Vol. 12 No. 02 Oktober 2023
P-ISSN: 2252-6226 E- ISSN: 2622-8165
Halaman 133 - 148

Jurnal Ekonomika dan Manajemen

PERENCANAAN STRATEGIS PADA PERUSAHAAN DIGITAL RINTISAN (*STARTUP*): STUDI KASUS SIBER TEKNOLOGI INDONESIA

Adith Aulia Rahman
Universitas Primagraha
adithauliarahman@gmail.com

ABSTRACT

Start-up digital companies need information system strategic planning towards the company's vision and mission amidst very tight competition between existing digital companies that are financially and organizationally stronger. Descriptive methods are used to research and analyze the achievements that will be achieved by the company in the next 5 years. The Founder's Vision model proposed by Mazdeh.M.M, Moredi.K, Mazdeh.H.M is considered the most suitable in this research for designing information system strategic planning for start-up companies which is a development of Porter's generic strategic planning which focuses on a condition. The Founder's Vision model will analyze internal *and external aspects with SWOT and SLEPT analysis which will produce strategies for the company in the future.*

Keywords*: Information Systems Strategic Planning; Startup Digital Company; Founder's Vision; Porter's generic strategy.*

ABSTRAK

Perusahaan digital rintisan memerlukan perencanaan strategi sistem informasi terhadap visi dan misi perusahaan ditengah persaingan yang sangatlah ketat antar perusahaan digital yang telah ada dan lebih kuat secara finansial dan organisasi. Metode deskriptif digunakan untuk meneliti dan menganalisa pencapaian yang akan dicapai oleh perusahaan dalam rentang waktu 5 tahun kedepan. *Model Founder's Vision* yang dikemukakan oleh Mazdeh.M.M, Moredi.K, Mazdeh.H.M dianggap paling cocok dalam penelitian ini untuk merancang perencanaan strategi sistem informasi bagi perusahaan rintisan yang merupakan pengembangan dari perencanaan strategi generik Porter yang terfokus pada suatu kondisi. *Model Founder's Vision* akan menganalisa aspek *Internal* dan *External* dengan analisa SWOT dan SLEPT yang akan menghasilkan strategi bagi perusahaan kedapan.

Kata Kunci: Perencanaan Strategi Sistem Informasi; Perusahaan Digital Rintisan; *Founder's Vision*; strategi generik Porter.

PENDAHULUAN

Akses data terbuka publik memiliki dampak langsung pada persepsi masa depan pengusaha dari kemampuan untuk mengeksekusi rencana bisnis mereka (Lakomaa, E &

* Corresponding email: adithauliarahman@gmail.com

Kallberg, J, 2013). Banyak perusahaan yang harus gulung tikar karena tidak dapat bersaing dengan kompetitor yang menggunakan informasi secara intensif untuk memenangkan persaingan bisnis.

Menurut kominfo (2016), Potensi industri digital di Indonesia memang tidak dapat dipandang sebelah mata. Ada sekitar 93,4 juta pengguna internet dan 71 juta pengguna perangkat telepon pintar di Indonesia saat ini. Kondisi itu merupakan modal besar bagi Indonesia untuk mengembangkan *e-commerce* dan bisnis aplikasi teknologi digital di Tanah Air. Volume bisnis *e-commerce* di Indonesia diprediksi akan mencapai USD 130 Miliar dengan angka pertumbuhan per tahun sekitar 50 persen.

Bagi perusahaan modern, memiliki strategi bisnis saja tidak cukup untuk menghadapi persaingan dewasa ini (Indrajit, 2016). Menurut (C.Laudon & P.Laudon, 2014) Ketika kita merancang sebuah sistem informasi baru, kita mendesain ulang organisasi. Menurut Hendrayana (2015) Bagi perusahaan baru yang mulai menjadi perusahaan modern, memiliki strategi bisnis saja tidak cukup untuk menghadapi persaingan dewasa ini yang semakin ketat.

Menurut tinjauan komprehensif baru-baru ini literatur perencanaan sistem informasi mengungkapkan bahwa memilih metodologi yang tepat dalam mengembangkan rencana sistem informasi merupakan salah satu faktor keberhasilan yang berkaitan dengan keberhasilan proses perencanaan Sistem Informasi (Kandjani, 2014). Hal ini didukung oleh Studi berbasis survei memberikan bukti kuat bahwa perusahaan dengan strategi sistem informasi (baik inovator atau konservatif) berperforma lebih baik daripada mereka yang tidak didefinisikan (Leidner, D.E., Lo,J., Preston,D, 2011).

Siber Teknologi Indonesia merupakan perusahaan digital rintisan yang berdiri pada tahun 2016. Sebagai perusahaan digital rintisan, Siber Teknologi Indonesia memerlukan strategi sebagai penunjang perusahaan dalam mendukung visi dan misi perusahaan kedepan.

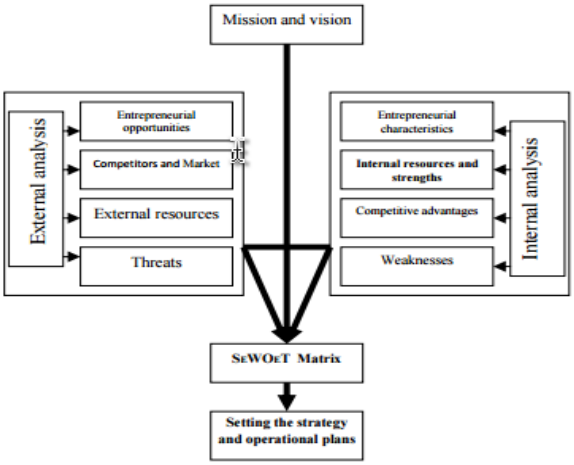
LANDASAN TEORI

Founder's Vision

Menurut (Mazdeh.M.M, Moredi.K, Mazdeh.H.M, 2011) Visi pemegang saham merupakan dasar utama untuk mengembangkan visi, misi dan rencana strategis sebuah *startup*. Hal ini

 P-ISSN: 2252-6226 E- ISSN: 2622-8165

didukung oleh pernyataan dari (McGrath, 2000) visi para pendiri mempengaruhi analisis internal dan mengembangkan rencana strategis yang menyusun pernyataan misi.



Sumber: (Mazdeh.M.M, Moradi.K, Mazdeh.H.M, 2011

Gambar 1 *Founder's Vision model.*

Menurut (Mazdeh.M.M, Moradi.K, Mazdeh.H.M, 2011) *Founder's Vision* Modelnya mirip dengan model lain dan yang membedakan model ini dengan bentuk pendekatan lainnya adalah metodologi yang digunakan untuk analisis internal dan eksternal dan parameter dipertimbangkan.

SWOT

SWOT merupakan kependekan dari *Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threat* yang merupakan faktor spesifik dari perusahaan. Menurut O'Brien & Marakas (2010, h453) Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi dampak bahwa setiap peluang strategis yang mungkin dapat dimiliki sebuah perusahaan dan penggunaan teknologi informasi. Dan menurut Wheelen (2012 h16) Analisis SWOT tidak hanya menghasilkan identifikasi kompetensi khas korporasi kemampuan tertentu dan sumber daya yang perusahaan memiliki dan cara unggul di mana mereka digunakan tetapi juga dalam identifikasi peluang bahwa perusahaan saat ini tidak mampu mengambil keuntungan dari karena kurangnya sumber daya yang tepat.

EFAS (*External Factors Analysis Summary*) adalah salah satu cara untuk mengatur faktor-faktor eksternal ke dalam kategori yang berlaku umum dari peluang dan ancaman serta menganalisis seberapa baik manajemen perusahaan tertentu (rating) yang merespon

faktor-faktor tertentu dalam terang dirasakan pentingnya (berat) dari faktor-faktor ini untuk perusahaan (Wheelen, 2012 h126).

IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) adalah salah satu cara untuk mengatur faktor-faktor internal ke dalam kategori yang berlaku umum dari kekuatan dan kelemahan serta menganalisis seberapa baik manajemen perusahaan tertentu merespon faktor-faktor tertentu dalam terang dirasakan pentingnya faktor-faktor ini kepada perusahaan (Wheelen, 2012, h164).

SFAS (*Strategic Factors Analysis Summary*) Matriks SFAS memerlukan pengambil keputusan strategis untuk menyingkat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman ini menjadi kurang dari 10 faktor strategis. Faktor EFAS dan IFAS tertimbang tertinggi harus muncul dalam Matriks SFAS (Wheelen, 2012 h126).

Tabel 1 *Strategic Factors Analysis Summary*

Strategic Factor	Bobot	Tingkatan	Nilai skor	Durasi		
				PENDEK	MENENGAH	PANJANG
Strength						
Weakness						
Opportunity						
Threat						
Total Nilai						

Sumber: Wheelen, 2012 h126

SLEPT

Analisis SLEPT adalah singkatan dari faktor sosial, hukum, ekonomi, politik dan teknologi. menurut Pavlíček, Lingkungan perusahaan eksternal harus dianalisis dengan menggunakan analisis SLEPT dengan keluaran ancaman dan peluang potensial yang mungkin mempengaruhi keputusan mengenai strategi.

Critical Success Factor

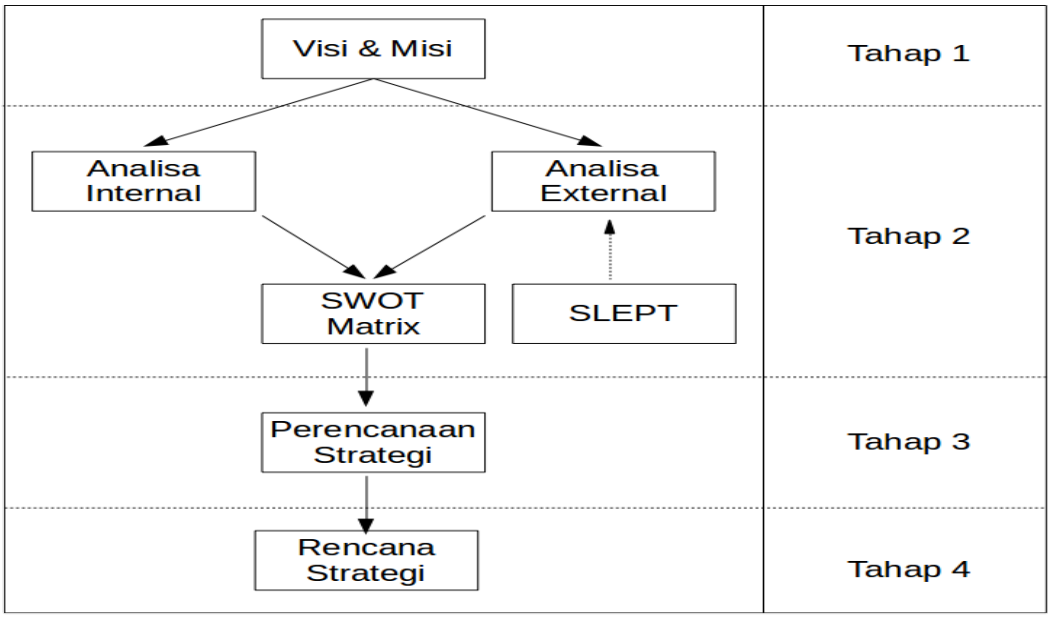
CSF dapat menjadi teknik yang digunakan oleh para individu, untuk mekanisme pengawasan terhadap keseluruhan perusahaan. Dan juga memudahkan perencanaan strategi bisnis diintepretasikan dalam perencanaan strategi informasi (Martin, 1990, p. 89). Peranan CSF dalam perencanaan strategis adalah sebagai penghubung antara strategi bisnis organisasi

 P-ISSN: 2252-6226 E- ISSN: 2622-8165

dengan strategi SI-nya, memfokuskan proses perencanaan strategis SI pada area yang startegis, memprioritas usulan aplikasi SI dan mengevaluasi strategi SI (Ward & Peppard).

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dimana proses pengambilan data dilakukan melalui pembobotan indikator dengan menggunakan IFAS, EFAS, kuadran SWOT dan SFAS matriks. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan FGD dan membagikan kuesioner SWOT kepada seluruh manajemen untuk mengetahui faktor *strength* dan *weakness* dari perusahaan dimana dalam posisinya mereka mempunyai wewenang dan tanggung jawab dalam pengambilan keputusan. Dan juga membagikan kuesioner SWOT dengan menggunakan SLEPT sebagai indikator kepada pakar di bidang teknologi, sosial politik, dan ekonomi untuk mengetahui faktor *opportunity* dan *threat*.



Sumber: Hasil Penelitian, 2018

Gambar 2 Tahapan peenelitian

HASIL PENELITIAN

Analisis SWOT

Analisis SWOT yang dilakukan pada perusahaan digunakan untuk merumuskan perencanaan strategi sistem informasi dengan membandingkan faktor internal dan eksternal yang terkait

 P-ISSN: 2252-6226 E- ISSN: 2622-8165

dengan kebutuhan perusahaan. Setelah melakukan penelitian yang meliputi observasi, Fokus Grup Diskusi, dan pengisian kuesioner SWOT terhadap anggota, maka akan didapatkan hasil analisa SWOT terhadap perusahaan.

Analisis Matriks *IFAS*

Tabel 2 Hasil Analisis *Internal Factor Analysis Summary*

Faktor internal	Bobot	Rating	Skor
Strength			
Produk keamanan dan optimasi yang unggul dan gratis	0,075	0,140	0,010
Pengetahuan dan pengalaman pegawai akan teknikal keamanan digital	0,143	0,057	0,008
Penggunaan teknologi terbaru dalam pengembangan produk	0,150	0,078	0,012
Hubungan dan jaringan kerjasama dengan mitra usaha	0,068	0,119	0,008
Produk keamanan untuk setiap *digital environment*	0,068	0,124	0,008
Sub Total *Strength*			0,047
Weakness			
Legalitas Perusahaan	0,061	0,119	0,007
Keterbatasan sumberdaya	0,122	0,067	0,008
Keterbatasan infrastruktur	0,122	0,073	0,009
Pendapatan yang minimal	0,088	0,114	0,010
Persaingan dengan brand global	0,102	0,109	0,011
Sub Total *Weakness*			0,046
Total Nilai	1		0,092
Total Rata-rata			0,009

Sumber: Hasil Penelitian, 2018

"Internal Factor Analysis Summary" yang merupakan gabungan dari faktor-faktor *"Strength & Weakness"*. Didapatkan total nilai skor dari *strength* 0,047 dan *weakness* 0,046, dengan total nilai 0,092. Skor dengan nilai tertinggi akan dilanjutkan ke SFAS matriks untuk dilakukan formulasi strategi berdasarkan faktor tertinggi.

Analisis Matriks *EFAS*

Tabel 3 Hasil Analisis *External Factor Analysis Summary*

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Opportunity			
Ada kecenderungan Masyarakat Indonesia mulai mengapresiasi aplikasi teknologi dalam Negeri	0,022	0,023	0,00052

 P-ISSN: 2252-6226 E- ISSN: 2622-8165

Generasi milenial lebih dekat dengan teknologi, ini dapat menjadi peluang besar bagi *startup*	0,023	0,029	0,00067
Paket kebijakan ekonomi jilid 14 mempermudah usaha sektor *e-commerce*	0,039	0,044	0,00170
Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 tentang *roadmap e-commerce*	0,039	0,046	0,00178
Pemerintah mempermudah legalitas perusahaan, bila startup belum memiliki badan hukum	0,039	0,048	0,00190
Tahun politik, memiliki potensi konsumsi pertumbuhan yang tinggi	0,024	0,029	0,00071
Tahun 2018 LPDB KUMKM akan menyiapkan dana sebesar Rp 100 miliar untuk permodalan wirausaha pemula (WP) dan bisnis *startup*	0,042	0,05	0,00211
Layanan freemium dan premium gratis seperti permainan, namun menampilkan iklan dan pilihan premium yang tersedia untuk layanan iklan gratis.	0,030	0,017	0,00051
Isu tahun politik membuat isu keamanan siber menjadi perhatian	0,033	0,013	0,00043
pemerintah memberikan apresiasi dan kemudahan untuk investor *startup*	0,038	0,025	0,00096
Kerjasama dengan pemerintah (BSSN) mengenai keamanan siber	0,032	0,034	0,00108
Perkembangan IoT, dapat menjadi peluang.	0,035	0,036	0,00125
Perkembangan *hardware* dan *software*	0,033	0,023	0,00076
Perusahaan di Indonesia belum mempunyai produk keamanan digital	0,035	0,044	0,00155
Berkembangnya ancaman dari segala sektor, membuat peluang akan keamanan siber meningkat	0,027	0,013	0,00036
Pembaharuan teknologi dapat menjadi sasaran perluasan bisnis	0,029	0,034	0,00100
Perkembangan teknologi baik *software* dan *hardware* harus dimanfaatkan oleh *startup*	0,030	0,038	0,00113
Teknologi *free* dan *opensource* dapat dimanfaatkan oleh perusahaan dengan dana minim	0,031	0,04	0,00125
Sub Total *Opportunity*			**0,01966**
Threat			
Trend masyarakat lebih memilih produk *free of charge*	0,028	0,019	0,00053
Trend masyarakat lebih mempercayai *brand* global	0,029	0,029	0,00083
Akses internet yang masih belum menjangkau seluruh wilayah Indonesia	0,015	0,023	0,00034
Legalitas produk yang dipakai untuk pengembangan produk	0,026	0,032	0,00083
Membayar komisi langsung ke staf (UU Suap)	0,013	0,019	0,00026

Isu menjual data pelanggan (*Data Protection*)	0,015	0,013	0,00019
Tahun pemilu investasi swasta melambat, *wait and see*.	0,028	0,025	0,00071
Globalisasi, pasar bebas dan keterbukaan ekonomi di bidang digital di Indonesia	0,033	0,019	0,00063
Kelesuan daya beli Masyarakat	0,028	0,019	0,00053
sengketa bisnis	0,031	0,025	0,00077
pelaku usaha *e-commerce*, termasuk tingkatan *startup* wajib memperoleh izin dari Kementerian Perdagangan sebelum memulai usahanya.	0,039	0,038	0,00148
Perkembangan teknologi yang sangat pesat dapat menimbulkan ancaman yang tidak diduga bagi Perusahaan	0,024	0,032	0,00076
Trend serangan siber yang terus meningkat	0,021	0,023	0,00048
Serangan siber terhadap setiap sektor teknologi semakin meningkat	0,022	0,025	0,00055
Perkembangan dan inovasi teknologi dapat menjadi ancaman	0,025	0,021	0,00052
Perusahaan terlambat akan perkembangan teknologi *hardware*	0,018	0,019	0,00035
Perusahaan terlambat akan perkembangan teknologi *software*	0,022	0,034	0,00073
Sub Total *Threat*			**0,01050**
Total Nilai	1		**0,03017**
Total Rata-rata			**0,0009**

Sumber: Hasil Penelitian, 2018

"Exernal Factor Analysis Summary" yang merupakan gabungan dari faktor-faktor *"Threat & Opportunity"*. Didapatkan total nilai skor dari *opportunity* 0,01966 dan *threat* 0,01050, dengan total nilai 0,03017. Skor dengan nilai tertinggi akan dilanjutkan ke SFAS matriks untuk dilakukan formulasi strategi berdasarkan faktor tertinggi.

Kuadran SWOT

Setelah mengetahui nilai dari faktor internal dan eksternal bagi perusahaan digital rintisan, maka dapat diketahui posisi relatif dari kuadran SWOT dengan melakukan kalkulasi terhadap titik Y dan titik X sebagai berikut:

Titik Y = *opportunity – threat*

= 0,01966 - 0,01050

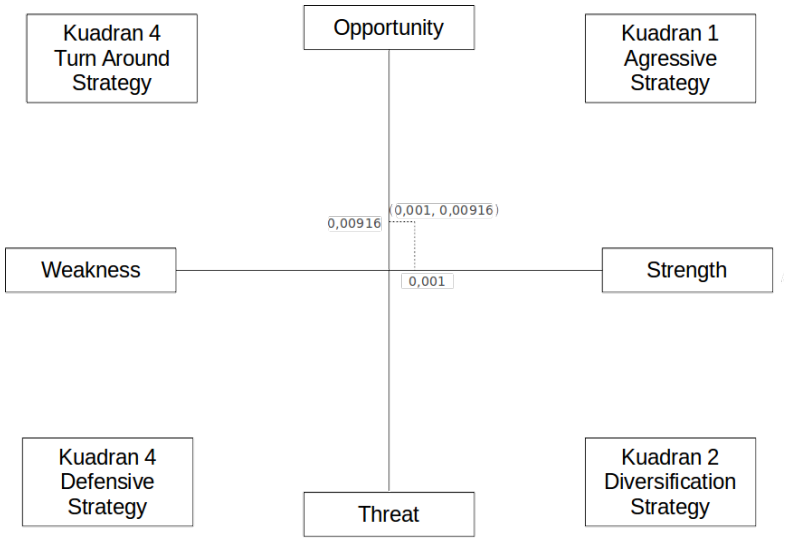
= 0,00916

 P-ISSN: 2252-6226 E- ISSN: 2622-8165

Titik X = *strength – weakness*

= 0,047 - 0,046

= 0,001



Sumber: Hasil Penelitian, 2018

Gambar 3 Hasil strategi kuadran SWOT

Berdasarkan kuadran SWOT, maka sebaiknya perusahaan melakukan "*Aggresive Strategy*". Yang dimana memperhatikan faktor *Strength* dan *Opportunity* dengan Strategi agresif terdiri dari penggunaan peluang maksimal dan sisi kuat untuk berkembang secara dinamis.

SFAS Matrix

Selanjutnya adalah menentukan prioritas penanganan dari faktor *Strength* dan *Opportunity*. Tabel matriks SFAS merupakan kumpulan dari analisis tabel IFAS dan EFAS yang diambil hanya faktor yang paling penting saja untuk memberikan informasi perumusan strategi informasi.

Tabel 4 Hasil Analisis *Strategic Factor Analysis Summary*

Strategic Factors	**NILAI**	**BOBOT**	**TINGKATA**	**SKOR**	**Indikasi**		
					PENDEK	***MENENGA***	***PANJANG***

				N			H	
S1	Produk keamanan dan optimasi yang unggul dan gratis	0,010	0,339	11	9,156			X
S3	Penggunaan teknologi terbaru	0,012	0,407	22	4,476			X
O3	Paket kebijakan ekonomi jilid 14 mempermudah usaha sektor *e-commerce*	0,00170	0,058	18	1,211		X	
O4	Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 tentang roadmap *e-commerce*	0,00178	0,060	13	1,328		X	
O5	Pemerintah mempermudah legalitas perusahaan, bila *startup* belum memiliki badan hukum	0,00190	0,064	15	1,482	X		
O7	Tahun 2018 LPDB KUMKM akan menyiapkan dana sebesar Rp 100 miliar untuk permodalan wirausaha pemula (WP) dan bisnis *startup*	0,00211	0,072	10	1,717	X		
	Total Nilai	14,69	1		19,37			

Sumber: Hasil Penelitian, 2018

Secara ringkas hasil perumusan matriks SFAS dapat diperoleh indikator periode prioritas penanganan faktor berdasarkan rentang waktu yang telah ditentukan, yang akan didapatkan berdasarkan hasil kalkulasi.

Rencana Strategi S-O

Setelah mengetahui arah dari kuadran SWOT dan faktor yang didapat dari SFAS Matrix, maka dilakukan identifikasi rencana strategis berdasarkan faktor *Strength* dan *Opportunity.*

Tabel 5 Hasil Strategi S-O

	Strength
	➢ Produk keamanan dan optimasi yang unggul dan gratis ➢ Penggunaan teknologi terbaru
Opportunity	**Strategi S-O**
➢ Paket kebijakan ekonomi jilid 14 mempermudah usaha sektor *e-commerce* ➢ Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 tentang roadmap *e-commerce* ➢ Pemerintah mempermudah legalitas perusahaan, bila startup belum memiliki badan hukum ➢ Tahun 2018 LPDB KUMKM akan menyiapkan dana sebesar Rp 100 miliar untuk permodalan wirausaha pemula (WP) dan bisnis startup	➢ Meningkatkan mutu produk dengan menggunakan teknologi baru, baik software ataupun hardware ➢ Menjalin kerjasama dengan pemerintah, baik dalam keamanan siber di Indonesia untuk maupun regulasi *e-commerce* ➢ Menerapkan tata kelola sistem manajemen keuangan

Sumber: Hasil Penelitian, 2018

P-ISSN: 2252-6226 E- ISSN: 2622-8165

Strategi Sistem Informasi

Perumusan solusi SI atau strategi SI disusun dengan melakukan analisis *Critical Success Factor* (CSF), hal ini dilakukan agar solusi yang disusun dapat selaras dan membantu perusahaan untuk mencapai tujuan dan strategi bisnis perusahaan.

Critical Success Factor

Dari visi, misi dan tujuan perusahaan akan dilakukan analisa dengan menggunakan analisis CSF guna mendapatkan rencana strategi.

Tabel 6 Hasil analisis CSF dari visi dan misi dari Perusahaan

Visi dan Misi Perusahaan	***Measure* (S)**	***Action* (CSF)**	***IS Needs***
Menjadi perusahaan keamanan digital terdepan di Indonesia	Meningkatkan pengguna khususnya di Indonesia yang menggunakan produk Siber	Segera melakukan percepatan perilisan produk keamanan dan optimasi Melakukan promosi digital agar masyarakat mengetahui brand Siber Penyediaan sarana layanan online	Aplikasi produk keamanan dan optimasi dari Siber Portal website Siber Aplikasi CMS Aplikasi Manajemen Akun Pengguna Media Sosial dengan menggunakan brand Siber Aplikasi forum web Siber
Memberikan layanan optimalisasi dan keamanan terbaik untuk setiap *digital environment*.	Meningkatkan Kualitas layanan produk. Meningkatkan produk Siber untuk tiap *device,* khususnya yang terintegrasi dengan koneksi internet	Terdapat produk keamanan dan optimasi dari Siber untuk tiap-tiap *device* yang terkoneksi internet Melakukan QC terhadap produk sebelum melakukan perilisan produk Terdapat fasilitas pelayanan online	Aplikasi produk keamanan dan optimasi dari Siber Aplikasi manajemen *source code* Portal website Siber Aplikasi forum web Siber
Menjalin kerjasama terkait bidang keamanan dengan instansi pemerintah	Meningkatkan kepercayaan pemerintah kepada Siber	Melakukan kerjasama dengan pemerintah terkait keamanan digital di	Aplikasi Sistem Informasi Cyber Security

 P-ISSN: 2252-6226 E- ISSN: 2622-8165

maupun mitra usaha.	Meningkatkan kepercayaan brand lokal kepada Siber Meningkatkan kepercayaan masyarakat Indonesia khususnya kepada Siber	Indonesia Melakukan kerjasama dengan brand lokal terkait keamanan digital Menyediakan data insiden *cyber attack* Menyediakan data pemetaan keamanan siber di Indonesia	
Menghasilkan produk dan layanan keamanan yang berkualitas.	Meningkatkan kualitas produk Siber Meningkatkan pelayanan dari produk Siber Meningkatkan produktifitas Siber dalam memproduksi produk keamanan	Melakukan tahapan *develop* sesuai dengan tahapan strandar yang digunakan Segera melakukan percepatan perilisan produk keamanan dan optimasi Terdapat fasilitas dalam membantu produktifitas dalam *develop* produk	Aplikasi Manajemen Source Code Aplikasi produk keamanan dan optimasi dari Siber

Sumber: Hasil Penelitian, 2018

Berdasarkan hasil analisa kuadran SWOT dan faktor yang didapat melalui SFAS matrix, berikut merupakan hasil analisis CSF dari strategi *Strength* dan *Opportunity*:

Tabel 7 Hasil analisis CSF dari strategi *strength* dan *opportunity*

SO Strategies	Measure(s) [KPI]	Action [CSF]	IS Needs
Meningkatkan mutu produk dengan menggunakan teknologi baru, baik software ataupun hardware	Menambah produk keamanan digital dari Siber Menerapkan *Software development* terbaru Menambah *Hardware* terbaru	Produk keamanan dan optimasi yang unggul dan gratis Penggunaan teknologi terbaru	Aplikasi Source Code Management

 P-ISSN: 2252-6226 E- ISSN: 2622-8165

Menjalin kerjasama dengan pemerintah, baik dalam keamanan siber di Indonesia untuk maupun regulasi *e-commerce*	Meningkatkan komunikasi dengan pemerintah mengenai regulasi *e-commerce* di Indonesia Meningkatkan komunikasi dengan pemerintah mengenai keamanan digital Meningkatkan kerjasama dengan pemerintah mengenai keamanan digital	Menerapkan Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017	Aplikasi manajemen sistem informasi internal
Menerapkan tata kelola sistem manajemen keuangan	Meningkatkan kualitas SDM yang berkompeten mengenai tata kelola keuangan	Menerapkan Paket kebijakan ekonomi jilid 14 Menerapkan dana LPDB KUMKM untuk mengelola modal startup	Aplikasi manajemen sistem informasi internal

Sumber: Hasil Penelitian, 2018

Berdasarkan hasil CSF dan KPI, maka disusun matrix portofolio aplikasi untuk membedakan nilai dari masing-masing aplikasi terhadap bisnis perusahaan. Dalam penyusunan matrix portofolio aplikasi dikategorikan menadi 4 bagian, yaitu: *strategic, high potential, key operational,* dan *support.* Hal ini tergantung pada kontribusi kondisi saat ini atau yang diharapkan untuk mencapai tujuan bisnis.

Tabel 8 Portofolio aplikasi kebutuhan SI

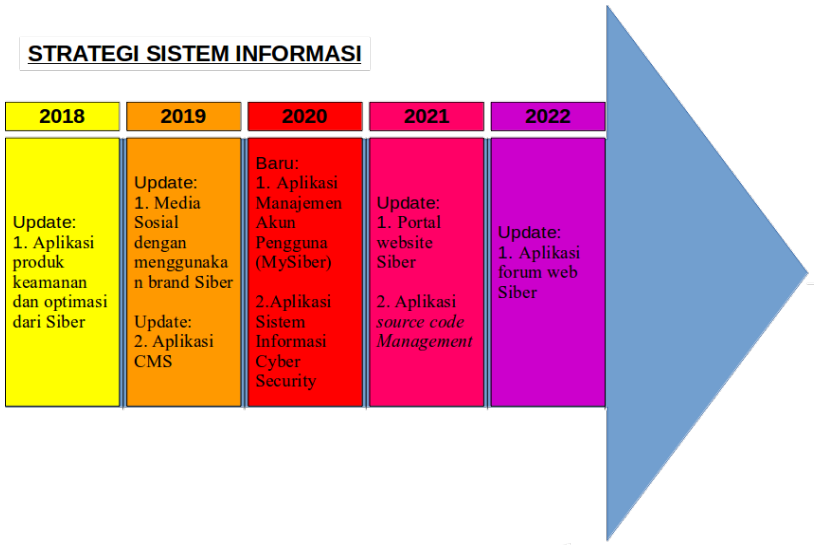
STRATEGIC	HIGH POTENTIAL
➢ Aplikasi produk ➢ SCM	➢ MySiber ➢ Forum ➢ SICS
➢ Social Media	➢ Portal web

 P-ISSN: 2252-6226 E- ISSN: 2622-8165

➢ MSII	➢ CMS
KEY OPERATIONAL	**SUPPORT**

Sumber: Hasil Penelitian, 2018

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa jumlah sistem informasi dengan prioritas kritikal berjumlah 2 (dua), jumlah prioritas tinggi berjumlah 3 (tiga), jumlah prioritas menengah berumlah 3 (tiga), dan dengan prioritas rendah 1 (satu).



Sumber: Hasil Penelitian, 2018

Gambar 4 Roadmap perencanaan strategi sistem informasi

Roadmap pengembangan SI disusun selama 5 (lima) tahun dimulai dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2022. Pegembangan dilakukan secara komprehensif agar kematangan SI dalam mencapai Visi dan Misi Perusahaan dapat dicapai di dalam berbagai sektor Perusahaan.

PENUTUPAN

Kesimpulan

Dari hasil pengambilan data dan analisa data, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Berdasarkan hasil dari kuadran SWOT dan SFAS matriks, telah didapatkan rencana SO yang menghasilkan 3 rekomendasi strategi SO yang didapat berdasarkan faktor-faktor tertinggi dari *strength* dan *opportunity*.

Berdasarkan hasil dari kuadran SWOT yang menggambarkan posisi titik Y sebesar 0,00916 dan titik X sebesar 0,001. Artinya walaupun tipis dengan titik nol, nyatanya konsentrasi kuadran titik Y dan titik X bernilai positif yang menyatakan bahwa strategi yang cocok

dengan kondisi perusahaan sebagai perusahaan digital rintisan dan sebagai perusahaan pendatang baru merupakan strategi "*aggresive*".

Dalam sasaran strategi menghasilkan 7 poin sasaran strategi yang akan dicapai oleh perusahaan dalam rentang waktu 5 tahun ke depan berdasarkan strategi SO sebagai parameter.

Rekomendasi

Setelah dilakukan perancanaan strategi sistem informasi untuk mendukung visi dan misi pada perusahaan digital rintisan (*startup*) dalam hal ini Siber Teknologi Indonesia maka dapat diperoleh rekomendasi yaitu penelitian ini dapat digunakan sebagai alat bantu atau rekomendasi pada proses perencanaan strategi sistem informasi untuk berbagai jenis perusahaan rintisan. Tahap mengenai perencanaan yang cukup sulit bagi perusahaan startup dengan keterbatasan sumber daya, diharapakan bagi perusahaan atau instansi dapat benar-benar merencanakan sesuai dengan kebutuhan perusahaan kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

Hendrayana, A. (2015). Perencanaan Strategis Teknologi Informasi Guna Meningkatkan Bisnis Perusahaan Menggunakan Pendekatan Ward & Peppard (Studi Kasus CV. Seribu Satu). *Jurnal Wawasan Ilmiah*, 7(12).

Indrajit, R. E. (2016). *Sistem dan Teknologi Informasi*. Seri Bunga Rampai Pemikiran EKOJI.

Kandjani, H. Mohtarami, A. Andargoli, A.E. Shokoohmand, R. (2014). A Conceptual Framework to Classify Strategic Information Systems Planning Methodologies. *International Journal of Enterprise Information Systems (IJEIS)* 10.

KEMENKOMINFO. (2016). https://kominfo.go.id/content/detail/7684/siaran-pers-no45hmkominfo062016-tentang-gerakan-nasional-1000-startup-digital-gotong-royong-wujudkan-solusi-di-era-informasi/0/siaran_pers. SIARAN PERS NO.45/HM/KOMINFO/06/2016.

Lakomaa, E., & Kallberg, J. (2013). Open data as a foundation for innovation: The enabling effect of free public sector information for entrepreneurs. IEEE Access, 1, 558-563.

Laudon, K. L. J. (2013). *Management Information Systems Managing the Digital Firm*, 13th Edition. New Jersy.

Leidner, D.E., Lo,J., Preston,D. (2011). An empirical investigation of the relationship of IS strategy with firm performance. *Journal of Strategic Information Systems* 20 (2011) 419–437.

Martin, R. D. (1990). Primate origins and evolution.

Mazdeha, M.M., Moradia.K., Mazdeh, H.M. (2011). Strategic planning model for Startups: A case study of Iranian packaging industry. *Management Science Letters* , 1(2), 157-166.

McGrath, R. M., & MacMillan, I. C. (2000). *The entrepreneurial mindset*. Boston: Harvard Business School Press.

O'Brien, J., & Marakas, G. (2010). *Management Information Systems* 10th Edition. McGraw-Hill/Irwin.

Ward, J., & Peppard, J. (2016). *The Strategic Management of Information Systems: Building A Digital Strategy 4th Edition*. Chichester: John Wiley & Sons, Ltd.

Ward, J. (2012). Information systems strategy: Quo vadis?. *Journal of Strategic Information Systems* 21 (2012) 165–171

Wheelen, T.L. (2012). *Strategic Management Model and Business Policy 13th Edition*. Pearson Education, Inc.