

## BAB II LANDASAN TEORI

### 2.1 Ayat-ayat Al-Quran Berkenaan dengan Penelitian

Dalam Islam, juga memperhatikan dan menekankan bahwa perlunya perencanaan yang matang sebelum memulai suatu pekerjaan. Allah SWT memerintahkan bahwa manusia harus mempersiapkan kehidupan akhiratnya karena manusia tidak selamanya hidup di dunia ini. Dalam Surah Al-Hasyr: 18, Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَانْتَظِرُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ  
بِمَا تَعْمَلُونَ (١٨)

Artinya:

*“Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertaqwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”* [Q.S. Al-Hasyr: 18].

Melihat dari sudut pandang Islam dalam perencanaan, perencanaan strategis hendaklah dilakukan dengan sebenar-benarnya agar mendapatkan gambaran yang lebih baik untuk kedepannya. Seperti dijelaskan dalam ayat berikut ini:

وَ أَكِيدُ كَيْدًا (١٦)

Artinya:

*“Dan Akupun membuat rencana (pula) dengan sebenar-benarnya”* [Q.S. Ath-Thariq: 16].

Tak lupa pula, Islam juga menganjurkan untuk dapat selalu mengevaluasi diri. Karena Allah tidak akan merubah suatu kaum melainkan

dirinya sendiri yang berusaha merubah dirinya menjadi lebih baik lagi kedepannya, seperti dijelaskan pada ayat berikut ini:

لَهُ مُعَقَّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ (١١)

Artinya:

*“Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia”* [Q.S. Ar-Rad: 11].

## 2.2 Teori Yang Berhubungan Dengan Perencanaan Strategis Sistem Informasi

### 2.2.1 Perencanaan

Menurut Robbins dan Coutler perencanaan adalah suatu proses yang melibatkan penentuan sasaran dan tujuan organisasi, menyusun strategi menyeluruh untuk mencapai sasaran yang ditetapkan dan mengembangkan hierarki rencana secara menyeluruh untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan kegiatan.

Perencanaan adalah keseluruhan proses pemikiran dan penentuan secara matang menyangkut hal-hal yang akan dikerjakan di masa datang dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya (P.Siagian, 2002).

Secara sederhana, dapat dikatakan bahwa perencanaan adalah proses mendasar penetapan sasaran yang ingin dicapai, dan berfokus pada masa depan (Sinambela, 2006).

### **2.2.2 Strategis**

Strategis adalah sekumpulan tindakan yang dirancang untuk menyesuaikan antara kompetensi perusahaan dan tuntutan eksternal pada satu industri. Keharusan menyusun strategi adalah untuk mencapai tujuan perusahaan, baik pada jangka menengah maupun jangka panjang (Arif Yusuf Hamali, 2016:17).

### **2.2.3 Perencanaan Strategis**

Frederick H. Wu (1984) mendefinisikan perencanaan strategis sebagai proses evaluasi lingkungan luar organisasi, penerapan tujuan organisasi, dan penentuan strategi-strategi.

Perencanaan strategis adalah proses pengkajian diri, penetapan tujuan, pengembangan strategi, dan monitor kinerja (Arif Yusuf Hamali, 2016:18).

Menurut Bryson, perencanaan strategis adalah sebuah disiplin yang berupaya menghasilkan keputusan-keputusan dan tindakan-tindakan mendasar, yang membentuk dan membimbing organisasi untuk memahami dirinya sendiri (*what an organization is*), apa yang dikerjakan (*what it does*), dan kenapa organisasi mengerjakannya (*why it does it*).

a. Membangun inisiatif dan kesepakatan terhadap dilakukannya proses perencanaan strategis. Pada tahap ini dilakukan negosiasi dan

- kesepakatan antara pengambil keputusan kunci dan pemuka-pemuka pendapat, khususnya yang berada dalam organisasi.
- b. Mengidentifikasi *mandate* organisasi, termasuk *mandate* dari tim perumus rencana strategis.
  - c. Mengidentifikasi misi dan nilai organisasi. Misi lebih dari sekedar pembenaran (*justify*) keberadaan organisasi; misi memberikan batas karena ketika organisasi bekerja. Nilai organisasi ditentukan oleh kepuasan para pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).
  - d. Melakukan penilaian lingkungan internal dan eksternal organisasi dengan menggunakan metode SWOT untuk menemukan *key success factors* yang harus dipenuhi agar memenuhi kriteria keberhasilan yang dilekatkan pada organisasi.
  - e. Mengidentifikasi isu-isu strategis, yaitu isu yang jika tidak ditangani akan mempengaruhi *mandate*, nilai dan misi organisasi. Pernyataan isu strategis mempunyai tiga syarat, yaitu dirumuskan secara singkat, yaitu dalam satu paragraph, mencantumkan faktor-faktor yang menyebabkan menjadi isu, dan mengemukakan konsekuensi jika isu tersebut tidak/gagal dipahami.

Perencanaan strategis adalah proses sistematis yang disepakati yang disepakati organisasi dan membangun keterlibatan diantara *stakeholder* utama tentang prioritas yang hakiki bagi misinya dan tanggap terhadap lingkungan operasi. Perencanaan strategis khususnya digunakan untuk mempertajam fokus organisasi, agar semua sumber

organisasi digunakan secara optimal untuk melayani misi organisasi itu. Beberapa konsep utama dalam definisi ini menegaskan makna dan keberhasilan perencanaan strategis (Basri, 2013).

#### **2.2.4 Sistem Informasi**

Menurut Andi (2012:46) Sistem informasi adalah suatu sistem didalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian yang mendukung fungsi operasi organisasi yang bersifat manajerial dengan kegiatan strategis dari suatu organisasi untuk dapat menyediakan kepada pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang yang diperlukan.

Menurut Sutarman (2012:13) sistem informasi adalah memproses, menyimpan, menganalisis, menyebarkan informasi untuk tujuan tertentu seperti sistem lainnya, sebuah sistem informasi terdiri atas *input* (data, intruksi) dan *output* (laporan, kalkulasi). Sistem informasi memproses *input* dan menghasilkan *output* yang dikirim kepada pengguna atau sistem yang lainnya.

Menurut I Putu Agus Eka Pratama sistem informasi adalah gabungan dari empat bagian utama, keempat bagian utama tersebut mencakup perangkat lunak (*software*), perangkat keras (*hardware*), infrastuktur, dan sumber daya manusia (SDM) yang tertatih.

Jadi penulis menyimpulkan bahwa sistem informasi adalah sistem di dalam organisasi yang mempertemukan pengolahan transaksi harian yang menghasilkan laporan- laporan untuk pihak tertentu.

### **2.2.5 Perencanaan Sistem Informasi**

Perencanaan sistem informasi merupakan bagian penting dalam suatu organisasi untuk menentukan kebutuhan sistem informasi dalam kurun waktu 3 hingga 5 tahun mendatang dan menuangkan ke dalam rencana pengembangan sistem informasi. Hasil perencanaan sistem informasi berupa dokumen yang berisi rencana strategi sistem informasi dan teknologi informasi (Kadir, 2014).

Perencanaan strategi sistem informasi merupakan sekumpulan tujuan jangka panjang yang menggambarkan kebutuhan sistem dan arsitektur teknologi informasi untuk mencapai tujuan perusahaan (Turban, 2003: 462).

### **2.2.6 Perencanaan Strategis Sistem Informasi**

Menurut (Darudiato *et al.*, 2010) Perencanaan strategis sistem informasi merupakan bagian dari metodologi rekayasa informasi yang digunakan untuk mengidentifikasi strategi pencapaian visi dan misi sistem informasi. Dengan tujuan utama perencanaan strategis sistem informasi sebagai berikut (Ward & Peppard, 2002).

Perencanaan strategis SI/TI merupakan proses identifikasi portofolio aplikasi SI berbasis komputer yang akan mendukung organisasi dalam pelaksanaan rencana bisnis dan merealisasikan tujuan bisnisnya. Perencanaan strategis SI/TI mempelajari pengaruh SI/TI terhadap kinerja bisnis dan kontribusi bagi organisasi dalam memilih langkah-langkah strategis. Dalam perencanaan strategi SI/TI terdapat beberapa karakteristik yang merupakan misi utama, yakni, keunggulan

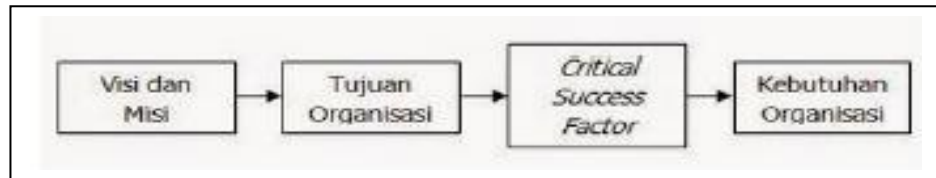
strategis (kompetitif) dan kaitannya dengan strategi bisnis; adanya sasaran kunci mengejar kesempatan bagi strategi SI dan strategi bisnis; adanya arahan dari eksekutif (manajemen senior) dan pengguna; serta pendekatan utama berupa inovasi pengguna dan kombinasi pengembangan analisis *bottom up* dan analisis *top down* (Pant dan HSU, 1995).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perencanaan strategis SI/TI sangat diperlukan dalam upaya pengolahan dan pemanfaatan SI/TI untuk kepentingan organisasi dalam mencapai tujuan bisnis dan keunggulan kompetitif. Integritas dan keselarasan dalam proses bisnis organisasi sangat diperlukan, dengan begitu organisasi akan memiliki *capability, availability, reliability*, serta *adaptive* sehingga dapat menyelesaikan setiap transaksi dan melakukan perubahan dengan cepat dan akurat (Tarigan, 2007).

## **2.3 Teknik Analisis Perencanaan Strategis**

### **2.3.1 Analisis *Critical Success Factor's (CSF)***

Analisis *Critical Success Factor* merupakan ketentuan dari organisasi dan lingkungan yang berpengaruh kepada keberhasilan atau kegagalan. Tujuan CSF adalah untuk menginterpretasikan secara jelas untuk menentukan aktivitas mana yang harus dilakukan dan informasi apa saja yang dibutuhkan.

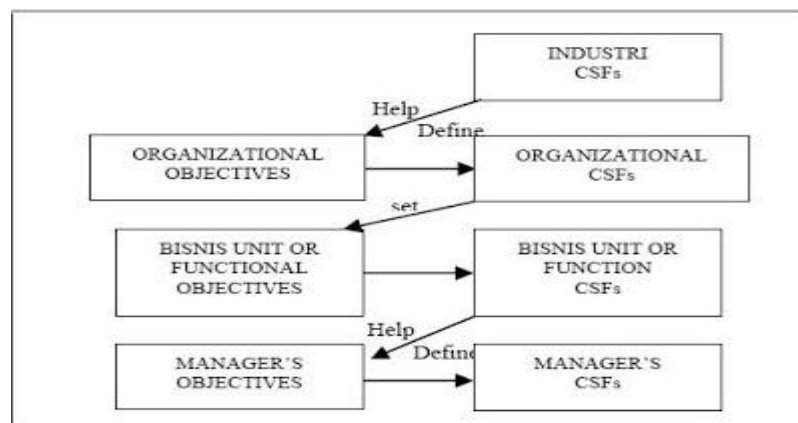


**Gambar2.1 Langkah-Langkah Elaborasi Tujuan Organisasi**

Sumber:Khanna Tiara *et al*, (2015)

*Critical Success Factor's (CSF's)* merupakan sebuah metode analisis dengan mempertimbangkan beberapa hal yang kritis di dalam lingkungan perusahaan/orgaanisasi untuk mendefinisikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan dan kesuksesan perusahaan atau organisasi dan dapat ditentukan jika objektif organisasi telah diidentifikasi.

Menurut Rockart definisi CSF sebagai jumlah terbatas area dimana hasil, jika mereka memuaskan akan memastikan kinerja kompetitif yang sukses untuk organisasi. Mereka adalah beberapa bidang utama dimana hal-hal harus berjalan dengan benar agar bisnis dapat berkembang. Akibatnya, CSF adalah bidang aktivitas yang harus mendapat perhatian konstan dan perhatian dari manajemen. Status kinerja saat ini di setiap area harus terus diukur, dan informasi tersebut harus tersedia secara luas.



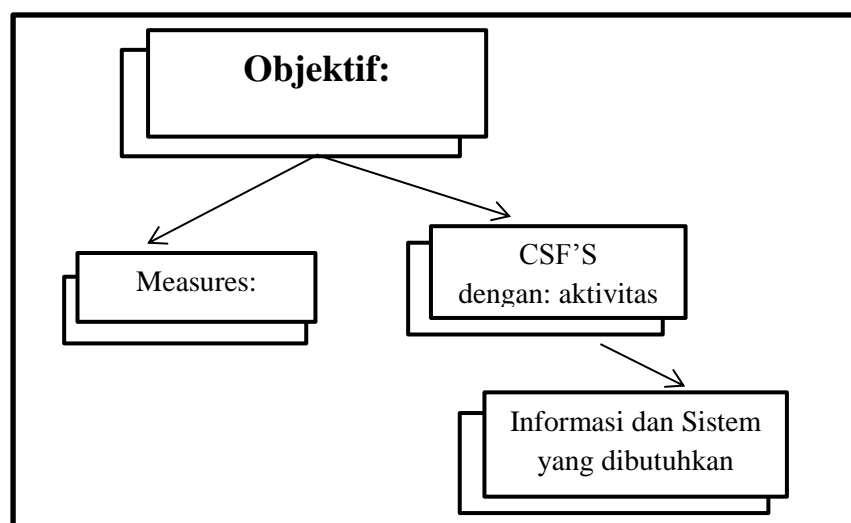
**Gambar 2.2 Objectives and CSFs**

Sumber : Ward and Peppard (2002)



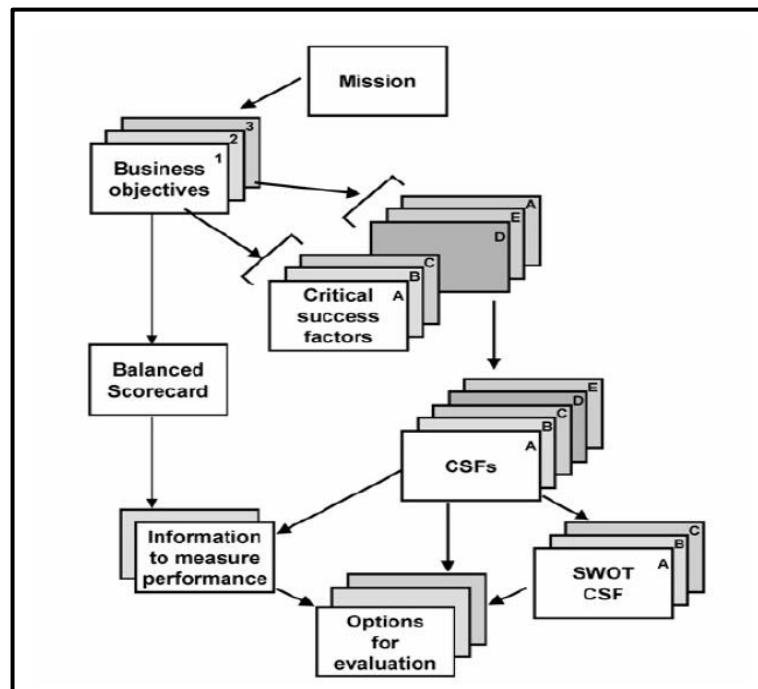
Menurut pendapat Rockart dan Bullen yang dikutip M. Hadi Prayitno dalam jurnal *Analisa Kebutuhan Sistem Informasi Dengan Menggunakan Analisis Value Change Dan Critical Success Factor* pada PT. LHE (2016) menyatakan bahwa CSF merupakan sejumlah variabel yang mempengaruhi aktivitas manager yang sekarang atau yang akan datang, dalam mencapai target pekerjaannya.

CSF dalam konteks perencanaan strategis sistem informasi digunakan untuk menafsirkan dengan jelas tujuan, taktik, dan kegiatan operasional dalam hal kebutuhan informasi kunci dan manajer dan kekuatan dan kelemahan dari sistem organisasi yang sudah ada Tujuan dari CSF adalah menginterpretasikan objektif secara lebih jelas untuk menentukan aktivitas yang harus dilakukan dan informasi apa yang dibutuhkan. CSF adalah kumpulan analisa dari banyak proses-proses penentu keberhasilan. CSF diperlukan untuk mencapai misi sebuah organisasi/perusahaan.



**Gambar 2.3 Teknik Analisis *Critical Success Factor's***  
**Sumber : Ward and Peppard (2002)**

Penentuan CSF's dapat dimulai ketika tujuan telah diidentifikasi. Tahap pertama adalah mengidentifikasi CSF terhadap masing-masing tujuan kemudian yang kedua mengkonsolidasikannya di seluruh tujuan, karena banyak CSF akan terulang kembali. Ranking tujuan dan jumlah berbagi CSF yang sama akan memberikan prioritas relatif terhadap pencapaian CSF. Hanya seharusnya pentingnya informasi atau sistem dalam mencapai CSF tersebut dipertimbangkan.



**Gambar 2.4 Critical Success Factor's (CSF)**  
**Sumber : Ward and Peppard (2002)**

Beberapa tipe yang dimiliki *Critical Success Factor's*, yaitu sebagai berikut:

- a. Industri: Faktor dari karakteristik industri dan merupakan apa yang harus dilakukan supaya tetap kompetitif.
- b. Lingkungan: Faktor lingkungan yang mempengaruhi perusahaan seperti iklim bisnis, ekonomi, competitor, teknologi dan lain-lain.

- c. Strategi: Faktor strategi kompetitif yang dipilih perusahaan.
- d. Temporal: Faktor internal perusahaan, seperti timbulnya kesempatan, adanya hambatan dan lain-lain.

Adapun tahapan dalam *Critical Success Factor's* yaitu sebagai berikut:

- a. Identifikasi misi dan tujuan strategis organisasi/perusahaan.
- b. Setiap tujuan strategis harus dapat menjawab pertanyaan “wilayah bisnis apa yang penting bagi organisasi untuk mencapai tujuan ?”
- c. Evaluasi setiap kandidat (CSF).
- d. Identifikasi bagaimana CSF diawasi dan diukur.
- e. Komunikasikan CSF kepada setiap elemen penting perusahaan.
- f. Lakukan pengawasan dan evaluasi ulang CSF.

Karakteristik *Critical Success Factor's*, yaitu sebagai berikut:

- a. Internal : *Action* yang akan diambil di dalam organisasi. Contoh: meningkatkan kualitas produk.
- b. Eksternal : Berhubungan dengan faktor di luar perusahaan.
- c. Monitoring : Melibatkan penelitian dengan situasi saat ini. Contoh: *monitoring quantity of defect report*.
- d. Building : Berhubungan dengan perubahan dan perencanaan masa depan.

Manfaat dari analisis *Critical Success Factor's* adalah sebagai berikut (Ward dan Peppard, 2002):

- a. Analisis CSF merupakan teknik yang paling efektif dalam melibatkan manajemen senior dalam mengembangkan strategi sistem informasi. Karena CSF secara keseluruhan telah berakar pada bisnis dan memberikan komitmen bagi manajemen puncak dalam menggunakan sistem informasi, yang diselaraskan dengan pencapaian tujuan perusahaan melalui area bisnis yang kritis.
- b. Analisis CSF menghubungkan proyek sistem informasi yang akan diimplementasikan dengan tujuannya, dengan demikian sistem informasi nantinya akan dapat direalisasikan agar sejalan dengan strategi bisnis perusahaan.
- c. Dalam wawancara dengan manajemen senior, analisis CSF dapat menjadi perantara yang baik dalam mengetahui informasi apa yang diperlukan oleh setiap individu.
- d. Dengan menyediakan suatu hubungan antara kebutuhan dengan informasi, analisis CSF memegang peranan penting dalam memprioritaskan investasi modal yang potensial.

Analisis CSF sangat berguna dalam perencanaan sistem informasi pada saat strategi organisasi tidak berjalan sesuai dengan tujuan organisasi, dengan memfokuskan pada masalah-masalah tertentu yang paling kritis.

### 2.3.2 Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*)

SWOT adalah singkatan dari Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunities (kesempatan), dan Threats (ancaman). Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk mengidentifikasi isu-isu internal dan eksternal yang mempengaruhi kemampuan dalam memasarkan. Analisis SWOT adalah sebuah bentuk analisa situasi dan kondisi bersifat deskriptif (memberi gambaran). Analisis SWOT dilakukan dengan maksud untuk mengenali tingkat kesiapan setiap fungsi dari keseluruhan fungsi yang diperlukan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Berhubung tingkat kesiapan fungsi ditentukan oleh tingkat kesiapan masing-masing faktor yang terlibat pada setiap fungsi, maka analisis SWOT dilakukan terhadap keseluruhan faktor dalam setiap fungsi, maka analisis SWOT dilakukan terhadap keseluruhan faktor dalam setiap fungsi, baik faktor internal maupun eksternal (Pengembangan SI/TI UIN Raden Fatah, 2017).

Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi dampak dari masing-masing kesempatan strategis yang memungkinkan dapat dimiliki oleh perusahaan dan penggunaan teknologi informasinya (Kurnia dan Puspitasari, 2014).

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi *Strengths, Weakness, Opportunities*, dan *Threats* terlibat dalam suatu proyek atau dalam bisnis usaha. Hal ini melibatkan penentuan tujuan usaha bisnis atau proyek dan

mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang baik dan menguntungkan untuk mencapai tujuan itu. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kekurangan dan ancaman. (Freddy Rangkuti, 2005).

Analisa SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*) yang mungkin terjadi dalam mencapai suatu tujuan dari kegiatan proyek/kegiatan usaha atau perusahaan/lembaga dalam skala yang lebih luas. Untuk keperluan tersebut diperlukan kajian dari aspek lingkungan baik yang berasal dari lingkungan internal maupun eksternal yang mempengaruhi pola strategi perusahaan/lembaga dalam mencapai tujuan (Hindasah, 2016).

Dari beberapa teori mengenai analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT merupakan suatu bentuk analisis yang digunakan oleh manajemen perusahaan atau organisasi yang sistematis dan dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan perusahaan atau organisasi tersebut. Analisis SWOT juga dapat diartikan sebagai sebuah bentuk analisa situasi dan kondisi sebagai faktor yang dijadikan masukan dan bersifat deskriptif tentang sebuah perusahaan atau organisasi.

### 2.3.2.1 Skala Penilaian

Untuk menentukan tingkat dari setiap nilai kematangan proses dilakukan pemetaan kondisi yang memiliki level pengelompokkan kapabilitas institusi dalam pengelolaan proses bisnis dan sistem informasi kedalam nilai dengan skala 1 sampai 5 (Rangkuti, 2014: 23). Hasil kuesioner diterjemahkan terlebih dahulu dengan nilai-nilai level yang menggambarkan penentuan ukuran tingkat kematangan pada kuesioner yang telah dibuat seperti terlihat pada tabel 2.1.

**Tabel 2.1 Skala Penilaian**

<b>Nilai</b>	<b>Keterangan</b>
1	Sangat Kurang
2	Kurang
3	Cukup
4	Baik
5	Sangat Baik

## 2.4 Hubungan Analisis SWOT dengan CSF

*Critical Success Factor's* harus diidentifikasi dulu, agar dapat menentukan faktor apa saja yang mendukung perusahaan untuk mencapai keberhasilan dalam jangka panjang. Identifikasi *Critical Success Factor's* dapat dilakukan secara sederhana yaitu dengan menggunakan analisis SWOT, karena analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan yang nantinya akan memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti, 2006).

Hasil identifikasi *Critical Success Factor's* dengan menggunakan analisis SWOT dapat lebih efektif karena mampu mengetahui strategi yang harus digunakan untuk mencapai keunggulan bersaing.

## 2.5 Teori Matriks yang digunakan dalam Perumusan Strategi

Menurut David (2006: 282-284), teknik perumusan-strategi yang penting dapat diintegrasikan ke dalam kerangka kerja pengambilan keputusan tiga tahap yang terdiri dari tahap input, tahap pencocokan dan tahap keputusan. Tahap pertama, yaitu tahap input meringkas informasi dasar yang dibutuhkan untuk merumuskan strategi. Tahap kedua, yaitu tahap pencocokkan berfokus pada menciptakan alternatif strategi yang layak dengan mencocokkan faktor eksternal dan internal kunci. Tahap ketiga, yaitu tahap keputusan untuk mengevaluasi secara objektif alternatif-alternatif strategi yang layak dan dengan demikian, memberikan dasar tujuan untuk memilih strategi yang spesifik. Alat yang disajikan dalam kerangka kerja ini, dapat digunakan untuk semua ukuran dan tipe organisasi. Berikut ini adalah model kerangka kerja perumusan strategi tersebut.

**Tabel 2.1 Kerangka Kerja Perumusan Strategi**

<b>TAHAP 1 : TAHAP INPUT (<i>INPUT STAGE</i>)</b>		
Matriks Evaluasi Faktor Eksternal ( <i>External Factor Evaluation-EFE</i> )		
Matriks Profil Persaingan ( <i>Competitive Profile Matrix-CPM</i> )		
Matriks Evaluasi Faktor Internal ( <i>Internal Factor Evaluation-IFE</i> )		
<b>TAHAP 2 : TAHAP PENCOCOKAN(<i>MATCHING STAGE</i>)</b>		
Matriks Ancaman-Peluang-Kelemahan-Kekuatan	<i>(Threats-Opportunities-Weakness-Strength-TOWS)</i>	
Matriks Evaluasi Tindakan dan Posisi Strategi ( <i>Strategic Position and Action Evaluation-SPACE</i> )		
Matriks <i>Boston Consulting Group (BCG)</i>		
Matriks Internal-Eksternal ( <i>IE</i> )		



---

Matriks Strategi Besa (*Grand Strategy*)

---

**TAHAP 3 : TAHAP KEPUTUSAN (DESICION STAGE)**

---

(*Quantitative Strategic Planning Matrix-QSPM*)

---

Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif

---

Sumber: David (2009:283)

### 2.5.1 Tahap Masukan

#### a. Matriks IFE

Menurut David (2015), semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan/kelemahan internal, digabungkan dengan peluang/ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan. Matriks IFE akan menekankan pada identifikasi dan evaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan pada area fungsional bisnis, termasuk manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan hubungan antar area bisnis ini.

#### b. Matriks EFE

Menurut David (2015), penilaian terhadap kekuatan eksternal menekankan pada identifikasi dan evaluasi tren dan kejadian yang berada diluar kendali perusahaan, seperti meningkatnya persaingan luar negeri, pergeseran populasi ke daerah lain, semakin

meningkatnya persentasi usia non-produktif (usia tua), dan fluktuasi pasar saham. Penilaian eksternal, mengungkapkan peluang dan ancaman utama yang dihadapi perusahaan sehingga manajer dapat memformulasi strategi untuk mengambil keuntungan dari peluang atau mengurangi dampak dari ancaman. Tujuan dari penilaian eksternal adalah untuk mengembangkan daftar yang terbatas tentang peluang yang dapat memberi manfaat dan ancaman yang harus dihindari. Seperti dijelaskan oleh istilah terbatas, penilaian eksternal tidak ditujukan untuk mengembangkan daftar yang panjang tentang faktor yang mungkin mempengaruhi sebuah bisnis. Sebaliknya, ia ditujukan untuk mengidentifikasi variabel kunci yang menawarkan respons yang dapat dijalankan.

## **2.5.2 Tahap Pencocokan**

### **a. Matriks IE**

Menurut David (2004, p302) Matriks IE menempatkan berbagai divisi dari suatu organisasi dalam sembilan sel. Matriks IE serupa dengan atriaks BCG dalam arti keduanya menempatkan berbagai divisi dari organisasi di dalam diagram skematis. Di samping itu, ukuran dari setiap lingkaran menggambarkan persentase kontribusi penjualan dari setiap divisi, dan potongan kue mengungkapkan persentase kontribusi laba dari setiap divisi.

Matriks ini bermanfaat untuk memposisikan perusahaan ke dalam matriks yang terdiri dari 9 sel. Matriks IE terdiri dari dua

dimensi, yaitu total skor matriks IFE pada sumbu X dan Matriks EFE pada sumbu Y. Matriks ini dikelompokkan menjadi tiga strategi utama yaitu:

- (1) *Grow and Build* (Tumbuh dan Bina) berada dalam sel I, II atau IV. Strategi yang cocok adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal).
- (2) *Hold and Maintain* (Pertahankan dan Pelihara) mencakup sel III, V, atau sel VII. Strategi umum yang dipakai adalah penetrasi pasar, pengembangan produk dan pengembangan pasar.
- (3) *Harvest and Devest* (Panen atau Divestasi) mencakup sel VI, VIII, atau IX. Strategi yang dipakai adalah divestasi strategi diversifikasi konglomerat, dan strategi likuidasi (Ginting, 2006).

#### **b. Matriks SWOT**

Alat yang dipakai dalam menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal (EFAS) yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan (IFAS) yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternative strategis (Rangkuti, 2006, p31).

Matriks SWOT ini merupakan alat formulasi pengambilan keputusan untuk menentukan strategi yang ditempuh berdasarkan

logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman perusahaan (Ginting, 2006).

Cara membuat matrik SWOT adalah dengan menggunakan faktor-faktor strategis eksternal maupun internal, yaitu dengan mentransfer peluang dan ancaman dari tabel EFAS serta mentransfer kekuatan dan kelemahan dari table IFAS kedalam sel yang sesuai dalam matrik SWOT. Kemudian dengan membandingkan faktor-faktor strategis tersebut lalu dibuatkan 4 set kemungkinan alternatif strategi (SO, ST, WO, WT) (Rangkuti, 2006, p34-p35):

1. Strategi SO: strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST: strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO: strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT: strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Matriks strategi-strategi diatas digambarkan pada tabel seperti berikut :

Tabel 2.2 Matriks SWOT

<b>IFAS</b> <b>EFAS</b>	<b><i>Strength (S)</i></b>	<b><i>Weakness (W)</i></b>
	Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
<b><i>Opportunity (O)</i></b>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
<b><i>Threats (T)</i></b>	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>
Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Sumber: Rangkuti (2006)

### 2.5.3 Analisis Portofolio McFarlan Strategic Grid

Analisis aplikasi portofolio digunakan untuk memetakan aplikasi yang ada saat ini dan juga kebutuhan aplikasi di masa yang akan datang dalam mendukung bisnis organisasi/perusahaan. Pemetaan aplikasi ini adalah dengan menggunakan empat kuadran (*strategic, high potential, key operation, and support*) sesuai kategori penilaian suatu aplikasi terhadap dampaknya terhadap bisnis. Dari hasil pemetaan tersebut didapatkan gambaran kontribusi SI terhadap bisnis. Hasil tersebut dapat menjadi masukan bagi kegiatan pembuatan strategi SI dan kemungkinan pengembangannya ke depan (Hardjanto, 2015:93).

Tabel 2.3 Portofolio Aplikasi

<b><i>STRATEGIC</i></b>	<b><i>HIGH POTENTIAL</i></b>
- Aplikasi yang sangat penting untuk mempertahankan strategi bisnis masa depan	- Aplikasi yang mungkin penting dalam mencapai kesuksesan di masa depan

<i>KEY OPERATIONAL</i>	<i>SUPPORT</i>
-Aplikasi yang saat ini bergantung pada organisasi untuk sukses	- Aplikasi yang berharga tetapi tidak penting untuk kesuksesan

**Sumber: John Ward and Joe Peppard (2000)**

Keterangan dari Tabel 2.3 di atas adalah sebagai berikut:

1. *Strategic*

Aplikasi yang penting terhadap keberhasilan perusahaan di masa mendatang. Aplikasi strategis ini, mendukung perusahaan/organisasi dalam menjalankan bisnisnya dengan tujuan memberikan keunggulan bersaing.

2. *High Potential*

Aplikasi yang mungkin dapat menciptakan peluang untuk mendapatkan keuntungan organisasi/perusahaan di masa mendatang tetapi masih belum terbukti.

3. *Key Operational*

Aplikasi yang berhubungan dengan kelangsungan bisnis organisasi/perusahaan. Apabila terhenti, maka perusahaan tidak bisa beroperasi dengan normal dan akan mengakibatkan menurunnya keunggulan organisasi/perusahaan.

4. *Support*

Aplikasi yang mendukung perusahaan/organisasi dalam meningkatkan efisiensi bisnis dan efektifitas manajemen, namun tidak mendukung bisnis atau memberikan keunggulan bersaing.

Menurut Ward dan Peppard (2002, p42), portofolio aplikasi menampilkan sebuah analisis dari keseluruhan aplikasi perusahaan/organisasi , baik yang ada saat ini, potensial, ataupun yang masih direncanakan atau mendatang.

## **2.6 Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Observasi**

Menurut Jogiyanto (2008:89). Observasi merupakan teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung obyek datanya Jadi disini peneliti langsung datang ke lokasi penelitian untuk pengamatan langsung ke objek data yang dibutuhkan.

### **2. Studi Literatur**

Pengumpulan informasi yang dibutuhkan dengan cara mempelajari jurnal penelitian serta buku yang relevan dengan perencanaan strategi sistem informasi.

### **3. Wawancara**

Wawancara adalah teknik pengumpulan data untuk mencari dan mengumpulkan data dengan cara bertanya langsung kepada pihak yang bersangkutan yaitu dengan pimpinan, kepala bagian, pegawai, staf maupun mahasiswa yang ada di STITQI Al-Ittifaqiah dan pihak yang terlibat dengan objek penelitian. Wawancara dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon (Sugiyono, 2014).

Menurut Jogianto (2008:111) wawancara adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden. Wawancara (*interview*)

dapat berupa wawancara personal (*personal interview*), wawancara intersep (*intercept interview*) dan wawancara telepon (*telephone interview*).

#### **4. Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017).

Pengumpulan data sering tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan yang sudah disusun secara cermat terlebih dahulu, ini yang disebut teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Kuesioner dapat diberikan kepada responden melalui beberapa cara: (1) disampaikan langsung oleh peneliti kepada responden; (2) dikirim bersama-sama dengan barang lain, seperti paket, majalah, dan sebagainya; (3) ditempatkan di tempat-tempat yang ramai dikunjungi orang; maupun (4) dikirim melalui pos, faksimili, atau menggunakan teknologi komputer (e-mail) (Sanusi, 2011).

Dari beberapa uraian diatas maka kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

### **2.7 Penelitian Terdahulu**

Irfan Nur Arifani, dan Abdi Darmawan dalam jurnal mereka yang berjudul Perencanaan Strategis Sistem Informasi dan Teknologi Informasi



SI/TI Pendidik Dan Tenaga Kependidikan (Studi Kasus: Pada Didikbudpora Metro). Metode analisis yang digunakan yakni, *SWOT*, *CSF's*, *Value Chain*, *PEST*, dan *Mc Farlan Strategic Grid*. Hasil penelitian ini adalah *blue print* perencanaan strategis yang mengacu pada rencana bisnis organisasi berdasarkan data yang diperoleh melalui metode analisis yang digunakan.

Dalam penelitian Indra Silanegara, dkk dalam jurnal mereka yang berjudul Perencanaan Strategis Teknologi Informasi (Studi Kasus: Politeknik Negeri Jakarta) Metode analisis yang digunakan yakni *CSF's*, *Poter's Five Forces Model*, *Strategic Alignment*, dan *Mc Farlan Strategic Grid*. Tujuan dari riset ini adalah menemukan kebutuhan Sistem Informasi dan Teknologi Informasi (SI/TI) pada Politeknik Negeri Jakarta (PNJ). Hasil yang dicapai adalah rekomendasi portofolio aplikasi SI/TI yang seharusnya dimiliki PNJ.

Hal yang sama juga terdapat pada penelitian Pipin Widyaningsih dalam jurnal mereka yang berjudul Perencanaan Strategis Sistem Informasi Pada Institusi Pendidikan Tinggi Menggunakan Analisis *Critical Success Factors* (Studi Kasus: STMIK Duta Bangsa Surakarta. Metode analisis yang digunakan ialah *CSF's*, *Value Chain*, dan *Five Forces Model*. Hasil penelitian ini adalah *blue print* perencanaan strategis yang mengacu pada rencana bisnis organisasi berdasarkan data yang diperoleh melalui metode analisis yang digunakan serta melibatkan seluruh komponen organisasi.

Berikutnya Zukkri Yandi Z, dkk dalam jurnal mereka yang berjudul Perencanaan Strategis Sistem Informasi Pada PT. Optima Trading. Metode analisis yang digunakan yakni rantai nilai, *SWOT*, *CSF's*, *Poter's Five*

*Forces*, *PEST*, dan *Portofolio Mc Farlan*. Perencanaan strategis sistem informasi disusun dan diintegrasikan dengan proses bisnis dan rencana strategis organisasi sehingga dapat mendukung organisasi untuk mencapai keunggulan kompetitif. Hasil penelitian ini berupa manajemen strategi bisnis dan strategi SI/TI.

Nur Hayati dalam jurnal mereka yang berjudul Analisis Bisnis Internal dengan Metode *Critical Success Factors* (CSF) dan *Value Chain* (Studi Kasus PT. Farmasi X). Metode analisis yang digunakan ialah *CSF's*, *Value Chain*. Tujuan dan hasil penelitian ini yakni untuk meningkatkan performansi perusahaan dan menyelaraskan serta mendukung visi dan misi perusahaan.

Sedangkan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah perencanaan strategis sistem informasi pada Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Al-Quran Al-Ittifaqiah Indralaya dengan menggunakan metode Analisis *Critical Success Factor's* (CSF), dan didukung menggunakan analisis *SWOT* untuk merumuskan hasil identifikasi *CSF* secara sistematis. Hasil yang diharapkan dari penelitian ini berupa *blue print* rekomendasi rencana strategis sistem informasi pada institusi pendidikan tinggi untuk meningkatkan kualitas dan mencapai keunggulan bersaing.