utama pendorong jangka menengah dapat meningkatkan pangsa pasar dan utama pengemudi jangka panjang mungkin memiliki kualitas cacat nol.

Objectives

Target yang ditetapkan organisasi untuk membawanya ke pencapaian visinya. Mereka biasanya jumlahnya kecil, tetapi mewujudkan aspek paling penting dari visi seperti pengembalian finansial, layanan pelanggan, keunggulan manufaktur, moral staf, sosial dan kewajiban lingkungan. Itu adalah pernyataan masa depan hasil atau kondisi stabil yang ingin dicapai organisasi tingkat unit bisnis global atau strategisnya. Mereka biasanya kuantitatif dilengkapi dengan nilai dan tenggat waktu terkait. Idealnya, mereka harus melakukannya tampilkan karakteristik berikut:

1. Jelas dan berorientasi pada hasil;
2. Terukur, dapat diverifikasi dan tidak terlalu banyak;
3. Didirikan oleh mereka yang terlibat dalam pencapaian mereka;
4. Relevan, dapat dicapai, dan mendorong kinerja tinggi;
5. Konsisten dengan tujuan tingkat yang lebih tinggi.

Contohnya adalah:

1. Mengurangi biaya produksi sebesar 10% setiap tahun untuk lima berikutnya tahun
2. Mencapai nol pesanan tertunda dalam waktu 12 bulan
3. Kurangi omset staf menjadi kurang dari 15% per tahun dalam waktu 2 tahun
4. Untuk memimpin di setiap pasar lokal dengan loyalitas pelanggan dan merek, posisi biaya terendah, bagian dari kumpulan laba dan kepuasan karyawan '

Biasanya, misi dan sasaran strategis organisasi adalah mengalir melalui bisnis, dan setiap fungsi bisnis atau proses inti diberikan kesempatan untuk mengembangkan tujuannya sendiri di Indonesia Menanggapi yang tingkat tinggi. Mereka sering bersifat taktis dan menimbulkan persyaratan IS jangka pendek.

Strategi

Mereka menentukan cara di mana tujuan akan dipenuhi. Mereka mungkin memperkuat kebijakan yang ada (mis. struktur komite pengarah untuk menyetujui belanja modal) atau inisiatif yang akan terus dilakukan dikejar, mungkin dengan sumber daya yang diperluas (seperti layanan pelanggan) program). Mereka juga dapat menyatakan serangkaian kebijakan baru dan baru inisiatif yang akan dipraktikkan seperti pendesainan ulang proses produksi bisnis. Seringkali, mereka tidak ada, dan salah satu cara di mana IS proses strategis yang dapat

membantu adalah dalam memfasilitasi identifikasi dan dokumentasi skema kandidat untuk mencapai tujuan.

Faktor Keberhasilan Penting (CSF)

CSF adalah beberapa area utama di mana 'segalanya harus berjalan dengan benar' untuk bisnis berkembang. Sangat penting untuk mengidentifikasi mereka kapan bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang bisnis. Itu tindakan menentukan CSF dapat membantu mengkristal tujuan dan strategi, dan tentu saja untuk menekankan kegiatan prioritas. CSF

Analisis akan dibahas lebih mendalam nanti dalam bab ini.

Business Area Plans

Mereka adalah rencana dari berbagai bidang bisnis, yang mendokumentasikan tanggapan mereka terhadap strategi bisnis. Dalam banyak kasus, ini mungkin mencerminkan kelanjutan bisnis seperti biasa, dengan fokus pada target utama yang diperkenalkan atau diperbaiki. Meskipun tidak bagian dari strategi, mereka berisi petunjuk untuk kebutuhan informasidan perlu diselidiki.

1. 5. Analysis techniques

- **Critical success factors (CSF)**

Critical success factors (CSF) adalah analisis area aktivitas bisnis 'di mana segala sesuatu analisis * harus ke kanan ', Potensi dorongan SI / TI dan Ukuran performa.

- **Balance scorecard analysis (BSC)**

- Tujuan bisnis dan informasi utama

- Persyaratan

- Ukuran performa

- **Organizational model**

- Penilaian bisnis yang komprehensif dan lingkungan SI / TI

- Mekanisme penyaringan dalam menilai opsi untuk perubahan

Dan Beberapa teknik yang digunakan dalam menganalisis situasi saat ini dan strategi bisnis lainnya:

Analisis strategi bisnis

- Strategi bisnis — misi, sasaran, dll.

- Inisiatif bisnis global

- Inisiatif bidang bisnis
- Prioritas bisnis
- Persyaratan SI mengarah ke permintaan SI

Analisis SWOT

- Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman internal dan lingkungan bisnis eksternal dan SI / TI

Portofolio bisnis dan analisis strategi kompetitif

- Opsi untuk investasi IS jangka panjang untuk memperkuat posisi kompetitif
- Analisis rantai nilai
- Arus informasi internal Aliran informasi 'industri' tingkat tinggi model Dampak potensial dari SI / TI

Analisis proses / BPR

- Identifikasi proses bisnis inti
- Efektivitas proses dalam pertemuan driver
- Opsi perbaikan proses
- Memproses desain ulang cetak biru (yang memberikan peningkatan kinerja yang signifikan tentang pengemudi)
- Pilihan IS / IT yang dihasilkan

Teknik analisis pemodelan-informasi bisnis

Model perusahaan:

- Pola model-model objek
- Bagan dependensi proses
- Data aliran diagram-diagram dekomposisi fungsional
- Konseptual arsitektur

Evaluasi portofolio saat ini

- Profil aplikasi saat ini Cakupan dan kontribusi kepada pengguna bisnis dan kepuasan teknis
- Kontribusi aplikasi untuk bisnis strategi

Penilaian teknologi dan tinjauan infrastruktur SI / TI

- Inventarisasi perangkat keras dan lunak saat ini tinjauan infrastruktur Penilaian organisasi IS, prosedur, keterampilan dan metode

Assessing and Understanding the Current Situation

Explain about:

1. Business re-engineering and IS strategy
2. Understanding the current situation
3. Understanding IS/IT needs of the business strategy
4. Examining current IS/IT supply
5. Analysis techniques
 - Critical success factors (CSF)
 - Balance scorecard analysis (BSC)
 - Organizational model

Answer:

1. Business process re-engineering (BPR) is a business management strategy, originally pioneered in the early 1990s, focusing on the analysis and design of workflows and business processes within an organization.
An IS/ strategy is a planning document that explains how information systems and technology should be utilized as part of an organization's overall business strategy and should be designed to support the organization's overall business plan.
2. The first step that must be done by the company in developing IS strategy is to conduct an assessment of the IS / IT environment that exists at this time both internally and externally in order to determine the GAP between current conditions and future targets, so that the company can decide whether the environment these must change or not suit the needs needed. The IS / IT environmental assessment will result in a basis for determining the GAP between now and the needs needed to achieve the business desired by the company.

In addition to assessing IS / IT environment, there is an important aspect to be considered by the company, which is the existing application portfolio, this is the starting point of future development and also as the main determinant of how the community in the organization feels the impact of values and contributions provided by IS / IT. Here are some aspects that must be considered by the company:

1. Portfolio Evaluation
2. Current and previous strategies and conditions
3. Information system organization and process

4. Assets, resources and capabilities available
 5. Provisions for methods and training
 6. What is the role of information systems for businesses
 7. The environment outside IS / IT
3. To achieve the desired IS strategy results, it is necessary to understand supporters of changes and the current situation (where we are) and understand / find the situation sought (where we want to be), and begin to find ways of how the GAP of the two things can be eliminated (how to get there). These will include business initiatives as well as IS / IT.

The quality and value of all IS / IT strategies developed depends on how deep the understanding and needs of the business are, as well as the interpretation of business needs in the appropriate information, systems and IT services. It requires sufficient understanding of business and information to be able to develop strategies that are reasonable and realistic. This can be achieved by reviewing as much as possible, such as by using the Key Performance Indicator (KPI), annual plans, budgets and forecasts.

4. Techniques for analysis and interpretation

There are many techniques that can be done by organizations to identify or analyze the circumstances and business strategies contained in the organization, one of which is to use Critical Success Factors and Balanced Scorecards.

1) Balanced Scorecards

Balanced Scorecards are one of the tools used to process performance and develop organizational strategies using four perspectives, called Key Performance Indicators (KPI), in order to produce information relevant to the organization.

2) Critical Success Factors Analysis

For most companies that have units in several industries, use Critical Success Factors (CSF) to obtain objective certification, ROI and diverse portfolios. This CSF analysis is a technique that can not only develop IS / IT strategies but also develop business strategies of the organization, which can be done after identifying each business object contained in the organization and then consolidating each of these objects.

Information generated through Balanced Scorecards and CSF analysis can be combined to provide accurate information for the information system requirements needed by the organization. Balanced Scorecards will provide business steps objectively, while CSF analysis will identify the critical things to improve the results to be achieved.

Business Process Analysis

Business Process Analysis (BPA) is a technique used to measure the effectiveness of a business process, especially Core Business, in supporting the achievement of business objectives in a company or business unit. Besides being used to measure the effectiveness of its business objectives, the analysis is used to measure how much the business process contributes to the driver for the company's business strategy. For example, when the driver is to get a larger market share, the company should focus more on business processes for the acquisition of new customers rather than retaining old customers even though both of them have an effect on customers.

Adopting Process Perspective

Previously, the existing company structure was mostly functional or departmental, where each section was separated based on their respective functions, such as HRD, Marketing, Finance, etc. However, this structure has weaknesses, because most business processes carried out by the company are not only separate within their respective departments but require collaboration between departments, for example collaboration between the purchasing department and finance in the procurement process.

BPR (Business Process Re-Engineering) is here to answer these weaknesses. At BPR, the organization's main focus is on the process without being limited by functional boundaries between these departments. Therefore, for companies that do BPR, they will change the perspective of the organization that was traditional (functional) to Process Perspective. By adopting this perspective, the company can see the entire process in the company and can then detect which processes do not make a meaningful contribution to the company.

Identification Process

Although many companies are successful in redesigning their business processes, most of them redesign their business processes which make a small contribution to the success of their business. This certainly adds importance to the identification process

which is in fact difficult to do, because most business processes run outside the boundaries of departments and company hierarchies. Not to mention the appearance of a process that physically does not appear to increase the level of difficulty of the identification process.

Processes that have been identified at the organizational level can be broken down into a number of more detailed subprocesses. These sub-processes can certainly be broken down to a higher level of detail to the level of individual tasks (roles) or roles (roles performed by the individual).

Process Importance-Performance Assessment

In identifying the process for redesign, we also need to measure how important the process is in achieving the company's business objects. The measurement process (Assessment) can be done by benchmarking the business processes of other companies, or by using the importance performance matrix.

We can use this image to detect at what level the business process is and what steps we can take next. For example in a process that has a high level of importance (high importance) but low performance, then we must concentrate our redesign process on that process.

3) Organizational Modeling

To support IS / IT Strategy Development in a company, a comprehensive understanding of the organization is certainly needed. One way to understand this is to do Organizational Modeling that connects business with the IS / IT Environment.

J.P.Kotter in his book explains some elements that must be present in the organizational model, namely a central process which is the core business process (the main business process that is run by the company, for example a bank with its core banking) from the company, and six other 'structural' elements. The six elements are External Environment (competitors, fiscal policy), The Dominant Coalition, Formal Organizational Arrangement (plans such as budgets, organization charts), Employees and Other Tangible Assets (employees), Social Structure (corporate culture), and Technology Employed . Kotter also made several sample questions for each of these elements which were used to compile the Organizational Model.

Evaluating the Gap Between Current and Required IS / IT Environments

After we can find out what IS / IT Environment is needed later, we can evaluate the gap that exists between the IS / IT Environment and the IS / IT Environment that exists now. Some of the existing GAPS are: Processes that require redesign with specified IS / IT requirements, new or upgraded information sources (for example by developing new applications as data / information input sources), and also changes to IT resources and competence to support each role in carrying out its role in the IS.

(source: John Ward and Joe Peppard, Strategic Planning for Information Systems 3rd Edition, John Wiley & Sons, 2002)

TUGAS ASSESSING AND UNDERSTANDING THE CURRENT SITUATION

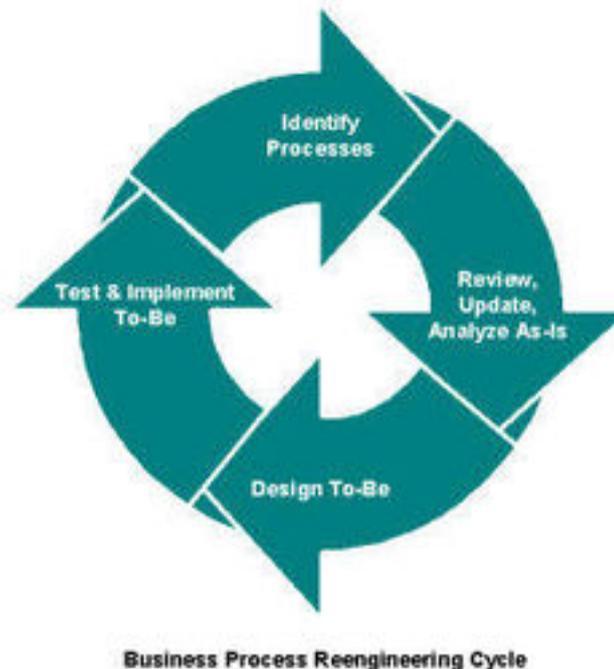
Oleh

Dwi Septya Putri – 182420057

I. Rekayasa ulang bisnis dan strategi SI

Business Process Reengineering (BPR, Rekayasa ulang proses bisnis) adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari sumber daya organisasi yang tersedia.

BPR menggunakan pendekatan untuk perancangan kembali cara kerja dalam mendukung misi organisasi dan mengurangi biaya. Perancangan ulang dimulai dengan penaksiran level tinggi terhadap misi organisasi, tujuan strategis, dan kebutuhan pelanggan. Berikut ini merupakan siklus dari BRP



II. Memahami situasi saat ini

Situasi saat ini merupakan titik awal dari mana program perubahan dimulai. Pemahaman yang mendalam tentang strategi bisnis, lingkungan bisnis & teknologi dan status IS / IT saat ini dalam bisnis. Kemungkinan untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan yang melekat dalam strategi bisnis. Kenali kekuatan & kelemahan bisnis dan peluang SI / TInya.

III. Memahami kebutuhan SI / TI dari strategi bisnis

Hal-hal yang perlu dilaksanakan dalam proses ini antara lain :

- ✚ Tanyakan setiap bidang bisnis apa persyaratan mereka
- ✚ Menyerap setiap pernyataan strategi tertulis & menafsirkannya menjadi SI / TI prinsip & CSF yang relevan, persyaratan aplikasi, dan seperangkat kriteria pasokan untuk memberikan layanan yang diminta oleh bisnis.
- ✚ Kursus terbaik untuk strategi IS untuk dikembangkan secara paralel dengan strategi bisnis, memberi makan tren, peluang dan ide ke dalam proses strategi bisnis.
- ✚ Bekerja sama dengan semua bidang bisnis untuk membangun serangkaian inisiatif bisnis & SI / TI yang dapat dicapai yang akan menghasilkan kinerja yang ditargetkan.

IV. Memeriksa pasokan SI / TI saat ini.

Tujuan memeriksa pasokan SI/TI saat ini adalah :

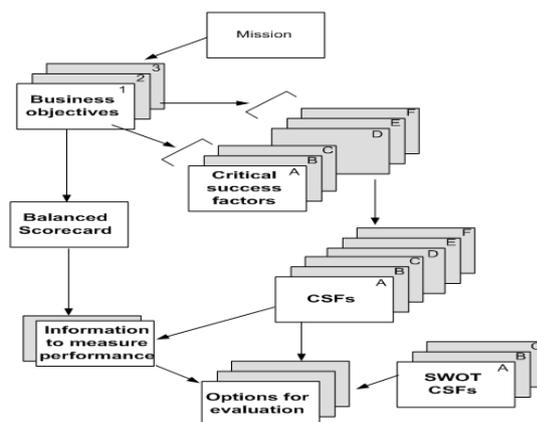
- ✚ Untuk menetapkan kesenjangan antara ketentuan saat ini dan masa depan yang ditargetkan
- ✚ Untuk menentukan apakah lingkungan dapat mempertahankan perubahan yang diperlukan atau perlu diubah sendiri
- ✚ Untuk memungkinkan strategi memperhitungkan tren dan peluang dari teknologi yang muncul
- ✚ Untuk menyelidiki seberapa kompetitif atau komplementer organisasi menerapkan TI

V. Teknik analisis

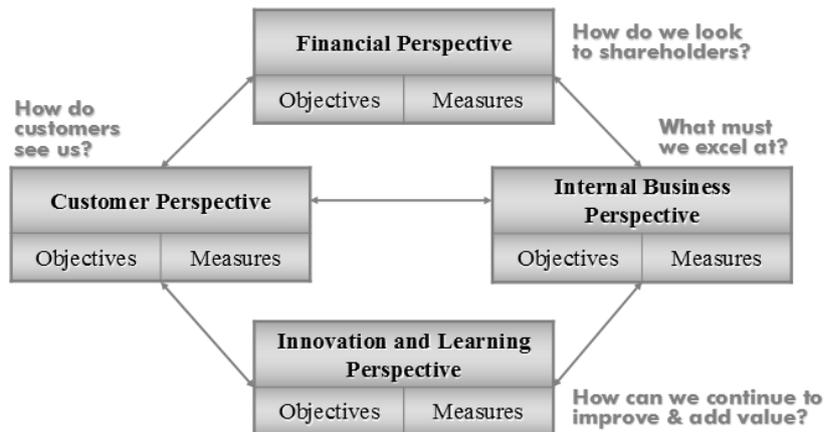
- ✚ Critical Succes Factor (CSF)

Analisis CSF - mengidentifikasi apa yang harus dilakukan, atau diubah, untuk mencapai tujuan, termasuk informasi baru dan / atau sistem yang dibutuhkan.

CSFs Basic Processes

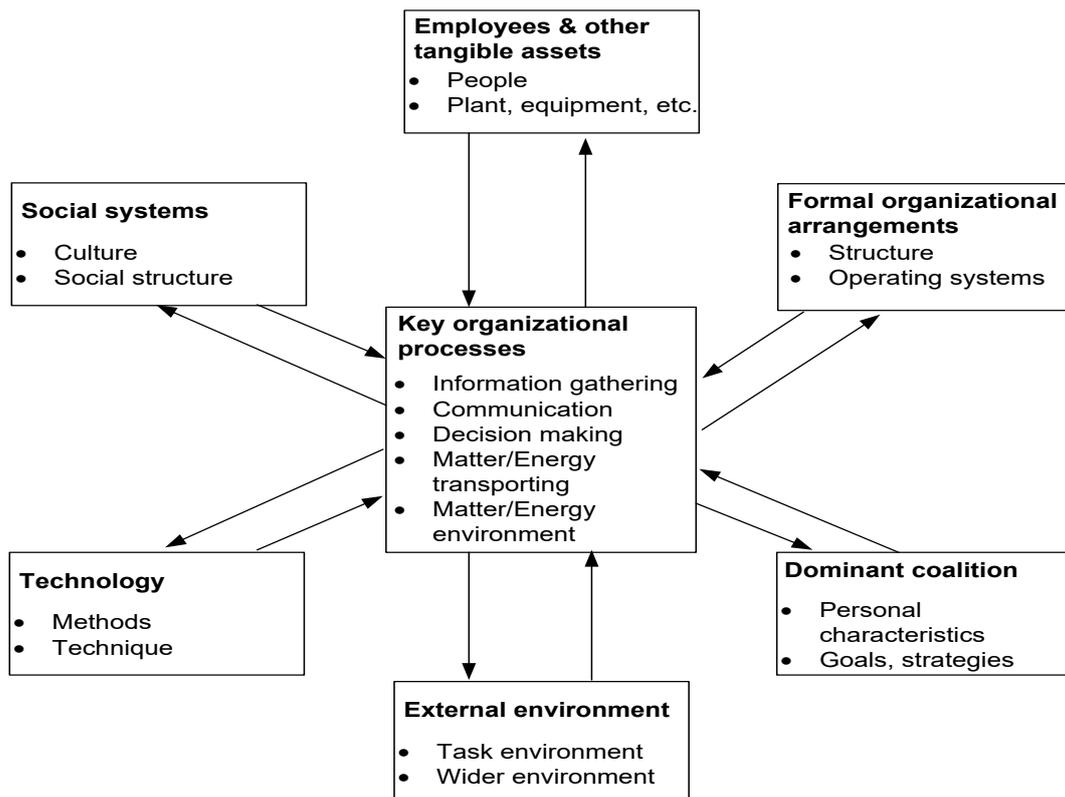


- ✚ Balance score card analysis (BSC)
Identifikasi informasi yang diperlukan untuk mengukur kinerja terhadap tujuan bisnis.



- ✚ Model organisasi
Penggunaan:

- Mekanisme penyaringan untuk memastikan gagasan akan 'pas'
- Mengizinkan perubahan budaya perlu dibandingkan dengan model
- Memberikan pemahaman yang komprehensif tentang lingkungan



1. Business re-engineering and IS strategy

Business Process Reengineering (BPR, Rekayasa ulang proses bisnis) adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari sumber daya organisasi yang tersedia.

BPR menggunakan pendekatan untuk perancangan kembali cara kerja dalam mendukung misi organisasi dan mengurangi biaya. Perancangan ulang dimulai dengan penaksiran level tinggi terhadap misi organisasi, tujuan strategis, dan kebutuhan pelanggan

Business Process Reengineering dikenal juga dengan istilah **Business Process Redesign (Perancangan Ulang Proses Bisnis)**, **Business Transformation**, atau **Business Process Change Management**. Business Process Reengineering (BPR) dimulai sebagai teknik sektor privat untuk mendukung organisasi secara fundamental memikirkan kembali bagaimana mereka mengerjakan bisnis yang mampu meningkatkan jasa kepada pelanggan, memotong biaya operasional dan menjadi kompetitor kelas dunia. Kunci utama dalam perancangan ulang adalah pengembangan sistem informasi dan jaringan. Organisasi-organisasi besar semakin banyak menggunakan teknologi ini untuk lebih mendukung proses bisnis yang inovatif dibanding memperbaiki metode kerja pada saat yang sama.

BPR meliputi analisis dan perancangan alir kerja (*workflow*) dan proses-proses dalam sebuah organisasi. Berdasarkan *Daven ports* (1990), proses bisnis adalah sekelompok tugas-tugas yang saling berhubungan secara logis, dilaksanakan untuk mencapai sebuah hasil bisnis yang jelas.

Re-engineering ("rekayasa ulang") adalah dasar dari perkembangan-perkembangan manajemen yang muncul belakangan ini. *Tim lintas-fungsional (Cross-functional team)*, contohnya, telah banyak dikenal karena perannya dalam perancangan ulang tugas-tugas fungsional yang terpisah menjadi proses-proses lintas-fungsional yang lengkap.

Dalam kerangka kerja untuk penaksiran dasar terhadap misi dan tujuan, perancangan ulang memfokuskan kepada proses bisnis organisasi – langkah-langkah dan prosedur yang mengendalikan bagaimana sumber daya digunakan untuk memproduksi barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan dan pasar yang khusus. Proses bisnis dapat disusun kembali menjadi aktivitas-aktivitas spesifik, diukur, dimodelkan dan diperbaiki. Dapat pula dirancang ulang secara keseluruhan atau dieliminasi sekaligus. Perancangan ulang mengidentifikasi, menganalisa, dan merancang ulang proses inti bisnis organisasi dengan tujuan untuk mencapai hasil maksimal dalam ukuran kinerja kritis seperti *biaya, kualitas, jasa dan kecepatan*.

Perancangan ulang membagi-bagi proses bisnis menjadi sub-sub proses dan tugas yang dilaksanakan oleh beberapa area fungsional terspesialisasi dalam organisasi. Seringkali tidak seorang pun yang bertanggung jawab atas kinerja keseluruhan proses. Perancangan ulang memaksimalkan kinerja subproses yang akan menghasilkan beberapa keuntungan, namun tidak menjanjikan peningkatan yang dramatis jika prosesnya sendiri tidak efisien dan tertinggal.

Untuk alasan itu, perancangan ulang memfokuskan pada merancang kembali proses secara keseluruhan untuk mencapai keuntungan maksimal bagi organisasi dan pelanggan.

Hal ini berbeda dengan proses yang memfokuskan pada peningkatan fungsional atau incremental saja.

2. Understanding the current situation

Dalam memahami situasi yang sedang terjadi meliputi diperlukannya suatu pengertian mendalam dari strategi bisnis, lingkungan bisnis dan teknologi, dan status saat ini dari IS/IT dalam bisnis. Hal-hal tersebut akan dapat memungkinkan ditemukannya kesempatan, ancaman dan kebutuhan dalam strategi bisnis dan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan dari bisnis dan operasi IT.

Salah satu cara menentukan strategi IS adalah dengan mengidentifikasi kebutuhan dari setiap area dari bisnis. Cara lainnya adalah dengan membuat suatu grup yang bertugas menentukan atau meng-*update* strategi IS/IT yang juga mengerti setiap strategi dari bisnis. Secara singkat, cara yang terbaik dalam menentukan strategi IS adalah dengan mengembangkan strategi IS yang berjalan paralel dengan strategi bisnis.

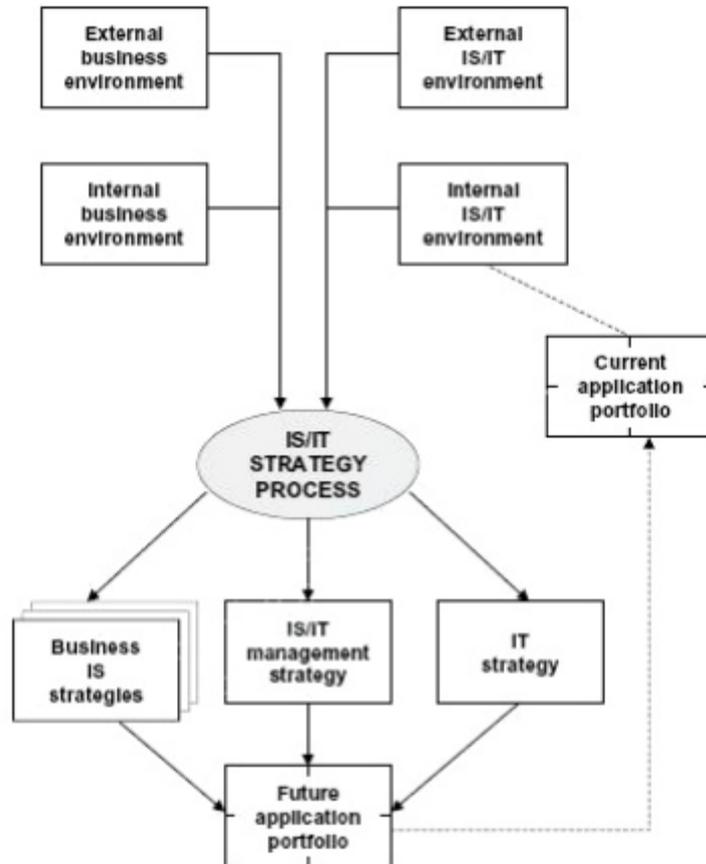
Untuk mencapai hasil strategi IS yang diinginkan, perlu dipahami pendukung dari perubahan dan situasi saat ini (*where we are*) dan memahami/menemukan situasi yang dicari (*where we want to be*), serta mulai menemukan cara bagaimana GAP dari dua hal tersebut dapat dihilangkan (*how to get there*). Hal-hal tersebut akan meliputi inisiatif bisnis maupun IS/IT.

3. Understanding IS/IT needs of the business strategy

Perencanaan strategis Sistem Informasi/Teknologi Informasi dalam sebuah organisasi merupakan proses yang berkelanjutan yang akan perlu sering diperbarui secara teratur sebagai respon terhadap dorongan eksternal, peluang dan kebutuhan bisnis, rencana kerja yang terjadwal, budaya organisasi dan kemanfaatan yang diperoleh dari penerapan strategi itu sendiri.

Lebih dari itu, sistem dan teknologi juga akan merupakan inti bagi upaya pengembangan bisnis secara terus menerus. Ini seiring dengan tingkat kematangan fungsi sistem informasi dalam organisasi tersebut. Perihal keterkaitan strategi SI/IT dengan strategi bisnis, karakteristik serta pendekatannya telah dikupas pada sub-bab terdahulu, pembahasan selanjutnya akan memusatkan perhatian pada kerangka kerja dan perumusannya.

Ward dan Peppard (2002) menyajikan suatu model analisa tentang hal ini yang diwujudkan dalam bangun kotakkotak yang menggambarkan bagian masukan, keluaran dan aktifitas-aktifitas pokoknya, seperti terlihat pada Gambar di bawah ini.



Gambar Model Strategi SI/TI (Ward, 2002)

Masukan dalam model ini terdiri dari lingkungan internal dan eksternal bisnis, lingkungan internal dan eksternal SI/TI.

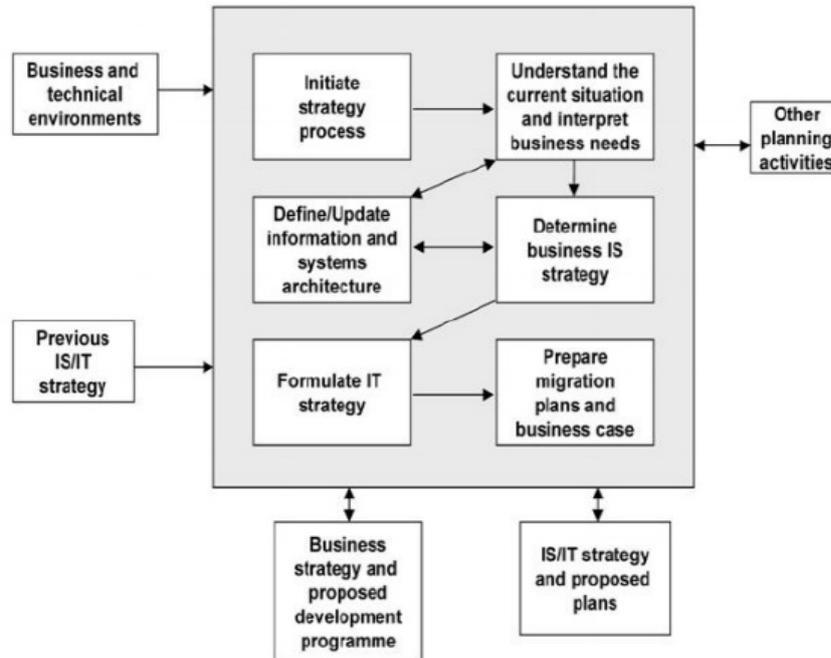
- **Lingkungan internal bisnis** meliputi strategi bisnis yang ada sekarang, tujuan, sumberdaya, proses serta budaya dan tata nilai organisasi. Lingkungan eksternal meliputi situasi ekonomi, iklim usaha dan persaingan tempat organisasi menjalankan kegiatannya.
- **Lingkungan internal SI/TI** adalah perspektif terhadap bisnis, kematangan SI/TI, cakupan dan kontribusi, kemampuan/ketrampilan, sumberdaya dan infrastruktur teknologinya. Portofolio aplikasi sistem yang ada maupun sisten yang sedang dikembangkan atau yang baru dianggarkan.

Strategi bisnis Sstem Informasi, menyangkut bagaimana tiap unit atau fungsi dalam SI akan menyiapkan SI/TI guna tujuan-tujuan bisnis mereka. Demikian pula portofolio aplikasi yang hendak di bangun untuk masing-masing unit bisnis dan model bisnisnya, sehingga bisa tergambar arsitektur informasi masing-masing unit.

Portotofolio hendaknya mencakup juga keterangan tentang bagaimana SI/TI hendak dimanfaatkan dimasa yang akan datang untuk membantuk unit mencapai tujuan-tujuan bisnisnya. Pada bagian keluaran kerangka perumusan strategi SI/TI juga menyertakan kebijakan dan strategi pengelolaan teknologi dan sumberdaya spesialis yang ada.

Model strategis SI/TI menggambarkan keseluruhan komponen yang diperlukan dalam proses perumusan strategi serta hasil yang hendak diperoleh sesuai proses perancangan strategi IS/IT. Adapun langkah-langkah dan perumusan strategi SI/TI

serta *deliverables* yang dihasilkan, Ward dan Peppard menuangkannya dalam satu kerangka kerja runtut dan tersendiri.



Gambar Kerangka kerja perumusan dan perencanaan strategi SI/TI

Gambar di atas menggambarkan komponen-komponen dalam kerangka kerja tersebut yang terdiri dari:

- **Proses Inisiasi Strategi**

Langkah ini merupakan bagian pembuka dalam perumusan strategi SI/TI yang meliputi langkah-langkah memastikan tujuan, cakupan dan deliverables, menentukan pendekatan kebutuhan sumberdaya, seperti misalnya perangkat-perangkat otomatis. Ditentukan juga identifikasi personal yang diperlukan dan akan dilibatkan dalam proses ini, dibentuk tim jika perlu bisa juga dilakukan pelatihan-pelatihan.

Langkah selanjutnya adalah pembuatan mekanisme pengendalian dan kontrol terhadap proses ini, jelaskan bagaimana hubungan kegiatan dengan bisnis dan apa yang bisnis akan dapatkan sebagai masukan. Lakukan identifikasi orang-orang yang akan berpartisipasi sehingga diperoleh gambaran waktu yang diperlukan untuk pengumpulan data dalam tahap analisa. Kemudian dilakukan penyusunan rencana kerja, kebutuhan waktu, peran dan tanggungjawab serta simpul dimana pengujian akan dilakukan. (Ward, 2002)

- **Memahami Situasi Saat Ini dan Merumuskan Kebutuhan Bisnis**

Langkah ini bertujuan untuk membangun pemahaman yang luas tentang bisnis dalam lingkungannya dan untuk merumuskan kebutuhan bisnisnya, baik saat ini, atau sudah terencana maupun kemungkinannya di masa datang.

Hal-hal yang harus dilaksanakan ada tahap ini bisa dikelompokkan menjadi tiga kategori.

- Pertama, menganalisa strategi bisnis, tujuan serta faktor-faktor penentunya (*critical success factors*) permasalahan dan proses penentu, dalam rangka untuk merumuskan situasi saat ini, kelemahan dan kekuatan yang ada. Tentukan juga informasi yang

dibutuhkan dalam kaitannya dengan memusatkan perhatian pada investasi pada sistem guna memenuhi kebutuhan tersebut.

- Kedua, lakukan evaluasi terhadap kegiatan SI/TI, sistemnya, mutu informasinya, sumber, organisasi, ketrampilan dan layanan yang ada, agar bisa ditentukan cakupan serta kontribusinya dan dimana kiranya perbaikan dilakukan akan memberi manfaat.
- Ketiga, analisa terhadap lingkungan bisnis, baik eksternal maupun internal untuk melakukan identifikasi inovasi-inovasi bisnis yang bisa dilahirkan dengan menerapkan aplikasi SI/TI.

- **Menentukan Strategi Bisnis Sistem Informasi**

Langkah ini merupakan akumulasi kebutuhan Sistem Informasi bisnis yang bertujuan untuk melahirkan suatu rekomendasi untuk menempatkan SI/TI pada aras unit bisnis maupun pada keseluruhan organisasi. Hal ini didokumentasikan dalam strategi manajemen dan SI bisnis.

Pada tiap unit bisnis, sistem informasi secara konseptual dikonsolidasikan dan dipetakan dalam portofolio aplikasi yang mencerminkan posisinya saat ini, posisi yang dibutuhkan atau kemungkinannya di masa depan.

- **Menentukan Arsitektur Sistem Informasi**

Langkah ini didayagunakan hasil analisa terhadap proses dan kebutuhan informasi guna membangun suatu model bisnis.

Merupakan idealisasi model bisnis di masa depan, dalam kaitan proses, informasi dan sistem, model ini juga dibutuhkan untuk merancang arah saat ada rencana untuk melakukan migrasi. Tahap ini dimulai semenjak proses analisa lingkungan dimulai hingga akhir perumusan strategi bisnis SI.

- **Merumuskan Proposal Penyediaan Teknologi Informasi**

Yang hendak dilaksanakan pada tahap ini adalah menentukan unsur atau bagian dari proposal penyediaan TI. Secara praktis, pada titik ini strategi SI dan proposal penyediaan TI perlu dicocokkan kembali dengan rumusan dalam proses strategi bisnis, maksud utamanya adalah agar terjadi konsolidasi.

Rangkaian langkah-langkah dalam proses strategi SI/TI tersebut diatas akan menghasilkan dua kategori keluaran, yaitu keluaran yang berupa hard deliverables dan soft deliverables. Keluaran yang termasuk sebagai hard deliverable adalah berupa berkas-berkas yang memuat rumusan-rumusan tentang strategi dan perencanaan, seringkali juga termasuk di dalamnya aplikasi yang memuat bahan rujukan (*dictionary*), matriks serta model-model analisa informasi.

Fungsi berikutnya untuk mendokumentasikan rencana-rencana tentang bagaimana perumusan strategi SI/TI hendak dicapai beserta titik-titik pencapaian selama pelaksanaan. Harus dipastikan bahwa visi dan perencanaan dalam strategi SI/TI skala waktunya harus konsisten dengan visi dan perencanaan bisnis. Demikian pula saat dilakukan evaluasi strategi SI/TI akan dipakai tolok ukur waktu yang sama.

Pendekatan perencanaan strategis SI/TI Ward dan Peppard memiliki materi yang lengkap, kerangka kerja perencanaan yang ringkas dan alternatif pemilihan teknik analisa yang luas serta keluwesan dalam penerapan metodologi. Untuk memperoleh strategi SI/TI, sesuai dengan pendekatan Ward dan Peppard dimulai dengan

memahami dan menilai situasi yang ada kini yang apada akhirnya diharapkan bisa diperoleh portofolio aplikasi.

4.Examining current IS/IT supply

- Untuk menetapkan kesenjangan dengan ketentuan yang ditargetkan saat ini dan di masa mendatang
- Untuk menentukan apakah lingkungan dapat mempertahankan perubahan yang diperlukan atau perlu diubah sendiri
- Untuk memungkinkan strategi memperhitungkan tren dan peluang dari teknologi yang muncul
- Untuk menyelidiki seberapa kompetitif atau komplementer organisasi menerapkan TI
- Penilaian lingkungan SI / TI internal:
- Evaluasi portofolio aplikasi saat ini & aplikasi yang sedang dikembangkan untuk menentukan konten, cakupan & kontribusi mereka.
- Evaluasi sumber daya informasi saat ini.
- Evaluasi infrastruktur saat ini & layanan dan sumber daya TI, dicapai melalui penilaian teknologi

5.Analysis techniques

Teknik analitik (metode analitik) adalah prosedur atau metode untuk analisis beberapa masalah, status atau fakta. Teknik analitik biasanya terbatas waktu dan terbatas tugas. Mereka digunakan sekali untuk menyelesaikan masalah tertentu. Menentang metode manajemen yang memengaruhi manajemen organisasi dalam jangka panjang.

Dalam praktiknya ada banyak teknik analisis yang cukup sederhana yang digunakan manajer dan analis selama pekerjaan normal. Seringkali tanpa memberi nama entah bagaimana. Untuk teknik seperti itu, seringkali cukup hanya sistem "kertas-pensil," atau peralatan kantor umum. Mereka didasarkan terutama pada pengalaman orang yang menggunakannya. Ada juga sejumlah teknik analitis khusus, yang sangat didasarkan pada beberapa model matematika atau yang membutuhkan peralatan atau alat tertentu.

–Critical success factors (CSF)

Critical success factor (CSF) adalah istilah manajemen untuk elemen yang diperlukan bagi organisasi atau proyek untuk mencapai misinya. Untuk mencapai tujuan mereka, mereka perlu mengetahui tentang masing-masing faktor kunci keberhasilan (KSF) dan variasi antara kunci dan peran yang berbeda bidang hasil kunci (KRA).

–Balance scorecard analysis (BSC)

Balanced scorecard (BSC) adalah perencanaan strategis dan sistem manajemen yang digunakan organisasi untuk:

- Komunikasikan apa yang ingin mereka capai
- Sejajarkan pekerjaan sehari-hari yang dilakukan semua orang dengan strategi

- Prioritaskan proyek, produk, dan layanan
- Mengukur dan memantau kemajuan menuju target strategis

Manfaat utama menggunakan kerangka kerja yang disiplin adalah memberikan organisasi cara untuk "menghubungkan titik-titik" antara berbagai komponen perencanaan dan manajemen strategis, yang berarti bahwa akan ada hubungan yang terlihat antara proyek dan program yang sedang dikerjakan orang, pengukuran yang digunakan untuk melacak keberhasilan (KPI), tujuan strategis organisasi berusaha untuk capai, dan misi, visi, dan strategi organisasi.

-Organizational model

Model organisasi menggambarkan tujuan dan struktur organisasi dalam hal peran, norma, hubungan antara peran dan interaksi antara peran. Deskripsi tidak termasuk deskripsi peserta yang memenuhi peran.

Deskripsi formal organisasi, termasuk agen dan sumber daya. Model organisasi digunakan oleh WfMS untuk menetapkan kegiatan kepada agen

Bahasa pemodelan yang digunakan untuk menentukan organisasi agen secara formal. Model organisasi menyediakan konseptualisasi organisasi untuk Sistem Muti-Agent dan sintaksis untuk menulis model spesifik. Secara abstrak, sintaksis dapat diekspresikan melalui metamodel organisasi.

Nama : Fero Triando

NIM : 182420093

Kelas : MIT 19 B

1. Business re-engineering and IS strategy

Business Process Reengineering (BPR, Rekayasa ulang proses bisnis) adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari sumber daya organisasi yang tersedia. BPR menggunakan pendekatan untuk perancangan kembali cara kerja dalam mendukung misi organisasi dan mengurangi biaya. Perancangan ulang dimulai dengan penaksiran level tinggi terhadap misi organisasi, tujuan strategis, dan kebutuhan pelanggan.

- Inisiatif rekayasa ulang muncul dari strategi bisnis
- Permintaan SI mendukung strategi bisnis
- Rekayasa ulang membutuhkan elemen SI / TI
- Rekayasa ulang dan strategi SI membentuk model potensial bisnis.
- Pindah dari model organisasi tradisional ke model berorientasi proses

Ada 2 pertanyaan kunci TI:

- Bagaimana proses bisnis dapat diubah menggunakan IT?
- Bagaimana TI terbaik mendukung proses bisnis?

2. Understanding the current situation

Pemahaman yang mendalam tentang:

- strategi bisnis,
- lingkungan bisnis & teknologi dan
- status IS / IT saat ini dalam bisnis.

-

Current situation represents the starting point from which any change program begins!

Situasi saat ini merupakan titik awal dari mana program perubahan dimulai!

Kemungkinan untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan yang melekat dalam strategi bisnis.

Kenali kekuatan & kelemahan bisnis dan peluang SI / TInya.

Memahami situasi saat ini melibatkan memperoleh secara mendalam pemahaman tentang strategi bisnis, bisnis dan teknologi dan status IS / IT saat ini dalam bisnis. Ini membuatnya mungkin untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan melekat dalam strategi bisnis, dan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan bisnis dan operasi SI / TI. Ini sangat penting, karena situasi saat ini merupakan titik awal dari perubahan apa pun program dimulai.

3. Understanding IS/IT needs of the business strategy

Strategi bisnis adalah Kegiatan yang harus dilakukan untuk berkontribusi secara langsung pada pencapaian tujuan bisnis, dan kebutuhan informasi pendukungnya, harus diidentifikasi. Kegiatan sekunder yang harus dilakukan untuk mengukur kinerja untuk mencapai tujuan tersebut, harus diidentifikasi. Dalam menganalisis strategi bisnis, persyaratan utama adalah:

- Identifikasi strategi saat ini dan setiap elemen baru yang muncul.
- Menafsirkan & menganalisis strategi & menggambarkannya secara terstruktur.
- Kompilasi & konfirmasi persyaratan IS konsekuen.

Konstituen inti dari strategi bisnis yaitu:

Misi

Pernyataan yang jelas tentang apa yang dilakukan organisasi dan apa yang organisasi itu lakukan jangka panjang, tujuan keseluruhan. Peran utamanya adalah untuk menetapkan arah

semua orang mengikuti. Mungkin singkat, ringkas dan inspirasional, atau berisi pernyataan filosofis luas yang mengikat organisasi kegiatan tertentu dan untuk tujuan ekonomi, sosial, etika atau politik. Sering disebut 'niat strategis'. Nilai-nilai juga sering dinyatakan di samping misi. Tiga contoh misi yang berbeda-beda adalah:

- Untuk menjadi pemimpin komunikasi seluler dunia, memperkaya kehidupan individu dan pelanggan bisnis dalam jaringan masyarakat (perusahaan telekomunikasi global besar).
- Untuk memberantas semua penyakit menular di seluruh dunia' (Dunia Organisasi Kesehatan).
- Perusahaan bergerak di bidang pemasaran ritel secara nasional dasar produk minyak bumi dan distribusi yang merata buah dari peningkatan produktivitas manajemen, modal dan tenaga kerja di antara pemegang saham, karyawan dan publik (perusahaan publik besar).

Vision

Semakin banyak ditemukan dalam penyampaian strategi bisnis, ini memberikan gambaran sering mencakup banyak aspek yang semua orang bisa mengidentifikasi dengan, apa yang akan menjadi bisnis di masa depan dan bagaimana itu akan beroperasi. Itu ada untuk membawa strategi untuk hidup dan untuk memberi seluruh organisasi tujuan yang dapat divisualisasikan,

sehingga setiap pemangku kepentingan memiliki gambaran bersama tentang tujuan masa depan.

Business Drivers

Ini adalah serangkaian kekuatan kritis untuk perubahan yang harus dilakukan oleh bisnis menanggapi. Mereka mungkin mewakili jangka pendek, menengah dan panjang faktor-faktor di mana bisnis harus fokus untuk memenuhi keberatan hidup dan memuaskan CSF. Mereka sering tertimbang dan bisa digunakan dalam memprioritaskan proposal perbaikan. Misalnya utama pengemudi jangka pendek mungkin merupakan pengurangan dari basis biaya, yang utama pendorong jangka menengah dapat meningkatkan pangsa pasar dan utama pengemudi jangka panjang mungkin memiliki kualitas cacat nol.

Objectives

Target yang ditetapkan organisasi untuk membawanya ke pencapaian visinya. Mereka biasanya jumlahnya kecil, tetapi mewujudkan aspek paling penting dari visi seperti pengembalian finansial, layanan pelanggan, keunggulan manufaktur, moral staf, sosial dan kewajiban lingkungan. Itu adalah pernyataan masa depan hasil atau kondisi stabil yang ingin dicapai organisasi tingkat unit bisnis global atau strategisnya. Mereka biasanya kuantitatif dilengkapi dengan nilai dan tenggat waktu terkait. Idealnya, mereka harus melakukannya menampilkan karakteristik berikut:

- . jelas dan berorientasi pada hasil;
- . terukur, dapat diverifikasi dan tidak terlalu banyak;
- . didirikan oleh mereka yang terlibat dalam pencapaian mereka;
- . relevan, dapat dicapai, dan mendorong kinerja tinggi;
- . konsisten dengan tujuan tingkat yang lebih tinggi.

Contohnya adalah:

- . 'Mengurangi biaya produksi sebesar 10% setiap tahun untuk lima berikutnya tahun
- . 'Mencapai nol pesanan tertunda dalam waktu 12 bulan'
- . 'Kurangi omset staf menjadi kurang dari 15% per tahun dalam waktu 2 tahun
- . 'Untuk memimpin di setiap pasar lokal dengan loyalitas pelanggan dan merek, posisi biaya terendah, bagian dari kumpulan laba dan kepuasan karyawan '

Biasanya, misi dan sasaran strategis organisasi adalah mengalir melalui bisnis, dan setiap fungsi bisnis atau proses inti diberikan kesempatan untuk mengembangkan tujuannya sendiri di Indonesia Menanggapi yang tingkat tinggi. Mereka sering bersifat taktis dan menimbulkan persyaratan IS jangka pendek.

Strategi

Mereka menentukan cara di mana tujuan akan dipenuhi. Mereka mungkin memperkuat kebijakan yang ada (mis. struktur komite pengarah untuk menyetujui belanja modal) atau inisiatif yang akan terus dilakukan dikejar, mungkin dengan sumber daya yang diperluas (seperti layanan pelanggan) program). Mereka juga dapat menyatakan serangkaian kebijakan baru dan baru

inisiatif yang akan dipraktikkan seperti pendesainan ulang proses produksi bisnis. Seringkali, mereka tidak ada, dan salah satu cara di mana IS proses strategis yang dapat membantu adalah dalam memfasilitasi identifikasi dan dokumentasi skema kandidat untuk mencapai tujuan.

Faktor Keberhasilan Penting (CSF)

CSF adalah beberapa area utama di mana 'segalanya harus berjalan dengan benar' untuk bisnis berkembang. Sangat penting untuk mengidentifikasi mereka kapan bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang bisnis. Itu tindakan menentukan CSF dapat membantu mengkrystal tujuan dan strategi, dan tentu saja untuk menekankan kegiatan prioritas. CSF

Analisis akan dibahas lebih mendalam nanti dalam bab ini.

Business Area Plans

Mereka adalah rencana dari berbagai bidang bisnis, yang mendokumentasikan tanggapan mereka terhadap strategi bisnis. Dalam banyak kasus, ini mungkin mencerminkan kelanjutan bisnis seperti biasa, dengan fokus pada target utama yang diperkenalkan atau diperbaiki. Meskipun tidak bagian dari strategi, mereka berisi petunjuk untuk kebutuhan informasi dan perlu diseliti.

4. Examining current IS/IT supply

Untuk menetapkan kesenjangan antara ketentuan saat ini dan masa depan yang ditargetkan

- Untuk menentukan apakah lingkungan dapat mempertahankan perubahan yang diperlukan atau perlu diubah sendiri
- Untuk memungkinkan strategi memperhitungkan tren dan peluang dari teknologi yang muncul
- Untuk menyelidiki seberapa kompetitif atau komplementer organisasi menerapkan TI

Situasi IS Saat Ini-Internal

- Lingkungan IS
- Struktur organisasi
- Pengeluaran
- Jaminan simpanan
- Lokasi lain

Lingkungan Aplikasi Bisnis yang harus diketahui, adalah:

- Pada perangkat keras apa aplikasi bisnis Anda beroperasi?
- Berapa ukuran relatif H / W ini?
- Modul aplikasi bisnis apa yang Anda gunakan?

- Apakah paket aplikasi yang disediakan vendor?
- Apakah perusahaan pada rilis saat ini?
- Apakah aplikasi yang dikemas telah disesuaikan?
- Dalam bahasa pemrograman apa sistem ditulis?
- Berapa ukuran sistem dalam hal LOC
- Berapa banyak laporan yang dihasilkan oleh sistem?
- Berapa banyak program dalam sistem
- Berapa waktu respon rata-rata?
- Berapa banyak workstation, PC dan printer yang terhubung
- Apakah ada perangkat khusus yang diperlukan untuk mendukung kebutuhan di masa depan?

5. Analysis techniques

- Critical success factors (CSF) adalah analisis area aktivitas bisnis 'di mana segala sesuatu analisis * harus ke kanan ', Potensi dorongan SI / TI dan Ukuran performa.
- Balance scorecard analysis (BSC)/ Analisis Balance Scorecard (BSC)
 - Tujuan bisnis dan informasi utama
 - Persyaratan
 - Ukuran performa
 - Organizational model/ Pemodelan organisasi
 - Penilaian bisnis yang komprehensif dan lingkungan SI / TI
 - Mekanisme penyaringan dalam menilai opsi untuk perubahan

Dan Beberapa teknik yang digunakan dalam menganalisis situasi saat ini dan strategi bisnis lainnya:

Analisis strategi bisnis

- Strategi bisnis — misi, sasaran, dll.
- Inisiatif bisnis global
- Inisiatif bidang bisnis
- Prioritas bisnis
- Persyaratan SI mengarah ke permintaan SI

Analisis SWOT

Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman internal dan lingkungan bisnis eksternal dan SI / TI

Portofolio bisnis dan analisis strategi kompetitif

- Opsi untuk investasi IS jangka panjang untuk memperkuat posisi kompetitif
- Analisis rantai nilai
- Arus informasi internal Aliran informasi 'industri' tingkat tinggi model Dampak potensial dari SI / TI

Analisis proses / BPR

- Identifikasi proses bisnis inti
- Efektivitas proses dalam pertemuan driver
- Opsi perbaikan proses
- Memproses desain ulang cetak biru (yang memberikan peningkatan kinerja yang signifikan tentang pengemudi)
- Pilihan IS / IT yang dihasilkan

Teknik analisis pemodelan-informasi bisnis

Model perusahaan:

- Pola model-model objek
- Bagan dependensi proses
- Data aliran diagram-diagram dekomposisi fungsional
- Konseptual arsitektur

Evaluasi portofolio saat ini

- Profil aplikasi saat ini Cakupan dan kontribusi kepada pengguna bisnis dan kepuasan teknis
- Kontribusi aplikasi untuk bisnis strategi

Penilaian teknologi dan tinjauan infrastruktur SI / TI

- Inventarisasi perangkat keras dan lunak saat ini tinjauan infrastruktur Penilaian organisasi IS, prosedur, keterampilan dan metode

Jelaskan tentang:

1. Rekayasa ulang bisnis dan strategi SI

Jawaban

Proses Reengineering adalah desain ulang atau pemikiran ulang proses bisnis secara fundamental dan radikal untuk melakukan perbaikan dramatis dan kinerja kritis seperti biaya, kualitas, pelayanan dan kecepatan [2,3]. Penerapan BPR difokuskan pada tujuan bisnis, analisis proses organisasi, menghilangkan prosedur non-esensial atau berlebihan, dan menggunakan TI untuk mendesain ulang dan merampingkan operasi organisasi

Rekayasa ulang proses bisnis atau Business Process Engineering (BPR) merupakan cara mengevaluasi proses – proses kinerja organisasi termasuk produk, layanan, sumber daya, dan meningkatkan kinerja keseluruhan dari proses tersebut agar tercapai tujuan organisasi.

2. Memahami situasi saat ini

Jawaban

Memahami situasi saat ini merupakan cara yang digunakan untuk mendalami strategi dari bisnis, lingkungan bisnis dan teknologi. Hal-hal tersebut akan dapat memungkinkan ditemukannya kesempatan, ancaman dan kebutuhan dalam strategi bisnis dan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan dari bisnis dan operasi IT.

3. Memahami kebutuhan SI / TI dari strategi bisnis

Jawaban

Memahami kebutuhan SI/TI merupakan salah satu cara dalam menentukan Strategi SI/TI, Strategy bisnis adalah Kegiatan yang harus dilakukan untuk berkontribusi secara langsung pada pencapaian tujuan bisnis, dan kebutuhan informasi pendukungnya, harus diidentifikasi. Kegiatan sekunder yang harus dilakukan untuk mengukur kinerja untuk mencapai tujuan tersebut, harus diidentifikasi. Dalam menganalisis strategi bisnis, persyaratan utama adalah:

- Identifikasi strategi saat ini dan setiap elemen baru yang muncul.

- Menafsirkan & menganalisis strategi & menggambarkannya secara terstruktur.
- Kompilasi & konfirmasi persyaratan IS konsekuen.

4. Memeriksa pasokan SI / TI saat ini

Jawaban

Adapun cara dalam memeriksa pasokan SI/TI saat ini adalah sebagai berikut :

- Mengidentifikasi kebutuhan saat ini dan dimasa depan yang merefleksikan keselarasan strategi Bisnis/TI
- Respon fungsi SI menjadi lebih cepat dalam perubahan kebutuhan bisnis
- Menentukan kebijakan bagi manajemen, menciptakan, merawat, mengendalikan dan menilai sumberdaya informasi organisasi
- Memposisikan SI pada central bisnis
- Membangun arsitektur informasi
- Menjamin bahwa fungsi SI fokus pada isu teknologi, dan tujuannya terikat langsung dengan bisnis
- Menjamin adanya penerimaan dari tanggungjawab antara orang SI/TI dan bisnis

5. Teknik analisis

- **Faktor Keberhasilan Penting (CSF)**

Jawaban

Critical success factors (CSF) adalah satu area yang mengidentifikasi kesuksesan kinerja unit organisasi. Area CSF ini menggambarkan perfomansi manajerial dengan memperhatikan variable-variabel kunci financial dan non finansial pada kondisi waktu tertentu. Suatu CSF dapat digunakan sebagai indikator kinerja atau masukan dalam menetapkan indikator kinerja. Menemukan Critical success factors bisa jadi menentukan keberlangsungan suatu organisasi. Jika suatu organisasi tidak benar-benar mengerti akan CSF nya maka akan sulit untuk melakukan pengukuran kinerja. Pengukuran kinerja, monitoring dan pelaporan akan menjadi prospek acak yang menghasilkan informasi yang tidak bermanfaat bagi pencapaian tujuan strategis organisasi. Disamping relevansi

dengan tujuan strategis, pengukuran kinerja yang tidak didasarkan pada Critical success factors hanya akan memboroskan biaya perusahaan.

Critical success factors (CSFs) atau faktor-faktor penentu keberhasilan adalah suatu faktor yang harus ada dalam organisasi untuk dapat mencapai tujuannya. Mengetahui faktor-faktor penentu keberhasilan (Critical success factors) dalam implementasi LPSE mutlak diperlukan untuk memfokuskan sumber daya yang dimiliki organisasi untuk mencapai tujuan tersebut.

- **Balance scorecard analysis (BSC)**

Jawaban

Balanced scorecard merupakan suatu sistem manajemen strategik atau lebih tepat dinamakan suatu “Strategic based responsibility accounting system” yang menjabarkan misi dan strategi suatu organisasi kedalam tujuan operasional dan tolak ukur kinerja untuk empat perspektif yang berbeda, yaitu perspektif keuangan (Financial Perspektif), perspektif pelanggan (Customer Perspektif), perspektif proses usaha internal (internal business process perspective), dan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan (learning and growth (infrastructure) perspective). Dalam pendekatan balanced scorecard, penekanan adalah pada perbaikan yang berkesinambungan (continuous improvement) bukan hanya mencapai tujuan khusus seperti laba sekian milyar rupiah. Apabila suatu organisasi tidak melakukan perbaikan yang berkesinambungan, organisasi tersebut mungkin akan kalah bersaing

- **Model organisasi**

Jawaban

Model organisasi adalah tujuan dan struktur organisasi dalam hal peran, norma, hubungan antara peran dan interaksi antara peran. Model organisasi adalah cara lain untuk menggambarkan struktur organisasi. Struktur dapat sederhana atau kompleks.

Diskusi Assessing and Understanding the Current Situation

1. Business re-engineering and IS strategy

Business Process Reengineering (BPR, Rekayasa ulang proses bisnis) adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari sumber daya organisasi yang tersedia. BPR menggunakan pendekatan untuk perancangan kembali cara kerja dalam mendukung misi organisasi dan mengurangi biaya. Perancangan ulang dimulai dengan penaksiran level tinggi terhadap misi organisasi, tujuan strategis, dan kebutuhan pelanggan.

- Inisiatif rekayasa ulang muncul dari strategi bisnis
- Permintaan SI mendukung strategi bisnis
- Rekayasa ulang membutuhkan elemen SI / TI
- Rekayasa ulang dan strategi SI membentuk model potensial bisnis
- Pindah dari model organisasi tradisional ke model berorientasi proses

Ada 2 pertanyaan kunci TI

- Bagaimana proses bisnis dapat diubah menggunakan IT?
- Bagaimana TI terbaik mendukung proses bisnis?

1. 2. Understanding the current situation

Pemahaman yang mendalam tentang:

1. Strategi bisnis,
2. Lingkungan bisnis & teknologi dan
3. Status IS / IT saat ini dalam bisnis.

Current situation represents the starting point from which any change program begins!

Situasi saat ini merupakan titik awal dari mana program perubahan dimulai !

Kemungkinan untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan yang melekat dalam strategi bisnis.

Kenali kekuatan & kelemahan bisnis dan peluang SI / TInya.

Memahami situasi saat ini melibatkan memperoleh secara mendalam pemahaman tentang strategi bisnis, bisnis dan teknologi dan status IS / IT saat ini dalam bisnis. Ini membuatnya

mungkin untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan melekat dalam strategi bisnis, dan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan bisnis dan operasi SI / TI. Ini sangat penting, karena situasi saat ini merupakan titik awal dari perubahan apapun program dimulai.

1. **3. Understanding IS/IT needs of the business strategy**
2. **4. Examining current IS/IT supply**

Strategi bisnis adalah Kegiatan yang harus dilakukan untuk berkontribusi secara langsung pada pencapaian tujuan bisnis, dan kebutuhan informasi pendukungnya, harus diidentifikasi. Kegiatan sekunder yang harus dilakukan untuk mengukur kinerja untuk mencapai tujuan tersebut, harus diidentifikasi. Dalam menganalisis strategi bisnis, persyaratan utama adalah:

1. Identifikasi strategi saat ini dan setiap elemen baru yang muncul.
2. Menafsirkan & menganalisis strategi & menggambarkannya secara terstruktur.
3. Kompilasi & konfirmasi persyaratan IS konsekuen.

Konstituen inti dari strategi bisnis yaitu:

Misi

Pernyataan yang jelas tentang apa yang dilakukan organisasi dan apa yang organisasi itu lakukan jangka panjang, tujuan keseluruhan. Peran utamanya adalah untuk menetapkan arah semua orang mengikuti. Mungkin singkat, ringkas dan inspirasional, atau berisi pernyataan filosofis luas yang mengikat organisasi kegiatan tertentu dan untuk tujuan ekonomi, sosial, etika atau politik. Sering disebut 'niat strategis'. Nilai-nilai juga sering dinyatakan di samping misi. Tiga contoh misi yang berbeda-beda adalah:

1. Untuk menjadi pemimpin komunikasi seluler dunia, memperkaya kehidupan individu dan pelanggan bisnis dalam jaringan masyarakat (perusahaan telekomunikasi global besar).
2. Untuk memberantas semua penyakit menular di seluruh dunia' (Dunia Organisasi Kesehatan).
3. Perusahaan bergerak di bidang pemasaran ritel secara nasional dasar produk minyak bumi dan distribusi yang merata buah dari peningkatan produktivitas manajemen, modal dan tenaga kerja di antara pemegang saham, karyawan dan publik (perusahaan publik besar).

Visi

Semakin banyak ditemukan dalam penyampaian strategi bisnis, ini memberikan gambar sering mencakup banyak aspek yang semua orang bisa mengidentifikasi dengan, apa yang akan menjadi bisnis di masa depan dan bagaimana itu akan beroperasi. Itu ada untuk membawa strategi untuk hidup dan untuk memberi seluruh organisasi tujuan yang dapat divisualisasikan, sehingga setiap pemangku kepentingan memiliki gambaran bersama tentang tujuan masa depan.

Business Drivers

Ini adalah serangkaian kekuatan kritis untuk perubahan yang harus dilakukan oleh bisnis menanggapi. Mereka mungkin mewakili jangka pendek, menengah dan panjang faktor-faktor di mana bisnis harus fokus untuk memenuhi keberatan hidup dan memuaskan CSF. Mereka sering tertimbang dan bisa digunakan dalam memprioritaskan proposal perbaikan. Misalnya utama pengemudi jangka pendek mungkin merupakan pengurangan dari basis biaya, yang utama pendorong jangka menengah dapat meningkatkan pangsa pasar dan utama pengemudi jangka panjang mungkin memiliki kualitas cacat nol.

Objectives

Target yang ditetapkan organisasi untuk membawanya ke pencapaian visinya. Mereka biasanya jumlahnya kecil, tetapi mewujudkan aspek paling penting dari visi seperti pengembalian finansial, layanan pelanggan, keunggulan manufaktur, moral staf, sosial dan kewajiban lingkungan. Itu adalah pernyataan masa depan hasil atau kondisi stabil yang ingin dicapai organisasi tingkat unit bisnis global atau strategisnya. Mereka biasanya kuantitatif dilengkapi dengan nilai dan tenggat waktu terkait. Idealnya, mereka harus melakukannya tampilkan karakteristik berikut:

1. Jelas dan berorientasi pada hasil;
2. Terukur, dapat diverifikasi dan tidak terlalu banyak;
3. Didirikan oleh mereka yang terlibat dalam pencapaian mereka;
4. Relevan, dapat dicapai, dan mendorong kinerja tinggi;
5. Konsisten dengan tujuan tingkat yang lebih tinggi.

Contohnya adalah:

1. Mengurangi biaya produksi sebesar 10% setiap tahun untuk lima berikutnya tahun
2. Mencapai nol pesanan tertunda dalam waktu 12 bulan
3. Kurangi omset staf menjadi kurang dari 15% per tahun dalam waktu 2 tahun
4. Untuk memimpin di setiap pasar lokal dengan loyalitas pelanggan dan merek, posisi biaya terendah, bagian dari kumpulan laba dan kepuasan karyawan '

Biasanya, misi dan sasaran strategis organisasi adalah mengalir melalui bisnis, dan setiap fungsi bisnis atau proses inti diberikan kesempatan untuk mengembangkan tujuannya sendiri di Indonesia Menanggapi yang tingkat tinggi. Mereka sering bersifat taktis dan menimbulkan persyaratan IS jangka pendek.

Strategi

Mereka menentukan cara di mana tujuan akan dipenuhi. Mereka mungkin memperkuat kebijakan yang ada (mis. struktur komite pengarah untuk menyetujui belanja modal) atau inisiatif yang akan terus dilakukan dikejar, mungkin dengan sumber daya yang diperluas (seperti layanan pelanggan) program). Mereka juga dapat menyatakan serangkaian kebijakan baru dan baru inisiatif yang akan dipraktikkan seperti pendesainan ulang proses produksi bisnis. Seringkali, mereka tidak ada, dan salah satu cara di mana IS proses strategis yang dapat

membantu adalah dalam memfasilitasi identifikasi dan dokumentasi skema kandidat untuk mencapai tujuan.

Faktor Keberhasilan Penting (CSF)

CSF adalah beberapa area utama di mana 'segalanya harus berjalan dengan benar' untuk bisnis berkembang. Sangat penting untuk mengidentifikasi mereka kapan bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang bisnis. Itu tindakan menentukan CSF dapat membantu mengkristal tujuan dan strategi, dan tentu saja untuk menekankan kegiatan prioritas. CSF

Analisis akan dibahas lebih mendalam nanti dalam bab ini.

Business Area Plans

Mereka adalah rencana dari berbagai bidang bisnis, yang mendokumentasikan tanggapan mereka terhadap strategi bisnis. Dalam banyak kasus, ini mungkin mencerminkan kelanjutan bisnis seperti biasa, dengan fokus pada target utama yang diperkenalkan atau diperbaiki. Meskipun tidak bagian dari strategi, mereka berisi petunjuk untuk kebutuhan informasidan perlu diselidiki.

1. 5. Analysis techniques

- **Critical success factors (CSF)**

Critical success factors (CSF) adalah analisis area aktivitas bisnis 'di mana segala sesuatu analisis * harus ke kanan ', Potensi dorongan SI / TI dan Ukuran performa.

- **Balance scorecard analysis (BSC)**

- Tujuan bisnis dan informasi utama

- Persyaratan

- Ukuran performa

- **Organizational model**

- Penilaian bisnis yang komprehensif dan lingkungan SI / TI

- Mekanisme penyaringan dalam menilai opsi untuk perubahan

Dan Beberapa teknik yang digunakan dalam menganalisis situasi saat ini dan strategi bisnis lainnya:

Analisis strategi bisnis

- Strategi bisnis — misi, sasaran, dll.

- Inisiatif bisnis global

- Inisiatif bidang bisnis
- Prioritas bisnis
- Persyaratan SI mengarah ke permintaan SI

Analisis SWOT

- Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman internal dan lingkungan bisnis eksternal dan SI / TI

Portofolio bisnis dan analisis strategi kompetitif

- Opsi untuk investasi IS jangka panjang untuk memperkuat posisi kompetitif
- Analisis rantai nilai
- Arus informasi internal Aliran informasi 'industri' tingkat tinggi model Dampak potensial dari SI / TI

Analisis proses / BPR

- Identifikasi proses bisnis inti
- Efektivitas proses dalam pertemuan driver
- Opsi perbaikan proses
- Memproses desain ulang cetak biru (yang memberikan peningkatan kinerja yang signifikan tentang pengemudi)
- Pilihan IS / IT yang dihasilkan

Teknik analisis pemodelan-informasi bisnis

Model perusahaan:

- Pola model-model objek
- Bagan dependensi proses
- Data aliran diagram-diagram dekomposisi fungsional
- Konseptual arsitektur

Evaluasi portofolio saat ini

- Profil aplikasi saat ini Cakupan dan kontribusi kepada pengguna bisnis dan kepuasan teknis
- Kontribusi aplikasi untuk bisnis strategi

Penilaian teknologi dan tinjauan infrastruktur SI / TI

- Inventarisasi perangkat keras dan lunak saat ini tinjauan infrastruktur Penilaian organisasi IS, prosedur, keterampilan dan metode

IT STRATEGIC AND PLANS



Nama : Ilsa Palingga Ninditama

(182420061)

Program Studi Teknik Informatika S-2

Pascasarjana Universitas Bina Darma

1. Rekayasa Ulang Bisnis Proses

Salah satu implementasi yang paling penting dari strategi bersaing adalah bisnis-proses rekayasa ulang. (BPR), Sering. Disebut hanya sebagai rekayasa ulang. Re-engineering adalah redesign pemikiran ulang fundamental dan radikal proses bisnis untuk mencapai perbaikan dramatis dalam biaya, kualitas, kecepatan, dan pelayanan. Dengan demikian, BPR menggabungkan strategi untuk Mempromosikan inovasi bisnis dengan strategi untuk membuat perbaikan besar atas proses bisnis perusahaan agar menjadi lebih kuat dan menjadi pesaing yang lebih sukses di pasar.

Sementara manfaat potensial dari rekayasa yang tinggi, ada juga risiko kegagalan dan tingkat gangguan organisasi. Melakukan proses perubahan bisnis radikal untuk secara dramatis meningkatkan efisiensi dan efektivitas bukanlah tugas yang mudah. Sebagai contoh, banyak perusahaan menggunakan perangkat lunak Enterprise Resource Planning (ERP) fungsional untuk merekayasa ulang, mengotomatisasi, dan mengintegrasikan proses manufaktur, distribusi, keuangan, dan sumber daya manusia. Sementara banyak perusahaan telah melaporkan keuntungan mengesankan dengan proyek-proyek rekayasa melalui ERP, banyak yang gagal atau telah gagal untuk mencapai perbaikan yang dramatis setelah mereka.

Strategi Sistem Informasi merupakan turunan dan implikasi dari strategi bisnis oleh karenanya keberadaannya tak bisa dipisahkan dengan strategi organisasi secara keseluruhan. Dalam perspektif organisasi, SI/TI punya kedudukan yang sama seperti departemen lainnya sehingga harus senantiasa berusaha agar secara operasional tetap efektif, efisien serta dikelola dengan baik sehingga mampu menaikan daya saing maupun keunggulan strategis bagi organisasi.

Hal yang pada umumnya hendak dicapai sebuah organisasi sehingga mengadopsi proses dalam strategi SI/TI adalah menyelaraskan SI/TI dengan bisnis sehingga bisa diidentifikasi dimana SI/TI bisa memberikan kontribusi yang optimal dan membantu menentukan prioritas investasinya.

Adopsi tersebut juga dimaksudkan untuk memperoleh keunggulan daya saing dari peluang bisnis yang tercipta dengan pemanfaatan SI/TI, membangun infrastruktur masadepan yang tepat guna, murah sekaligus lentur. Tidak kalah pentingnya adopsi proses strategi SI/TI juga dimaksudkan agar bisa dikembangkan sumberdaya yang kompeten sehingga bisa mensukseskan penerapan SI/TI di seluruh organisasi nantinya.

2. Memahami Kondisi Saat Ini

- Memahami kondisi saat ini menyangkut memiliki pemahaman yang mendalam mengenai strategi bisnis, lingkungan bisnis dan teknologi serta kondisi SI/TI dalam bisnis saat ini.
- Hal ini akan memungkinkan dalam penetapan kesempatan, ancaman dan kebutuhan dalam strategi bisnis, serta untuk mengenali kekuatan dan kelemahan dari operasional Bisnis dan SI/TI.

3. Memahami Kondisi Saat Ini Menetapkan Kebutuhan SI/TI : The IS Demand

- Strategi SI paling baik jika dikembangkan secara paralel dengan strategi bisnis. Dengan memasukkan tren, kesempatan dan ide ke dalam proses strategi bisnis, kemudian bekerja bersama dengan seluruh area bisnis, dalam membangun inisiasi Bisnis-SI/TI yang akan mengantarkan tujuan kinerja.
- Untuk mendapatkan hasil yang diinginkan, perlu untuk dicapai pemahaman mengenai apa penggerak perubahan dan kondisi saat ini, kemudian menetapkan tujuan/target, dan mulai mengusulkan rencana untuk memperkecil gap.
- Hal tersebut didapatkan melalui analisa yang fokus pada elemen dalam lingkungan bisnis dan SI/TI

4. Arsitektur dan rencana dari sistem teknologi informasi adalah suatu cara efektif bagi organisasi untuk berkomunikasi dengan penjual/pemasok tentang kebutuhan dari produk-produk sistem teknologi informasi masa depan yang dibutuhkan oleh organisasi. Dengan memahami kebutuhan masa depan ini, maka pemasok dapat mempersiapkan jauh sebelumnya.

5. Kegunaan CSF dan BSC (Balanced Scorecards)

- Balanced Scorecards (BSC) dapat dideskripsikan sebagai kumpulan yang dipilih dengan hati-hati dan berasal dari strategi organisasi. BSC menyediakan perangkat bagi pimpinan untuk digunakan dalam berkomunikasi dengan pegawai dan stakeholder eksternal.
- BSC mengidentifikasi informasi yang dibutuhkan untuk mengukur kinerja terhadap tujuan bisnis.
- BSC melakukan pemeriksaan terhadap kinerja dari 4 perspektif yang saling berhubungan, masing-masing digambarkan dalam sebuah pertanyaan.

Kegunaan CSF dan BSC (Perspektif Balanced Scorecards)

- Perspektif Keuangan (Financial Perspective) : bagaimana penampilan kita di mata shareholder dan orang-orang yang mempunyai kepentingan keuangan dalam organisasi?
- Perspektif Bisnis Internal (Internal Business Perspective) : apa yang harus kita unggulkan jika kita ingin memenuhi harapan pegawai dan partner kita?
- Perspektif Konsumen (Customer Perspective) : bagaimana konsumen melihat produk, layanan, dan hubungannya dengan kita?
- Perspektif Pembelajaran dan Inovasi (Innovation and Learning Perspective) : untuk mencapai visi organisasi, bagaimana kita akan terus meningkat dan menciptakan nilai di masa depan bagi stakeholder?
- Agar berhasil, CSF dapat dengan mudah dihubungkan dengan tujuan dari unit bisnis. Teknik ini biasanya tidak berhasil jika diterapkan di bawah level ketiga dalam hirarki organisasi.
- Fokus utama CSF adalah pada pengendalian manajemen dan biasanya lebih ke analytical dari pada kreatif
- Sifat CSF dan KPI merefleksikan satu sama lain dari management style eksekutif. Chief Executive (CEO, CIO, CFO) mengukur kinerja dari faktor beban, kemudian bawahannya melihat kinerja sebagai kumpulan komplain.

Model Organisasi

Lingkungan eksternal

- Fokus pada dampak legislatif dan kebijakan fiskal, tren ekonomi dan industri, kompetisi pada industri tertentu, standar, produk dan praktik kompetitor Koalisi Domain
- Pengaruh internal utama yang menggerakkan kekuatan di balik organisasi. Penting untuk mengidentifikasi kelompok ini karena mereka yang akan memberikan kebutuhan untuk berubah dalam sistem informasi mencapai keunggulan kompetitif Aturan Formal Organisasi
- Rencana, budget, struktur organisasi, job desk, pengukuran kinerja dan sistem pengendalian

Nama : Indri Endang Lestari

Nim : 182420046

Tugas 2 - Assessing and Understanding the Current Situation

1. Rekayasa ulang bisnis dan strategi SI

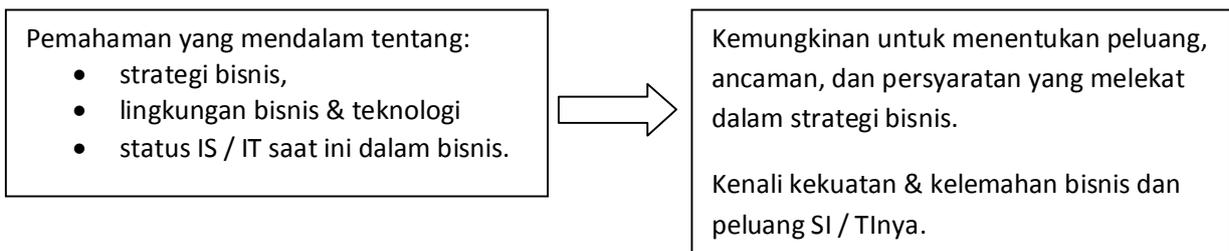
Jawab :

- Inisiatif rekayasa ulang muncul dari strategi bisnis
- Permintaan SI mendukung strategi bisnis
- Rekayasa ulang membutuhkan elemen SI / TI
- Rekayasa ulang dan strategi SI membentuk model potensial bisnis.
- Pindah dari model organisasi tradisional ke model berorientasi proses.

2. Memahami situasi saat ini

Jawab :

Situasi saat ini merupakan titik awal dari mana program perubahan dimulai



3. Memahami kebutuhan SI / TI dari strategi bisnis

Jawab :

Langkah ini bertujuan untuk membangun pemahaman yang luas tentang bisnis dalam lingkungannya dan untuk merumuskan kebutuhan bisnisnya, baik saat ini, atau sudah terencana maupun kemungkinannya di masa datang.

Hal-hal yang harus dilaksanakan ada tahap ini bisa dikelompokkan menjadi tiga kategori.

- Pertama, menganalisa [strategi](#) bisnis, tujuan serta faktor-faktor penentunya (*critical success factors*) permasalahan dan proses penentu, dalam rangka untuk merumuskan situasi saat ini, kelemahan dan kekuatan yang ada. Tentukan juga informasi yang dibutuhkan dalam kaitannya dengan memusatkan perhatian pada [investasi](#) pada [sistem](#) guna memenuhi kebutuhan tersebut.
- Kedua, lakukan evaluasi terhadap kegiatan SI/TI, sistemnya, catu informasinya, sumber, organisasi, ketrampilan dan layanan yang ada, agar bisa ditentukan cakupan serta kontribusinya dan dimana kiranya perbaikan dilakukan akan memberi manfaat.
- Ketiga, analisa terhadap lingkungan bisnis, baik eksternal maupun internal untuk melakukan identifikasi inovasi-inovasi bisnis yang bisa dilahirkan dengan menerapkan aplikasi SI/TI.

4. Meneliti persediaan SI / TI saat ini

Jawab :

- Untuk menetapkan kesenjangan antara ketentuan saat ini dan masa depan yang ditargetkan
- Untuk menentukan apakah lingkungan dapat mempertahankan perubahan yang diperlukan atau perlu diubah sendiri
- Untuk memungkinkan strategi memperhitungkan tren dan peluang dari teknologi yang muncul
- Untuk menyelidiki seberapa kompetitif atau komplementer organisasi menerapkan TI

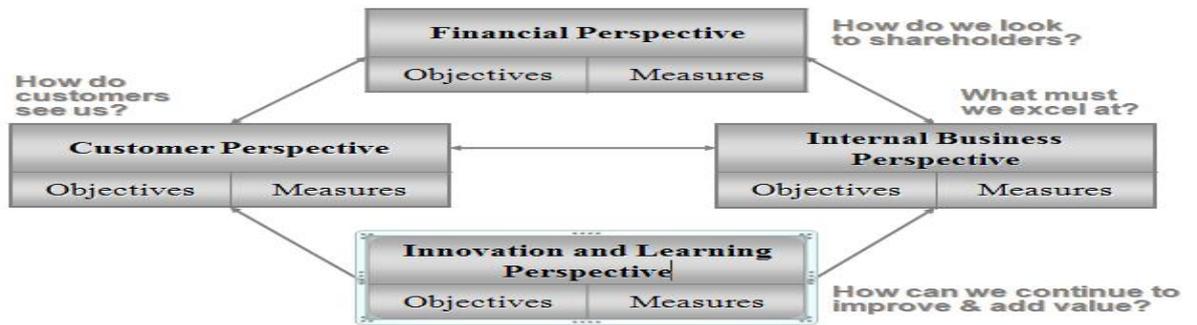
Penilaian lingkungan SI / TI internal:

- Evaluasi portofolio aplikasi saat ini & aplikasi yang sedang dikembangkan untuk menentukan konten, cakupan & kontribusi mereka.
- Evaluasi sumber daya informasi saat ini.
- Evaluasi infrastruktur saat ini & layanan dan sumber daya TI, dicapai melalui penilaian teknologi.

5. Teknik analisis

Jawab :

- **Critical Success Factor (CSF)**, adalah sebuah metode analisis dengan mempertimbangkan beberapa hal yang kritis di dalam lingkungan perusahaan untuk mendefinisikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan dan kesuksesan perusahaan atau organisasi dan dapat ditentukan jika objektif organisasi telah diidentifikasi. Analisis CSF memberikan gambaran pada perusahaan tentang aspek-aspek kritis apa saja di setiap aktivitas dan proses bisnis perusahaan yang mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mencapai visi dan misi serta keberhasilan bisnisnya. Tujuan dari CSF adalah menginterpretasikan objektif secara lebih jelas untuk menentukan aktivitas yang harus dilakukan dan informasi apa yang dibutuhkan.
- **Balance scorecard analysis (BSC)** merupakan salah satu alternatif dalam mengukur kinerja perusahaan yang bertujuan mengetahui hasil kinerja keuangan dan non keuangan. BSC mempunyai empat perspektif penting diantaranya, perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal, dan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan.



- **Organizational model, yaitu** Inti atau proses organisasi utama di pusat.

Adapun Enam proses pendukung 'struktural'

- Lingkungan luar
- Karyawan & aset berwujud lainnya
- Pengaturan organisasi formal
- Sistem sosial internal
- Teknologi organisasi
- Koalisi dominan

Penggunaan:

- Mekanisme penyaringan untuk memastikan gagasan akan 'pas'
- Mengizinkan perubahan budaya perlu dibandingkan dengan model
- Memberikan pemahaman yang komprehensif tentang lingkungan

Judul Tugas	Tugas Assessing and Understanding the Current Situation
MK	IT Strategic
Mahasiswa	M. Riski Qisthiano (182420040)
Tanggal	24-12-2019

Business re-engineering and IS strategy	<ul style="list-style-type: none"> • Inisiatif rekayasa ulang muncul dari strategi bisnis • Permintaan SI mendukung strategi bisnis • Rekayasa ulang membutuhkan elemen SI / TI • Rekayasa ulang dan strategi SI membentuk model potensial bisnis. • Pindah dari model organisasi tradisional ke model berorientasi proses.
Understanding the current situation	Kemungkinan untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan yang melekat dalam strategi bisnis serta dapat Kenali kekuatan & kelemahan bisnis dan peluang SI / TInya.
Understanding IS/IT needs of the business strategy	Kursus terbaik untuk strategi IS untuk dikembangkan secara paralel dengan strategi bisnis, memberi makan tren, peluang dan ide ke dalam proses strategi bisnis dan Bekerja erat dengan semua bidang bisnis untuk membangun serangkaian inisiatif bisnis & SI / TI yang dapat dicapai yang akan menghasilkan kinerja yang ditargetkan.
Examining current IS/IT supply	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk menetapkan kesenjangan antara ketentuan saat ini dan masa depan yang ditargetkan 2. Untuk menentukan apakah lingkungan dapat mempertahankan perubahan yang diperlukan atau perlu diubah sendiri

	<p>3. Untuk memungkinkan strategi memperhitungkan tren dan peluang dari teknologi yang muncul</p> <p>4. Untuk menyelidiki seberapa kompetitif atau komplementer organisasi menerapkan TI</p>
<p>Analysis technique</p>	<p>1. CSF</p> <ul style="list-style-type: none"> • Setelah Situasi Saat Ini Dipahami, maka dapat dianalisis. • Rockart (1997) Mendefinisikan CSF sebagai .. "terbatasnya jumlah area di mana hasil, jika memuaskan, akan memastikan keberhasilan kinerja kompetitif untuk organisasi" • Pertama kali dikembangkan di MIT pada tahun 1970-an <p>2. BSC</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perspektif Keuangan • Perspektif Bisnis Internal • Perspektif Inovasi dan Pembelajaran • Perspektif Pelanggan <p>3. Model Organisasi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inti atau proses organisasi utama di pusat • Enam proses pendukung 'struktural' • Lingkungan luar • Karyawan & aset berwujud lainnya • Pengaturan organisasi formal • Sistem sosial internal • Teknologi organisasi • Koalisi yang dominan • Penggunaan:

	<ul style="list-style-type: none">• Mekanisme penyarangan untuk memastikan gagasan akan 'pas'• Mengizinkan perubahan budaya perlu dibandingkan dengan model• Memberikan pemahaman yang komprehensif tentang lingkungan
--	--

**ASSESSING AND UNDERSTANDING THE CURRENT
SITUATION**



OLEH:

MUHAMMAD DIAH MAULIDIN (182420075)

**KELAS : REGULER A R1
MATA KULIAH : IT STRATEGIC AND PLANS**

PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK INFORMATIKA S2

UNIVERSITAS BINA DARMA

TAHUN AKADEMIK 2019/2020

SOAL

Explain about:

1. Business re-engineering and IS strategy
2. Understanding the current situation
3. Understanding IS/IT needs of the business strategy
4. Examining current IS/IT supply
5. Analysis techniques
 - Critical success factors (CSF)
 - Balance scorecard analysis (BSC)
 - Organizational model

JAWABAN

1. Business re-engineering and IS strategy.

Rekayasa ulang proses bisnis adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari sumber daya organisasi yang tersedia. Business Process Reengineering menggunakan pendekatan untuk perancangan kembali cara kerja dalam mendukung misi organisasi dan mengurangi biaya. Perancangan ulang dimulai dengan penaksiran level tinggi terhadap misi organisasi, tujuan strategis, dan kebutuhan pelanggan. Pertanyaan dasar yang ditanyakan seperti "apakah misi kita harus diperjelas? Apakah tujuan strategis kita berjalan beriringan dengan misi kita? Siapa pelanggan kita?"

Business Process Reengineering dimulai sebagai teknik sektor privat untuk mendukung organisasi secara fundamental memikirkan kembali bagaimana mereka mengerjakan bisnis yang mampu meningkatkan jasa kepada pelanggan, memotong biaya operasional dan menjadi kompetitor kelas dunia. Kunci utama dalam perancangan ulang adalah pengembangan sistem informasi dan jaringan. Organisasi-organisasi besar semakin banyak menggunakan teknologi ini untuk lebih mendukung proses bisnis yang inovatif dibanding memperbaiki metode kerja pada saat yang sama.

2. Understanding the current situation.

Pemahaman yang mendalam tentang:

- a) strategi bisnis,
- b) lingkungan bisnis & teknologi
- c) status IS / IT saat ini dalam bisnis.

Kemungkinan untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan yang melekat dalam strategi bisnis. Kenali kekuatan & kelemahan bisnis dan peluang SI / TI.

3. Understanding IS/IT needs of the business strategy.

Hal-hal yang harus dilaksanakan Memahami dan merumuskan kebutuhan bisnis bisa dikelompokkan menjadi tiga kategori.

- a) Pertama, menganalisa strategi bisnis, tujuan serta faktor-faktor penentunya (critical success factors) permasalahan dan proses penentu, dalam rangka untuk merumuskan situasi saat ini, kelemahan dan kekuatan yang ada. Tentukan juga informasi yang dibutuhkan dalam kaitannya dengan memusatkan perhatian pada investasi pada sistem guna memenuhi kebutuhan tersebut.
- b) Kedua, lakukan evaluasi terhadap kegiatan SI/TI, sistemnya, catu informasinya, sumber, organisasi, ketrampilan dan layanan yang ada, agar bisa ditentukan cakupan serta kontribusinya dan dimana kiranya perbaikan dilakukan akan memberi manfaat.
- c) Ketiga, analisa terhadap lingkungan bisnis, baik eksternal maupun internal untuk melakukan identifikasi inovasi-inovasi bisnis yang bisa dilahirkan dengan menerapkan aplikasi SI/TI.

4. Examining current IS/IT supply.

Menyerap setiap pernyataan strategi tertulis & menafsirkannya menjadi SI / TI prinsip & CSF yang relevan, persyaratan aplikasi, dan seperangkat kriteria pasokan untuk memberikan layanan yang diminta oleh bisnis.

Pembelajaran yang terbaik untuk strategi IS untuk dikembangkan secara paralel dengan strategi bisnis, memberi makan tren, peluang dan ide ke dalam proses strategi

bisnis. Bekerja erat dengan semua bidang bisnis untuk membangun serangkaian inisiatif bisnis & SI / TI yang dapat dicapai yang akan menghasilkan kinerja yang ditargetkan.

5. Analysis techniques.

- Critical success factors (CSF)

CSF merupakan area-area aktivitas yang seharusnya mendapatkan perhatian dari pihak manajemen. Status unjuk kerja saat ini pada setiap area seharusnya secara berkelanjutan di ukur.

Analisis CSF merupakan teknik yang populer bukan hanya dalam pengembangan strategi IS/IT tetapi juga dalam pencapaian kesuksesan terhadap suatu objective atau sasaran bisnis tertentu.

- Balance scorecard analysis (BSC)

Balanced scorecard merupakan alat pengelolaan unjuk kerja suatu organisasi yang populer saat ini dan secara literal berguna dalam pengembangan strategi. Balanced scorecard merupakan suatu rangkaian pengukuran yang dipilih secara hati-hati yang didapatkan dari strategi suatu organisasi. Ukuran yang dipilih untuk scorecard menggambarkan suatu alat untuk pemimpin yang digunakan untuk mengkomunikasikan kepada para pekerja dan para stakeholders apa yang ingin dicapai oleh perusahaan dan apa strategi objectivenya.

- Organizational model

Penggambaran organizational model mengidentifikasi kekuatan pendorong dan menahan kekuatan dalam sebuah organisasi. Kekuatan pendorong ini, seperti faktor lingkungan, mendorong perubahan dalam organisasi sementara kekuatan penahanan, seperti faktor organisasi (misalnya, sumber daya terbatas atau moral yang buruk), bertindak sebagai hambatan untuk berubah. Untuk memahami masalah di dalam organisasi, kekuatan pendorong dan kekuatan penahanan pertama kali diidentifikasi dan, karenanya, didefinisikan

Tujuan dan strategi untuk menggerakkan keseimbangan organisasi menuju arah yang diinginkan kemudian dapat direncanakan. Model ini bergantung pada proses perubahan, dengan implikasi sosial yang ada dalam model. Tujuan umum dari model

ini adalah dengan sengaja beralih ke keadaan ekuilibrium yang diinginkan dengan menambahkan kekuatan pendorong, jika penting, dan menghilangkan kekuatan penahan, jika sesuai. Perubahan ini dianggap terjadi bersamaan dalam organisasi dinamis.

**ASSESSING AND UNDERSTANDING THE CURRENT
SITUATION**



Oleh:

Muhammad Irvai (182420063)

Dosen Pengampu: Dedy Syamsuar, Ph.D.

PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK INFORMATIKA

UNIVERSITAS BINA DARMA

TAHUN AKADEMIK 2019/2020

ASSESSING AND UNDERSTANDING THE CURRENT SITUATION

1. Rekayasa ulang bisnis dan strategi SI

Desain ulang proses bisnis terus menjadi pendekatan yang diambil oleh organisasi untuk meningkatkan kinerja. Sedangkan konsepnya sudah menarik perspektif negatif selama bertahun-tahun, beberapa di antaranya, ditemukan sering muncul di bawah sejumlah samaran seperti pelanggan melakukan inisiatif layanan, proyek pengadaan elektronik atau pengurangan biaya besar semuanya menuntut desain ulang proses bisnis yang signifikan. Namun demikian penting untuk mempertimbangkan subjek bersamaan dengan pengembangan strategi SI, karena sejumlah alasan:

- a. Dalam mengembangkan strategi SI, pemahaman menyeluruh tentang strategi bisnis sangat penting. Sebagian besar inisiatif rekayasa ulang akan muncul dari, dan menjadi bagian dari, strategi bisnis. Dalam banyak contoh, pekerjaan awal dalam mengembangkan strategi SI adalah pertama untuk menyempurnakan rincian di balik berita utama dalam bisnis strategi, dan ini berarti bekerja dengan bidang bisnis untuk membantu menentukan apa yang akan menjadi inisiatif bisnis dan apa yang mereka harapkan kontribusi terhadap tujuan bisnis. Ini dapat mencakup inisiatif rekayasa ulang.
- b. Sebagian besar, jika tidak semua, inisiatif rekayasa ulang memiliki SI/TI yang signifikan elemen, yang akan ditampung dalam strategi SI, dan kebutuhan dialokasikan prioritas yang sama dengan tempat bisnis pada ubah program.
- c. Ada kebutuhan bersama dalam pengembangan strategi IS dan bisnis rekayasa ulang untuk membangun model bisnis seperti itu saat ini ada dan model potensial lainnya tentang bagaimana akan terlihat setelah transformasi atau perubahan evolusioner.
- d. Keberhasilan dalam rekayasa ulang, seperti halnya pengembangan dan implementasi strategi SI/ TI, menuntut fungsi bisnis, SI yang kuat kemitraan.

- e. Merancang atau mendesain ulang proses bisnis untuk mengambil keuntungan dari IS / Kemampuan TI sangat penting jika masalah tradisional otomatisasi proses yang dirancang dengan buruk atau praktik kerja yang tidak efisien melalui TI harus dihindari.

Banyak yang telah ditulis tentang peran SI / TI dalam rekayasa ulang bisnis. Secara khusus, ada pandangan yang saling bertentangan mengenai apakah TI adalah penggeraknya rekayasa ulang, atau enabler atau salah satu cara implementasi.

2. Memahami Situasi

Memahami situasi saat ini melibatkan secara mendalam pemahaman tentang strategi bisnis, lingkungan bisnis dan teknologi dan status SI / TI saat ini dalam bisnis. Ini membuatnya mungkin dalam menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan melekat dalam strategi bisnis, dan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan bisnis dan operasi SI / TI. Ini sangat penting, karena situasi saat ini merupakan titik awal dari perubahan apa pun dalam membuat sebuah program.

3. Memahami kebutuhan SI/TI dalam strategi bisnis

Dalam menganalisis strategi bisnis, persyaratan utama adalah:

- a. Untuk membahas strategi saat ini dan, khusus, apa pun yang baru muncul elemen sejak siklus pengembangan strategi sebelumnya.
- b. Jika perlu, untuk menganalisis dan menganalisis strategi, dan menganalisisnya dalam cara terstruktur. Ini adalah yang terbaik disiplin bisnis dan IS diwakili dan keterampilan
- c. Untuk mengkompilasi dan memenuhi persyaratan IS konsekuen.

Pengembangan yang baik dan implementasi strategi SI adalah:

- a. Menurunkan strategi IS bersama semua strategi komponen lainnya seperti pemasaran atau pengembangan produk, atau dalam program rekayasa ulang bisnis atau mendesain ulang proses bisnis.

- b. Menerapkan program dukungan untuk memberikan strategi bisnis itu termasuk pengembangan SI / TI kritis di samping dan di dalam terkait bisnis lainnya.

Namun, dalam banyak kasus, strategi dan tujuan bisnis tidak resmi, tidak dibangun dengan baik atau tidak dikomunikasikan dengan baik. Kemudian, banyak *user* hanya dapat menghubungi melalui pertanyaan, analisis dan dorongan kreatif. Dalam masalah seperti itu, mungkin perlu dilakukan kembali dari tindakan saat ini dan mendapatkan strategi bisnis tersirat.

4. Meneliti Persiapan TI/SI saat ini

Untuk menilai dan memprioritaskan tindakan SI, perlu juga untuk memperbarui lingkungan SI / TI saat ini untuk mengatur jarak antara saat ini dan ketentuan yang berlaku di masa depan, dapat ditentukan apakah lingkungan dapat mempertahankan perubahan yang diperlukan atau perlu adanya perubahan yang dilakukan oleh organisasi itu sendiri.

Kesenjangan dalam meneliti lingkungan SI / TI saat ini terkait dengan penyediaan target portofolio, baik dengan peningkatan aplikasi yang ada atau dengan mengembangkan yang baru. Mungkin sisanya memengaruhi salah satu aspek lain dalam lingkungan SI / TI, termasuk organisasi, kompetensinya, infrastruktur teknis atau pemasok hubungan.

Sementara sebagian besar analisis lingkungan SI / TI saat ini dihitung dengan faktual, aspek penting selanjutnya adalah persyaratan bisnis SI / TI saat ini. Ini akan memungkinkan manajemen SI / TI untuk menentukan apakah harus Mengatasi masalah yang diperoleh dan juga akan memberikan hal yang baik terkait tingkat komitmen yang mungkin diberikan oleh bisnis.

Pemeriksaan lingkungan TI secara eksternal memungkinkan para ahli strategi untuk melakukan menilai tren dan peluang dari teknologi yang muncul dan untuk lebih kompetitif atau komplementernya organisasi menerapkan IT. Ini akan menuju pada pembicaraan yang lebih obyektif saat ini, serta ide-ide baru untuk mengembangkan aplikasi TI yang berpotensi.

Penilaian lingkungan SI / TI internal terdiri dari:

- a. Evaluasi portofolio aplikasi saat ini dan aplikasi yang dikembangkan untuk menentukan konten mereka, disetujui dan kontribusi;
- b. Evaluasi serupa terhadap sumber daya informasi saat ini;
- c. Evaluasi infrastruktur dan layanan dan sumber daya TI saat ini, dilakukan melalui Penilaian teknologi.

Deskripsi dasar saat ini dan Ketentuan yang dipersyaratkan. Sementara pekerjaan ini dapat dilakukan secara mandiri dari analisis Lingkungan bisnis, ada keuntungan yang jelas dalam kontak yang sering antara kedua kegiatan untuk memastikan itu dianggap SI / TI dilakukan dalam konteks apa adanya bisnis yang ingin dicapai. Aspek yang paling signifikan adalah saat ini aplikasi portofolio, karena merupakan titik awal dari mana pengembangan masa depan akan dimulai. Ini juga merupakan penentu utama bagaimana komunitas bisnis dalam nilai pengalaman dan kontribusi SI / TI.

5. Teknik Analisis

a. Faktor Penentu Keberhasilan (CSF)

Analisis CSF adalah teknik yang kuat dan sepatutnya populer tidak hanya di kembangkan strategi SI / TI tetapi juga untuk pengembangan strategi bisnis.

Rockart mendefinisikan CSF sebagai jumlah area yang terbatas hasil, jika memuaskan, akan memastikan keberhasilan untuk organisasi. Mereka adalah beberapa bidang utama di mana Segalanya harus berjalan dengan benar agar bisnis berkembang. Penetrasi, CSF adalah bidang kegiatan yang harus mendapat perhatian konstan dan hati-hati dari manajemen. Status kinerja saat ini di setiap bidang terus terfokus, dan informasi yang harus dibuat luas tersedia.

Setiap perusahaan dalam beberapa industri dapat memiliki beberapa CSF umum seperti akses untuk bahan baku atau pengiriman tepat waktu, karena tekanan pada atau di industri. Keseluruhan organisasi, yang dapat memiliki unit di banyak industri, akan melakukannya memiliki CSF relatif

terhadap tujuan diversifikasi, investasi, dan campuran portofolio. Kesepakatan manajer unit bisnis tentang CSF apa ini penting dalam mendapatkan konsensus tentang investasi SI / TI utama.

Penentuan CSF hanya dimulai tujuan kompilasi telah disetujui. Tahap pertama adalah persiapan CSF masing-masing tujuan, kemudian, kedua, untuk mengkonsolidasikannya di seluruh tujuan, sejak banyak CSF akan berulang. Peringkat tujuan dan berbagi nomor CSF yang sama akan memberikan prioritas relatif untuk meraih CSF. Hanya dengan demikian memengaruhi informasi atau sistem dalam mencapai CSF. 'Bagaimana SI / TI dapat membantu mencapai CSF? dan Bagaimana sistem yang ada menghambat pengumpulan dari CSF? adalah pertanyaan yang penting untuk dibahas, dan ini menyiratkan analisis SWOT sistem yang ada terhadap CSF. Implikasinya, jika CSF tercapai, probabilitas pencapaian tujuan meningkat. CSF yang masuk akal per sasaran antara lima dan batasan per sasaran adalah aturan praktis yang bermanfaat. Terlalu banyak Tidak disarankan diraih; terlalu sedikit dan itu tidak berhasil cukup!

b. Analisis Balance Scorecard (BSC)

Balanced Scorecard telah menjadi alat yang populer untuk dikelola kinerja organisasi dan, lateral, untuk pengembangan strategi itu sendiri. Dikembangkan oleh akademisi Harvard Business School Kaplan dan Norton, ini didasarkan pada premis financial itu tindakan hanya melaporkan hasil keputusan masa lalu dan fakta, jika penilaian tersebut memiliki hasil nyata, lebih Tujuan dan ukuran yang ditentukan. Balanced Scorecard mendukung penerimaan dari empati yang saling terkait perspektif, masing-masing berusaha untuk menjawab pertanyaan spesifik.

- Keuangan: Bagaimana kita memandang pemegang saham kita dan mereka dalam kepentingan keuangan suatu organisasi?
- Perspektif bisnis internal: Apa yang harus kita kuasai jika kita mau memenuhi harapan karyawan dan mitra dagang kami?

- Perspektif pelanggan: Bagaimana persepsi pelanggan terhadap kami produk, layanan, hubungan dan nilai tambah?
- Perspektif dan pembelajaran: Untuk mencapai visi masa depan kita, bagaimana kami akan terus meningkatkan dan menciptakan nilai masa depan untuk kami pemangku kepentingan?

Untuk masing-masing dari empat perspektif, tujuan dapat ditentukan dan langkah-langkah yang relevan, sering disebut indikator kinerja utama (KPI), dikerjakan untuk setiap tujuan, yang mengarah ke informasi yang diperlukan mengukur kinerja.

c. Model Organisasi

Pemodelan organisasi adalah teknik yang digunakan untuk memeriksa pendaftaran dan administrasi bisnis dan SI / TI-nya. Model ini adalah teknik berharga dalam pengembangan strategi SI / TI, dan, jika bisnis juga melakukan pengembangan ulang bisnis apa pun, ini merupakan cara Terkait untuk memperoleh pemahaman yang sangat luas tentang organisasi sangat penting. Ada terhitung teknik berbeda yang dapat digunakan. Ini merupakan model organisasi di teknik ini, yang diambil di sini, didasarkan pada karya asli oleh Kotter. Model organisasi ini terdiri dari tujuh elemen: elemen 'proses' pusat berlabel, proses bisnis inti dan enam elemen 'struktural' - lingkungan eksternal, karyawan, dan aset berwujud lainnya, organisasi formal pengaturan, sistem sosial internal, teknologi organisasi dan koalisi dominan.

Dalam bukunya, Kotter mengembangkan seperangkat pertanyaan untuk dipertimbangkan tidak diharapkan sebagai jawaban pasti dapat diperoleh untuk semua pertanyaan. Yang dibutuhkan adalah kepekaan terhadap relevansi potensi dari setiap elemen atau variabel dalam model, dikombinasikan dengan pemahaman tentang kegiatan dalam organisasi dan informasi yang diperlukan untuk mendukung aktivitas ini.

Karya asli oleh Kotter telah disetujui dan lebih baik untuk tujuan khusus perumusan strategi IS. Membahas, menanyakan pertanyaan yang dilakukan atas dasar makro untuk organisasi keseluruhan dan dalam bentuk mikro untuk fungsi IS itu sendiri. Pertanyaan yang diajukan sebagai bagian dari keseluruhan proses keputusan, dimana fokus menentukan adalah tujuan, kegiatan dan arus informasi, dalam pembahasan dengan model, sehingga representasi yang tepat dari organisasi dan bagaimana fungsinya dikembangkan dan dipahami oleh manajemen senior.

Nama : Nurhachita
Nim : 182420065
Kelas : MTI 19A
Tugas : Chapter 4

1. Business re-engineering and IS strategy

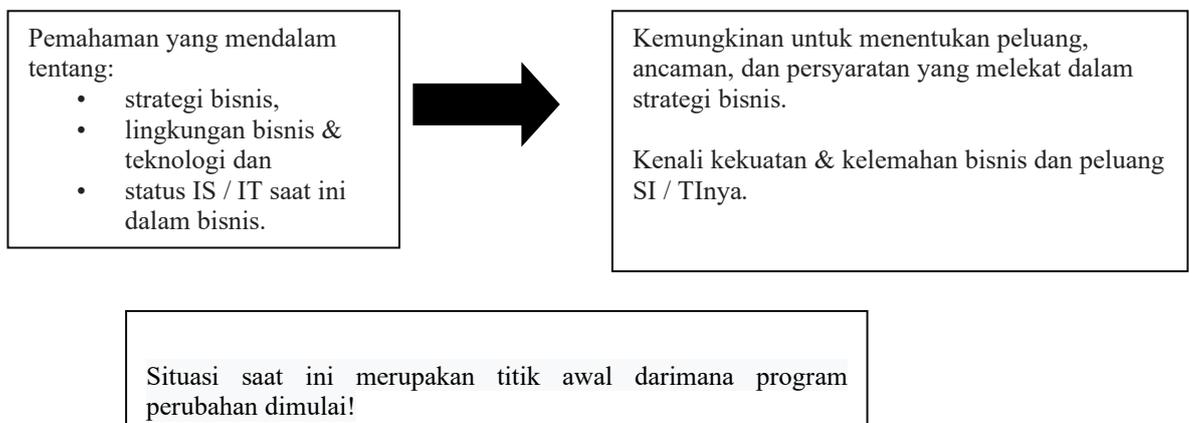
Business Process Reengineering (BPR, Rekayasa ulang proses bisnis) adalah pemikiran kembali secara fundamental dan perancangan kembali proses bisnis secara radikal, dihasilkan dari sumber daya organisasi yang tersedia. BPR menggunakan pendekatan untuk perancangan kembali cara kerja dalam mendukung misi organisasi dan mengurangi biaya. Perancangan ulang dimulai dengan penaksiran level tinggi terhadap misi organisasi, tujuan strategis, dan kebutuhan pelanggan.

- Inisiatif rekayasa ulang muncul dari strategi bisnis
- Permintaan SI mendukung strategi bisnis
- Rekayasa ulang membutuhkan elemen SI / TI
- Rekayasa ulang dan strategi SI membentuk model potensial bisnis.
- Pindah dari model organisasi tradisional ke model berorientasi proses

Ada 2 pertanyaan kunci TI:

- Bagaimana proses bisnis dapat diubah menggunakan IT?
- Bagaimana TI terbaik mendukung proses bisnis?

2. Understanding the current situation



Memahami situasi saat ini melibatkan memperoleh secara mendalam pemahaman tentang strategi bisnis, bisnis dan teknologi dan status IS / IT saat ini dalam bisnis. Ini membuatnya mungkin untuk menentukan peluang, ancaman, dan persyaratan melekat dalam strategi bisnis, dan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan bisnis dan operasi SI / TI. Ini sangat penting, karena situasi saat ini merupakan titik awal dari perubahan apa pun program dimulai.

3. Understanding IS/IT needs of the business strategy

Strategi bisnis adalah Kegiatan yang harus dilakukan untuk berkontribusi secara langsung pada pencapaian tujuan bisnis, dan kebutuhan informasi pendukungnya, harus diidentifikasi. Kegiatan sekunder yang harus dilakukan untuk mengukur kinerja untuk mencapai tujuan tersebut, harus diidentifikasi. Dalam menganalisis strategi bisnis, persyaratan utama adalah:

- Identifikasi strategi saat ini dan setiap elemen baru yang muncul.
- Menafsirkan & menganalisis strategi & menggambarannya secara terstruktur.
- Kompilasi & konfirmasi persyaratan IS konsekuen.

Konstituen inti dari strategi bisnis yaitu:

Misi

Pernyataan yang jelas tentang apa yang dilakukan organisasi dan apa yang organisasi itu lakukan jangka panjang, tujuan keseluruhan. Peran utamanya adalah untuk menetapkan arah

semua orang mengikuti. Mungkin singkat, ringkas dan inspirasional, atau berisi pernyataan filosofis luas yang mengikat organisasi kegiatan tertentu dan untuk tujuan ekonomi, sosial, etika atau politik. Sering disebut 'niat strategis'. Nilai-nilai juga sering dinyatakan di samping misi. Tiga contoh misi yang berbeda-beda adalah:

- Untuk menjadi pemimpin komunikasi seluler dunia, memperkaya kehidupan individu dan pelanggan bisnis dalam jaringan masyarakat (perusahaan telekomunikasi global besar).
- Untuk memberantas semua penyakit menular di seluruh dunia' (Dunia Organisasi Kesehatan).
- Perusahaan bergerak di bidang pemasaran ritel secara nasional dasar produk minyak bumi dan distribusi yang merata buah dari peningkatan produktivitas

manajemen, modal dan tenaga kerja di antara pemegang saham, karyawan dan publik (perusahaan publik besar).

Vision

Semakin banyak ditemukan dalam penyampaian strategi bisnis, ini memberikan gambaran sering mencakup banyak aspek yang semua orang bisa mengidentifikasi dengan, apa yang akan menjadi bisnis di masa depan dan bagaimana itu akan beroperasi. Itu ada untuk membawa strategi untuk hidup dan untuk memberis seluruh organisasi tujuan yang dapat divisualisasikan, sehingga setiap pemangku kepentingan memiliki gambaran bersama tentang tujuan masa depan.

Business Drivers

Ini adalah serangkaian kekuatan kritis untuk perubahan yang harus dilakukan oleh bisnis menanggapi. Mereka mungkin mewakili jangka pendek, menengah dan panjang faktor-faktor di mana bisnis harus fokus untuk memenuhi keberatan hidup dan memuaskan CSF. Mereka sering tertimbang dan bisa digunakan dalam memprioritaskan proposal perbaikan. Misalnya utamapengemudi jangka pendek mungkin merupakan pengurangan dari basis biaya, yang utamapendorong jangka menengah dapat meningkatkan pangsa pasar dan utamapengemudi jangka panjang mungkin memiliki kualitas cacat nol.

Objectives

Target yang ditetapkan organisasi untuk membawanya ke pencapaian visinya. Mereka biasanya jumlahnya kecil, tetapi mewujudkan aspek paling penting dari visi seperti pengembalian finansial, layanan pelanggan, keunggulan manufaktur, moral staf, sosial dan kewajiban lingkungan. Itu adalah pernyataan masa depan hasil atau kondisi stabil yang ingin dicapai organisasi tingkat unit bisnis global atau strategisnya. Mereka biasanya kuantitatif dilengkapi dengan nilai dan tenggat waktu terkait. Idealnya, mereka harus melakukannya yang menampilkan karakteristik berikut:

- . jelas dan berorientasi pada hasil;
- . terukur, dapat diverifikasi dan tidak terlalu banyak;
- . didirikan oleh mereka yang terlibat dalam pencapaian mereka;
- . relevan, dapat dicapai, dan mendorong kinerja tinggi;
- . konsisten dengan tujuan tingkat yang lebih tinggi.

Contohnya adalah:

- . 'Mengurangi biaya produksi sebesar 10% setiap tahun untuk lima berikutnya tahun
- . 'Mencapai nol pesanan tertunda dalam waktu 12 bulan'
- . 'Kurangi omset staf menjadi kurang dari 15% per tahun dalam waktu 2 tahun
- . 'Untuk memimpin di setiap pasar lokal dengan loyalitas pelanggan dan merek, posisi biaya terendah, bagian dari kumpulan laba dan kepuasan karyawan'

Biasanya, misi dan sasaran strategis organisasi adalah mengalir melalui bisnis, dan setiap fungsi bisnis atau proses inti diberikan kesempatan untuk mengembangkan tujuannya sendiri di Indonesia Menanggapi yang tingkat tinggi. Mereka sering bersifat taktis dan menimbulkan persyaratan IS jangka pendek.

Strategi

Mereka menentukan cara di mana tujuan akan dipenuhi. Mereka mungkin memperkuat kebijakan yang ada (mis. struktur komite pengarah untuk menyetujui belanja modal) atau inisiatif yang akan terus dilakukan (kejar, mungkin dengan sumber daya yang diperluas (seperti layanan pelanggan) program). Mereka juga dapat menyatakan serangkaian kebijakan baru dan baru inisiatif yang akan dipraktikkan seperti pendesainan ulang proses produksi bisnis. Seringkali, mereka tidak ada, dan salah satu cara di mana IS proses strategis yang dapat membantu adalah dalam memfasilitasi identifikasi dan dokumentasi skema kandidat untuk mencapai tujuan.

Faktor Keberhasilan Penting (CSF)

CSF adalah beberapa area utama di mana 'segalanya harus berjalan dengan benar' untuk bisnis berkembang. Sangat penting untuk mengidentifikasi mereka kapan bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang bisnis. Itu tindakan menentukan CSF dapat membantu mengkristal tujuandan strategi, dan tentu saja untuk menekankan kegiatan prioritas. CSF

Analisis akan dibahas lebih mendalam nanti dalam bab ini.

Business Area Plans

Mereka adalah rencana dari berbagai bidang bisnis, yang mendokumentasikan tanggapan mereka terhadap strategi bisnis. Dalam banyak kasus, ini mungkin

mencerminkan kelanjutan bisnis seperti biasa, dengan fokus pada target utama yang diperkenalkan atau diperbaiki. Meskipun tidak bagian dari strategi, mereka berisi petunjuk untuk kebutuhan informasi yang perlu diselidiki.

4. Examining current IS/IT supply

- Untuk menetapkan kesenjangan antara ketentuan saat ini dan masa depan yang ditargetkan
- Untuk menentukan apakah lingkungan dapat mempertahankan perubahan yang diperlukan atau perlu diubah sendiri
- Untuk memungkinkan strategi memperhitungkan tren dan peluang dari teknologi yang muncul
- Untuk menyelidiki seberapa kompetitif atau komplementer organisasi menerapkan TI

Situasi IS Saat Ini-Internal

- Lingkungan IS
- Struktur organisasi
- Pengeluaran
- Jaminan simpanan
- Lokasi lain

Lingkungan Aplikasi Bisnis yang harus diketahui, adalah:

- Pada perangkat keras apa aplikasi bisnis Anda beroperasi?
- Berapa ukuran relatif H / W ini?
- Modul aplikasi bisnis apa yang Anda gunakan?
- Apakah paket aplikasi yang disediakan vendor?
- Apakah perusahaan pada rilis saat ini?
- Apakah aplikasi yang dikemas telah disesuaikan?
- Dalam bahasa pemrograman apa sistem ditulis?
- Berapa ukuran sistem dalam hal LOC
- Berapa banyak laporan yang dihasilkan oleh sistem?
- Berapa banyak program dalam sistem
- Berapa waktu respon rata-rata?
- Berapa banyak workstation, PC dan printer yang terhubung

- Apakah ada perangkat khusus yang diperlukan untuk mendukung kebutuhan di masa depan?

5. Analysis techniques

- Critical success factors (CSF) adalah analisis area aktivitas bisnis 'di mana segala sesuatu analisis * harus ke kanan', Potensi dorongan SI / TI dan Ukuran performa.
- Balance scorecard analysis (BSC)/ Analisis Balance Scorecard (BSC)
 - Tujuan bisnis dan informasi utama
 - Persyaratan
 - Ukuran performa
- Organizational model/ Pemodelan organisasi
 - Penilaian bisnis yang komprehensif dan lingkungan SI / TI
 - Mekanisme penyaringan dalam menilai opsi untuk perubahan

Dan Beberapa teknik yang digunakan dalam menganalisis situasi saat ini dan strategi bisnis lainnya:

Analisis strategi bisnis

- Strategi bisnis — misi, sasaran, dll.
- Inisiatif bisnis global
- Inisiatif bidang bisnis
- Prioritas bisnis
- Persyaratan SI mengarah ke permintaan SI

Analisis SWOT

Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman internal dan lingkungan bisnis eksternal dan SI / TI

Portofolio bisnis dan analisis strategi kompetitif

- Opsi untuk investasi IS jangka panjang untuk memperkuat posisi kompetitif
- Analisis rantai nilai
- Arus informasi internal Aliran informasi 'industri' tingkat tinggi model Dampak potensial dari SI / TI

Analisis proses / BPR

- Identifikasi proses bisnis inti
- Efektivitas proses dalam pertemuan driver
- Opsi perbaikan proses
- Memproses desain ulang cetak biru (yang memberikan peningkatan kinerja yang signifikan tentang pengemudi)
- Pilihan IS / IT yang dihasilkan

Teknik analisis pemodelan-informasi bisnis

Model perusahaan:

- Pola model-model objek
- Bagan dependensi proses
- Data aliran diagram-diagram dekomposisi fungsional
- Konseptual arsitektur

Evaluasi portofolio saat ini

- Profil aplikasi saat ini Cakupan dan kontribusi kepada pengguna bisnis dan kepuasan teknis
- Kontribusi aplikasi untuk bisnis strategi

Penilaian teknologi dan tinjauan infrastruktur SI / TI

- Inventarisasi perangkat keras dan lunak saat ini tinjauan infrastruktur Penilaian organisasi IS, prosedur, keterampilan dan metode.