

**PERENCANAAN STRATEGI BISNIS DAN STRATEGI  
SISTEM INFORMASI MENGGUNAKAN ANALISIS *CRITICAL  
SUCCESS FACTOR'S* (STUDI KASUS: PT. RAMBANG)**

**SKRIPSI**

Oleh

**DWI GUSTI NOVIANA  
NIM. 14540040**



**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH  
PALEMBANG  
2018**

**PERENCANAAN STRATEGI BISNIS DAN STRATEGI  
SISTEM INFORMASI MENGGUNAKAN ANALISIS *CRITICAL  
SUCCESS FACTOR'S* (STUDI KASUS: PT. RAMBANG)**

**SKRIPSI**

Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Komputer Pada Bidang Sistem Informasi

Oleh

**DWI GUSTI NOVIANA  
NIM. 14540040**



**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH  
PALEMBANG  
2018**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PERENCANAAN STRATEGI BISNIS DAN STRATEGI  
SISTEM INFORMASI MENGGUNAKAN ANALISIS *CRITICAL  
SUCCESS FACTOR'S* (STUDI KASUS: PT. RAMBANG)**

Oleh :  
**DWI GUSTI NOVIANA**  
14540040

Telah dipertahankan di depan sidang penguji skripsi  
pada tanggal 15 September 2018  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar  
sarjana komputer dalam bidang Sistem Informasi.

Dosen Pembimbing I



**Ruliansyah, S.T., M. Kom**  
NIP. 197511222006041003

Dosen Pembimbing II



**Freddy Kurnia Wijaya, S.Kom., M. Eng**  
NIDN. 0203118601

Mengetahui,  
Kepala Program Studi Sistem Informasi  
Fakultas Sains dan Teknologi  
UIN Raden Fatah Palembang



**Ruliansyah, S.T., M. Kom**  
NIP. 197511222006041003

**PERSETUJUAN  
TIM PENGUJI SKRIPSI**

**Judul Skripsi** : Perencanaan Strategi Bisnis dan Strategi Sistem Informasi  
Menggunakan Analisis *Critical Success Factor's* (Studi  
Kasus: PT. Rambang)  
**Nama** : Dwi Gusti Noviana  
**NIM** : 14540040  
**Program** : Sarjana (S1) Fakultas Sains dan Teknologi

Telah disetujui oleh tim penguji sidang skripsi.

1. Ketua : Ruliansyah, S.T., M.Kom  
NIP. 197511222006041003
2. Sekretaris : Freddy Kurnia Wijaya, S.Kom., M.Eng  
NIDN. 0203118601
3. Penguji I : Evi Fadilah, M. Kom  
NIDN. 0215108502
4. Penguji II : Irfan Dwi Jaya, M. Kom  
NIDN. 0208018701



Diuji di Palembang pada tanggal 15 September 2018  
Waktu : 13.00-14.00 WIB  
Hasil/IPK : B/3,50  
Predikat : Sangat Memuaskan

Dekan Fakultas Sains dan Teknologi  
UIN Raden Fatah



Dr. Diah Erlina, S.Pd., M.Hum  
NIP. 197301021999032001

**Motto :**

**“Optimism is the faith that leads to achievement. Nothing can be done without hope and confidence”**

**Persembahan:**

*Sujud syukur ku persembahkan pada Allah SWT yang maha kuasa pemilik alam semesta ini. Berkat rahmat dan karunia-Nya saya bisa menyusun skripsi ini dengan akal pikiran yang sehat. Tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan untuk suri tauladan umat islam, Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini akan kupersembahkan kepada orang-orang yang tersayang, orang-orang yang membantu saya dan orang-orang yang tulus mendoakan saya untuk menyelesaikan skripsi ini:*

Terima kasih untuk orang tuaku yang tidak henti-hentinya mendoakan ku dan memberikan semangat untuk menyelesaikan kuliah ini dan kakakku yang selalu ada untuk membantu ku selama kuliah ini. Terima kasih keluargaku.

Terima kasih untuk pembimbingku Pak Freddy Kurnia Wijaya, S. Kom., M. Eng dan Pak Ruliansyah, S. T., M. Kom atas bimbingannya dalam menyusun skripsi ini. Terima kasih Pak.

Terima kasih kepada PT. Rambang yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian dan kepada kabag setiap unit yang mau meluangkan waktunya untuk memberikan informasi dan wawancara dengan saya. Tidak lupa terima kasih telah memberikan data yang saya butuhkan untuk menyusun skripsi ini. Terima kasih atas kerjasamanya..

Terima kasih kepada Masagus Muhammad Ijlaluddin yang selalu memberikan semangat untuk bisa menyelesaikan skripsi ini dengan cepat. Terima kasih.

Tidak lupa ucapan terima kasih ku kepada teman-teman ku, ninggar, deta, vily, riza, dina, helen atas nasehat-nasehat yang diberikan kepada ku dalam proses penyusunan skripsi ini

Dan skripsi ini kupersembahkan untuk teman-teman kelas SI-B Angkatan 2014, terima kasih sudah menjadi teman yang baik dan peduli selama 4 tahun ini, senang bisa mengenal kalian dan bisa berjuang sama-sama. Semoga kita menjadi manusia yang berguna dan sukses.  
Terima kasih teman..

**~ TERIMA KASIH SEMUANYA~**

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Gusti Noviana  
Tempat dan tanggal lahir : 21 November 1996  
Program Studi : Sistem Informasi  
NIM : 14540040

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan disajikan dalam Skripsi ini, kecuali yang disebutkan sumbernya ditulis dalam daftar pustaka adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan, serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli, bukan jiplakan dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di UIN Raden Fatah maupun perguruan tinggi lainnya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan dapat dipertanggungjawabkan.

Palembang, 2018  
Yang membuat pernyataan,

  
METERAI  
TEMPEL  
48A29AFF31440050  
6000  
RUANG BEKULPIAN  
Dwi Gusti Noviana  
NIM. 14540040

**PLANNING OF BUSSINESS STRATEGY AND INFORMATION SYSTEM  
STRATEGY USING CRITICAL SUCCESS FACTOR'S ANALYSIS (CASE  
STUDY: PT. RAMBANG)**

**ABSTRACT**

*Strategic planning is very important at PT. Rambang which is intended to achieve the company's vision and mission and be able to compete with other similar companies. PT. Rambang have has a business strategy that is supported by information technology, to achieve its vision and mission goals. This study aims to provide solutions of the problems that are happening at PT. Rambang by making a proposed strategy in the form of business strategies and information system strategies. Strategies are made based on success factors that exist in the company and external internal factors that affect the condition of the company. The strategic planning analysis technique used in this study is the analysis of Critical Success Factors. In this study, it is not only use Critical Success Factor's analysis, but also uses a SWOT analysis which consist of Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats to get an overview of the current condition of the company and a description of the strategy that is suitable for this company in the future. The results of this study provide several critical factors that can support the success of the company and strategies that can be applied by the company for business strategies and information system strategies.*

***Keywords: Strategy Planning, Business Strategy, Information System Strategy, Critical Success Factor's, SWOT***

**PERENCANAAN STRATEGI BISNIS DAN STRATEGI SISTEM  
INFORMASI MENGGUNAKAN ANALISIS *CRITICAL SUCCESS  
FACTOR'S* (STUDI KASUS: PT. RAMBANG)**

**ABSTRAK**

Perencanaan strategi merupakan hal yang sangat penting di PT. Rambang guna untuk mencapai visi misi perusahaan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. PT. Rambang sudah memiliki strategi bisnis yang didukung dengan teknologi informasi, untuk mencapai tujuan visi misi. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi dari masalah - masalah yang sedang terjadi di PT. Rambang dengan membuat suatu strategi usulan yang berupa strategi bisnis dan strategi sistem informasi. Strategi yang dibuat berdasarkan faktor-faktor kesuksesan yang ada di perusahaan dan faktor internal eksternal yang mempengaruhi kondisi perusahaan. Teknik analisis perencanaan strategis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Critical Success Factor's*. Pada penelitian ini tidak hanya menggunakan analisis *Critical Success Factor's*, tetapi juga menggunakan analisis SWOT yang terdiri dari dominan kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) untuk mendapatkan gambaran kondisi perusahaan saat ini dan gambaran strategi yang sesuai untuk perusahaan ini kedepannya. Hasil penelitian ini memberikan beberapa faktor-faktor kritis yang dapat menunjang kesuksesan perusahaan dan strategi yang dapat diterapkan perusahaan untuk strategi bisnis dan strategi sistem informasi.

**Kata Kunci:** Perencanaan Strategi, Strategi Bisnis, Strategi Sistem Informasi, *Critical Success Factor's*, SWOT



## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam memenuhi Jenjang Strata I Jurusan Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Tak lupa salawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Baginda Rasulullah Muhammad Shalallahu 'Alaihi Wassalam beserta para keluarga, sahabat, dan para pengikut Beliau hingga akhir zaman.

Setelah melakukan kegiatan penelitian, akhirnya laporan skripsi yang berjudul "Perencanaan Strategi Bisnis dan Strategi Sistem Informasi Menggunakan Analisis *Critical Success Factor's* (Studi Kasus: PT. Rambang)".

"Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang memiliki andil dan kontribusi yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi, yaitu :

Pembuatan skripsi ini mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dengan memberikan banyak masukan dan nasehat, serta mendukung dan menjadi motivasi tersendiri. Maka dari itu, ucapan terimakasih penulis kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H.Muhammad Sirozi, Ph.D. selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
2. Ibu Dr. Dian Erlina, S.Pd., M.Hum selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Raden Fatah Palembang.
3. Bapak Ruliansyah, S.T., M.Kom selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi UIN Raden Fatah Palembang dan juga selaku

Dosen Pembimbing I (Satu).

4. Ibu Rusmala Santi, M.Kom selaku Sekretaris Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains Dan Teknologi UIN Raden Fatah Palembang.
5. Bapak Freddy Kurnia Wijaya, S. Kom., M.Eng. selaku Dosen Pembimbing II (Dua).
6. Para Bapak/Ibu Dosen dan seluruh Civitas Akademika Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang.
7. Rekan Mahasiswa/i Program Studi Sistem Informasi Angkatan 2014, khususnya kelas 1454-B dan rekan bimbingan periode 2017-2018

Akhir kata penulis ucapkan terimakasih kepada ALLAH SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pada pembaca umumnya.

Palembang, September 2018

Dwi Gusti Noviana

# DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Halaman Persetujuan .....	iii
Motto dan Persembahan .....	iv
Halaman Pernyataan .....	v
<i>Abstract</i> .....	vi
Abstrak .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar .....	xiv
Daftar Lampiran .....	xv
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Batasan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II. LANDASAN TEORI .....</b>	<b>6</b>
2.1 Ayat Al-Quran Yang Berhubungan Dengan Penelitian .....	6
2.2 Teori Yang Berhubungan Dengan Perencanaan Strategi .....	7
2.2.1 Perencanaan Strategi .....	7
2.3 Teori-Teori Yang Berhubungan Dengan Perencanaan Strategi Bisnis .....	9
2.3.1 Perencanaan Bisnis .....	9
2.3.2 Strategi Bisnis .....	10
2.3.3 Perencanaan Strategi Bisnis .....	11
2.4 Teori-Teori Yang Berhubungan Dengan Perencanaan Strategi Sistem Informasi .....	12
2.4.1 Perencanaan Sistem Informasi .....	12
2.4.2 Strategi Sistem Informasi .....	12
2.4.3 Perencanaan Strategi Sistem Informasi .....	13
2.5 Teknik Analisis Perencanaan Strategi .....	14
2.5.1 Analisis <i>Critical Success Factor's</i> (CSF) .....	14
2.5.2 Analisis SWOT .....	14
2.6 Populasi dan Sampel .....	16
2.6.1 Populasi .....	16

2.6.2 Sampel.....	16
2.7 Teori Matriks Yang Digunakan Pada Perumusan Strategi.....	17
2.7.1 Tahap Masukan.....	18
2.7.2 Tahap Pencocokan.....	19
2.7.3 Tahap Keputusan .....	22
2.8 <i>Concept of Operations Scenario</i> dan <i>Concept of Operations</i> <i>Diagram</i> .....	23
2.9 Teknik Pengumpulan Data .....	24
2.10 Penelitian Terdahulu .....	26
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Metode Penelitian.....	30
3.2 Lokasi Penelitian.....	30
3.3 Alat dan Bahan .....	31
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	32
3.5 Populasi dan Sampel.....	33
3.5.1 Populasi.....	33
3.5.2 Sampel.....	34
3.6 Definisi Operasional .....	35
3.7 Analisis <i>Critical Success Factor's</i> (CSF).....	35
3.8 Analisis SWOT .....	40
3.9 Tahapan Penelitian.....	41
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	45
4.1.1 Deskripsi Data .....	45
4.1.2 Perumusan Strategi.....	52
4.2 Rekomendasi Perencanaan Strategi Bisnis .....	58
4.2.1 Rencana Strategi.....	58
4.2.1.1 Visi Perusahaan.....	58
4.2.1.2 Misi Perusahaan.....	58
4.2.2 <i>Concept of Operation</i> (CONOPS) <i>Scenario</i> .....	59
4.2.3 Tingkatan Produk dan Layanan Bisnis.....	68
4.2.3.1 Ringkasan Bisnis .....	68
4.2.3.2 Usulan Unit Kerja.....	68
4.2.3.3 Strategi Perusahaan dan Strategi Usulan.....	69
4.2.3.4 Prospek Pasar dan Strategi Kompetitif.....	70
4.2.3.5 Mitra Bisnis dan Aliansi.....	70
4.3 Rekomendasi Perencanaan Strategi Sistem Informasi.....	71
4.3.1 Rencana Strategi .....	71
4.3.1.1 Strategi SI Sekarang dan Strategi SI Usulan.....	73

4.4 Pembahasan.....	74
4.4.1 <i>Critical Success Factor's</i> .....	74
4.4.2 Strategi Bisnis .....	78
4.4.3 Strategi Sistem Informasi.....	81
4.4.4 Pemetaan <i>Critical Success Factor's</i> , Strategi Bisnis, Strategi SI.....	84
<b>BAB V. PENUTUP .....</b>	<b>86</b>
5.1 Simpulan.....	86
5.2 Saran.....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 2.1</b> Model Kerangka Kerja Perumusan Strategi.....	18
<b>Tabel 2.2</b> Matriks SWOT .....	22
<b>Tabel 3.1</b> Responden dan Jabatan.....	34
<b>Tabel 4.1</b> Tujuan dan Kandidat <i>Critical Success Factor's</i> (CSF).....	47
<b>Tabel 4.2</b> <i>Critical Success Factor's</i> (CSF).....	49
<b>Tabel 4.3</b> Hasil Analisis SWOT .....	51
<b>Tabel 4.4</b> Hasil IFE dan EFE.....	53
<b>Tabel 4.5</b> Matriks SWOT .....	55
<b>Tabel 4.6</b> Hasil Matriks QSPM.....	57
<b>Tabel 4.7</b> Strategi Perusahaan dan Strategi Usulan.....	69
<b>Tabel 4.8</b> Strategi SI Sekarang dan Strategi SI Usulan.....	73
<b>Tabel 4.9</b> Pemetaan <i>Critical Success Factor's</i> (CSF), Strategi Bisnis, Strategi SI.....	84

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 2.1</b> Langkah-Langkah Elaborasi Tujuan Organisasi.....	14
<b>Gambar 3.1</b> <i>Objectives and CSFs</i> .....	36
<b>Gambar 3.2</b> Teknik Analisis <i>Critical Success Factor's</i> .....	37
<b>Gambar 3.3</b> <i>Critical Success Factor's (CSF)</i> .....	38
<b>Gambar 3.4</b> Tahapan Penelitian.....	42
<b>Gambar 4.1</b> Hasil Matriks IE.....	54
<b>Gambar 4.2</b> Usulan CONOPS Diagram .....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
<b>Lampiran 1</b> Surat Izin Observasi.....	92
<b>Lampiran 2</b> Surat Izin Penelitian.....	93
<b>Lampiran 3</b> Surat Balasan Perusahaan.....	94
<b>Lampiran 4</b> SK Pembimbing.....	95
<b>Lampiran 5</b> Lembar Bimbingan Pembimbing I.....	96
<b>Lampiran 6</b> Lembar Bimbingan Pembimbing II.....	97
<b>Lampiran 7</b> Lanjutan Lembar Bimbingan Pembimbing II.....	98
<b>Lampiran 8</b> Berita Acara Observasi.....	99
<b>Lampiran 9</b> Hasil Observasi.....	100
<b>Lampiran 10</b> Berita Acara Wawancara.....	105
<b>Lampiran 11</b> Wawancara 1.....	111
<b>Lampiran 12</b> Wawancara 2.....	120
<b>Lampiran 13</b> Wawancara 3.....	138
<b>Lampiran 14</b> Wawancara 4.....	145
<b>Lampiran 15</b> Wawancara 5.....	154
<b>Lampiran 16</b> Wawancara 6.....	162
<b>Lampiran 17</b> Berita Acara Kuesioner.....	167
<b>Lampiran 18</b> Kuesioner SWOT.....	168
<b>Lampiran 19</b> Kuesioner QSPM.....	172
<b>Lampiran 20</b> Hasil Perhitungan Matriks.....	181



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam era persaingan global dan kompetisi yang semakin ketat saat ini, perusahaan harus mampu melakukan terobosan dan inovasi baru serta menggunakan seluruh sarana dan teknologi yang tersedia untuk mendukung pekerjaan agar dapat meningkatkan kualitas perusahaan. Teknologi sistem informasi juga ikut andil dalam kegiatan operasional yang ada di dalamnya menjadi perangkat pendukung atau bahkan memegang peranan yang lebih besar dalam sebuah proses bisnis. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki sistem informasi, karena sistem informasi merupakan *tools* yang sering dipilih oleh banyak perusahaan di dunia untuk membantu perusahaan dalam mempertahankan pelanggan yang dimiliki dan sebagai alat bersaing. Untuk mendukung strategi bisnis sebuah perusahaan diperlukan suatu strategi sistem informasi.

Perencanaan strategi bisnis harus ada dalam sebuah perusahaan karena strategi bisnis sebagai tindakan terintegrasi untuk mencapai tujuan jangka panjang dan kekuatan perusahaan untuk menghadapi kompetitor. Untuk mendukung strategi bisnis dibutuhkan perencanaan strategi sistem informasi sebagai salah satu kunci dalam pencapaian sasaran perusahaan, karena harus selaras dengan strategi bisnis yang dijalankan. Perencanaan strategis sistem informasi yang tepat dapat mendukung rencana dan pengembangan bisnis perusahaan sehingga dapat memberikan *competitive advantage* dalam persaingan bisnis. Dalam menentukan strategi bisnis, terlebih dahulu melihat kondisi perusahaan untuk dapat mengetahui peluang apa saja yang bisa di jadikan sebagai keunggulan perusahaan.

Seperti halnya, yang terjadi pada salah satu perusahaan percetakan di kota Palembang yang ingin meningkatkan usahanya supaya lebih maju dengan memanfaatkan sistem informasi secara maksimal dalam proses bisnisnya agar dapat bersaing dengan percetakan yang lainnya, perusahaan tersebut adalah PT. Rambang.

PT. Rambang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang percetakan yang berdiri sejak tahun 1953 yang berada di kota Palembang Provinsi Sumatera Selatan. Pada tahun 1990 PT. Rambang melakukan ikatan kerjasama dalam *merger* dengan PT. Gramedia Jakarta dalam naungan Group Kelompok Kompas Gramedia tetapi tetap menggunakan nama/*brand* Rambang sebagai *branded* yang lebih kedaerahan. Tujuannya untuk meningkatkan kapasitas dan kemampuan dalam bisnis percetakan khususnya jasa cetak kertas roll (koran, tabloid, majalah dan buku).

Dalam pelayanannya PT. Rambang memasarkan jasa cetaknya secara *offline* maupun *online*. Strategi pemasaran yang digunakan tersebut, ternyata belum mencapai target pendapatan yang ditentukan oleh perusahaan. Menurut ibu Yustina Sari selaku kepala bagian keuangan menyatakan bahwa dari beberapa tahun belakangan ini, terlihat kalau pendapatan berkurang dikarenakan omzet menurun, PT. Rambang masih belum bisa meningkatkan pendapatannya. Menurut ibu Farida selaku bagian personalia menyatakan bahwa salah satu faktor yang membuat penurunan pendapatan ialah harga untuk setiap produk cetak terlalu tinggi dan kurangnya kegiatan promosi sehingga order yang masuk hanya sedikit. Perusahaan juga kurang memberikan pelayanan yang maksimal dalam hal waktu penyelesaian pemesanan dan bahan-bahan untuk membuat pesanan cetak sedikit,

Perusahaan saat ini belum dapat membeli banyak stok bahan. Oleh sebab itu, PT. Rambang harus meningkatkan performansinya, agar dapat memberikan pelayanan yang baik terhadap *client* atau pelanggan dan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Salah satu cara untuk meningkatkan performansi perusahaan yaitu dengan memperkuat strategi bisnis perusahaan dengan mengetahui aktivitas-aktivitas bisnis yang sedang berjalan dengan menentukan faktor keberhasilan kritis. Aktivitas bisnis dan faktor kritis tersebut disebut juga dengan *Critical Success Factor's* (CSF).

*Critical success factor's* memiliki faktor-faktor internal organisasi (sumber daya dan kompetensi) yang paling kritis atau yang paling penting yang mungkin digunakan oleh suatu organisasi dalam suatu industri sebagai alat utama untuk menangani peluang dan ancaman agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Peran CSF akan dapat membantu perusahaan untuk memperbaiki serta meningkatkan performansi area kritis pada aktivitas bisnisnya dan sistem informasi. Selain itu CSF juga digunakan sebagai indikator dalam penilaian kesuksesan dari aktivitas bisnis dan sistem informasi perusahaan.

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka penulis membuat perencanaan startegis perusahaan ke dalam skripsi yang berjudul "Perencanaan Strategi Bisnis dan Strategi Sistem Informasi Menggunakan Analisis *Critical Success Factor's* (Studi Kasus : PT. Rambang)".

## 1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana menganalisis perencanaan strategis bisnis dan strategi sistem informasi menggunakan analisis *Critical Success Factor's* pada PT. Rambang?

## 1.3 Batasan Masalah

Agar lebih terarah, maka penelitian ini dibatasi hanya pada dua jenis batasan masalah, yaitu:

1. Objek penelitian dilakukan di PT. Rambang.
2. Perencanaan strategi bisnis dan strategi sistem informasi pada PT.

Rambang menggunakan analisis *Critical Success Factor's*.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menghasilkan perencanaan strategi bisnis dan strategi sistem informasi PT. Rambang menggunakan analisis *Critical Success Factor's* dalam membantu mengatasi masalah pendapatan perusahaan dan dapat memberikan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pemesanan, serta meningkatkan kinerja perusahaan.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini berguna bagi perusahaan, yaitu:

1. Dengan adanya perencanaan strategi bisnis dan strategi sistem informasi diharapkan menjadi bahan masukan dan pertimbangan perusahaan untuk pelayanan baru yang dilakukan di perusahaan.

2. Memberikan gambaran strategi yang dapat dimanfaatkan perusahaan sebagai acuan dalam meningkatkan kinerja perusahaan untuk jangka waktu beberapa tahun ke depan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Ayat Al-Qur'an Yang Berhubungan Dengan Penelitian

Dalam Islam memperhatikan perlu adanya perencanaan yang baik karena Allah maha mengetahui apa yang akan dikerjakan seperti dijelaskan pada ayat berikut ini:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَتَنْظُرُوْا نَفْسَكُمْ مَّا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۚ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿١٨﴾

Artinya:

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

Melihat dari sudut pandang Islam dalam perencanaan strategi hendaklah dilakukan dengan sebenar-benarnya agar mendapatkan gambaran lebih baik lagi kedepannya, seperti dijelaskan pada ayat-ayat berikut ini:

وَءَاكِيْدُ كَيْدًا

Artinya:

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

Islam juga menganjurkan untuk selalu dapat mengevaluasi diri karena Allah tidak akan merubah suatu kaum melainkan dirinya sendiri yang berusaha untuk merubah dirinya menjadi lebih baik lagi kedepannya dengan melakukan suatu perencanaan strategi, seperti dijelaskan pada ayat berikut ini:

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ 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 مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ﴿١١﴾

Artinya:

*“Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah Menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia”*[Q.S Ar-Ra`d: 11].

## 2.2 Teori Yang Berhubungan Dengan Perencanaan Strategi

### 2.2.1 Perencanaan Strategi

Perencanaan merupakan usaha sadar dan pengambilan keputusan yang telah diperhitungkan secara matang tentang hal-hal yang akan dikerjakan di masa depan dalam dan oleh suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya (Usman, 2006).

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. Siangian, 2002).

Strategi 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 (Hamali, 2016).

Strategi adalah suatu bentuk kegiatan atau cara atau pendekatan yang diterapkan manajer-manajer untuk memuaskan pelanggannya, membentuk posisi pasar yang menarik dan mencapai sasaran-sasaran organisasi (Jogiyanto, 2005).

Perencanaan strategi atau *strategic business planning* adalah pendekatan secara teratur dan pragmatis yang dapat digunakan organisasi, baik publik maupun swasta dalam pembuatan keputusan saat ini untuk masa depan. Perencanaan strategi adalah proses pengkajian diri, penetapan tujuan, pengembangan strategi, dan monitor kinerja (Hamali, 2016).

Perencanaan strategi adalah proses yang dirancang untuk membantu para pemimpin dalam memfokuskan diri dalam merumuskan tujuan-tujuan dan metode-metode (Allison *and* Kaye, 2005).

Dari beberapa teori diatas dapat disimpulkan, bahwa perencanaan strategi adalah suatu rancangan rencana jangka panjang yang akan dikerjakan oleh suatu perusahaan, organisasi atau institusi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.



## **2.3 Teori-Teori Yang Berhubungan Dengan Perencanaan Strategi Bisnis**

### **2.3.1 Perencanaan Bisnis**

Menurut Hisrich, perencanaan bisnis (*business planning*) adalah dokumen tertulis yang dipersiapkan oleh seorang pengusaha yang mendeskripsikan semua elemen eksternal dan elemen internal yang relevan dan terlibat dalam pembentukan sebuah perusahaan baru. Perencanaan bisnis merupakan penggabungan rencana-rencana fungsional seperti pemasaran, keuangan, manufaktur, dan sumber daya manusia. Perencanaan bisnis juga merupakan pembuatan keputusan jangka panjang untuk operasi bisnis selama tiga tahun pertama (Hamali, 2016)

Perencanaan bisnis (*Business Plan*) adalah rencana-rencana tentang apa yang dikerjakan dalam suatu bisnis ke depan meliputi alokasi sumberdaya, perhatian pada faktor-faktor kunci dan mengolah permasalahan-permasalahan dan peluang yang ada. Secara garis besar isi suatu perencanaan bisnis dimulai dari ringkasan, statemen misi, faktor-faktor kunci, analisis Pasar, produksi, manajemen dan analisis finansial seperti analisis *Break Event* dan lain-lainnya (Supriyanto, 2009).

Dari beberapa teori perencanaan bisnis, dapat disimpulkan bahwa perencanaan bisnis adalah rencana-rencana yang akan dikerjakan yang dibuat oleh suatu perusahaan atau organisasi guna untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam pencapaian tujuan perusahaan atau organisasi.

### 2.3.2 Strategi Bisnis

Istilah strategi bisnis berhubungan dengan rencana manajemen untuk suatu bisnis tunggal bukan untuk bisnis yang terdiversifikasi. Suatu strategi bisnis dikatakan mempunyai kekuatan jika dapat menghasilkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Sebaliknya suatu strategi bisnis dikatakan lemah jika menghasilkan ketidakunggulan kompetitif.

Strategi bisnis untuk kompetisi dapat berupa menyerang (*offensive*) atau mempertahankan (*defensive*). Kegiatan yang menyerang dapat berupa kegiatan agresif dan menantang langsung ke posisi pasar kompetitor.

Tiga strategi yang paling banyak digunakan adalah 1) mendorong menjadi produsen dengan biaya rendah 2) melakukan diferensiasi berdasarkan keunggulan-keunggulan semacam kualitas, kinerja, pelayanan, gaya, keunggulan teknologi, atau nilai barang yang tidak umum 3) memfokuskan pada ceruk pasar yang sempit dan memenangkan kompetisi dengan cara melakukan pekerjaan dengan lebih baik dibandingkan pesaing-pesaing dengan cara menyediakan kebutuhan-kebutuhan dan selera-selera khusus dari anggota-anggota ceruk.

Secara internal, strategi bisnis melibatkan kegiatan-kegiatan untuk mengembangkan kemampuan-kemampuan dan kekuatan-kekuatan sumber-sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Mendapatkan kekuatan sumber daya internal yang lebih baik dan kemampuan-kemampuan kompetitif merupakan cara yang penting untuk mengalahkan rival-rival. Kompetensi yang berbeda dapat diperoleh lewat R&D, penguasaan proses teknologi. Kemampuan produksi, penjualan dan distribusi, pelayanan pelanggan, dan yang lainnya yang mempunyai aspek yang penting dan kompetitif untuk

menciptakan, memproduksi, melayani pembeli atau kegiatan lainnya yang dapat menciptakan, memproduksi, dan memasarkan produk dan jasa kepada pelanggan (Jogiyanto, 2005).

Strategi bisnis merupakan rencana yang terjadi pada tingkat divisi dan dimaksudkan bagaimana dalam membangun dan memperkuat posisi bersaing produk atau jasa perusahaan dalam industri atau pasar tertentu yang dilayani divisi tersebut (Hariadi, 2003).

Dari beberapa teori strategi bisnis, dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis adalah kemampuan pengusaha/perusahaan dalam analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan, perumusan (formulasi) strategi, pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan, serta melakukan evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dalam merumuskan strategi yang akan datang.

### **2.3.3 Perencanaan Strategi Bisnis**

Perencanaan strategi bisnis adalah suatu penetapan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan bisnis yaitu laba dengan melakukan pendekatan terhadap faktor-faktor yang menentukan terhadap keberhasilan suatu bisnis (Supriyanto, 2009).

Perencanaan strategi bisnis adalah pendekatan secara teratur dan pragmatis yang dapat digunakan organisasi, baik publik maupun swasta dalam pembuatan keputusan saat ini untuk masa depan (Hamali, 2016)

Dari beberapa teori perencanaan strategi bisnis, dapat disimpulkan bahwa perencanaan strategi bisnis adalah tahapan yang akan dilakukan untuk

meningkatkan performansi perusahaan atau organisasi untuk dapat mencapai tujuan bisnis.

## **2.4 Teori-Teori Yang Berhubungan Dengan Perencanaan Strategi Sistem Informasi**

### **2.4.1 Perencanaan Sistem Informasi**

Sistem informasi adalah kumpulan dari sub sub sistem baik fisik maupun non fisik yang saling berhubungan satu sama lain dan bekerja sama secara harmonis untuk mencapai suatu tujuan yaitu mengolah data menjadi informasi yang berguna. (Hartono, 2017).

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).

Dalam sebuah perusahaan sistem informasi menjadi salah satu kunci kesuksesan untuk kemajuan perusahaan, untuk itu butuh perencanaan sistem informasi agar dapat mendukung kinerja perusahaan untuk mencapai tujuan dengan tepat dan cepat.

### **2.4.2 Strategi Sistem Informasi**

Sistem informasi strategik (SIS) atau *strategic information system* adalah suatu sistem informasi atau sistem-sistem informasi apapun di level manapun yang mendukung atau mengimplementasikan strategi kompetisi yang memberi keuntungan kompetitif bagi perusahaan melalui efisiensi internal dan efisiensi

komparatif sehingga membantu perusahaan memberikan keuntungan kinerja secara signifikan dan meningkatkan kinerja jangka panjangnya (Jogiyanto, 2005).

Strategi sistem informasi adalah strategi yang mendefinisikan kebutuhan atau permintaan orang atau organisasi akan informasi dan sistem-sistem untuk mendukung keseluruhan strategi bisnis (Ward *and* Peppard, 2002).

Dari beberapa teori strategi sistem informasi, dapat disimpulkan bahwa strategi sistem informasi adalah suatu rencana yang digunakan untuk mendukung strategi bisnis dalam suatu perusahaan ataupun organisasi dengan memanfaatkan sistem-sistem informasi yang ada, tujuannya dapat memberikan keuntungan kinerja secara signifikan dan meningkatkan kinerja jangka panjangnya.

#### **2.4.3 Perencanaan Strategi Sistem Informasi**

Perencanaan strategis sistem informasi merupakan bagian dari metodologi rekayasa informasi yang digunakan untuk mengidentifikasi strategi pencapaian visi dan misi sistem informasi. Tujuan utama perencanaan strategis sistem informasi sebagai berikut (Surendro, 2009).

1. Mempersiapkan rencana bagi pengelola analisis.
2. Perancangan dan pengembangan sistem-sistem aplikasi berbasis komputer.

Perencanaan strategi sistem informasi merupakan proses identifikasi portofolio aplikasi SI berbasis komputer yang akan mendukung organisasi dalam pelaksanaan rencana bisnis dan merealisasikan tujuan bisnisnya. Perencanaan strategi sistem informasi mempelajari pengaruh sistem informasi terhadap kinerja bisnis dan kontribusi bagi organisasi dalam memilih langkah-langkah strategi. Selain itu, perencanaan strategi sistem informasi juga menjelaskan berbagai *tools*, teknik, dan kerangka kerja bagi manajemen untuk menyelaraskan strategi sistem

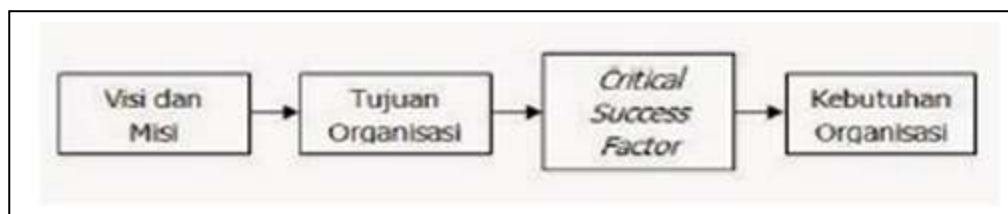
informasi dengan strategi bisnis, bahkan mencari kesempatan baru melalui penerapan teknologi yang inovatif (Ward *and* Peppard, 2002).

Dari beberapa teori perencanaan strategi sistem informasi, dapat disimpulkan bahwa manfaat perencanaan strategi sistem informasi adalah mampu memaksimalkan segala aspek pendukung perusahaan secara terstruktur dan sistematis yang di aplikasikan sebagai program kerja jangka panjang sebuah perusahaan sebagai panduan dalam menjalankan aktifitas bisnis sehingga mampu memenangkan kompetisi bisnis. Strategi informasi menekankan pada penentuan aplikasi sistem informasi yang di butuhkan perusahaan.

## 2.5 Teknik Analisis Perencanaan Strategi

### 2.5.1 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.



Sumber: Wulanningsih dan Bambang (2013)

**Gambar 2.1** Langkah-Langkah Elaborasi Tujuan Organisasi

### 2.5.2 Analisis SWOT

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 (Rangkuti, 2006).

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 di jadikan masukan dan bersifat deskriptif tentang sebuah perusahaan atau organisasi.

## **2.6 Populasi dan Sampel**

### **2.6.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas: objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau objek itu (Sugiyono, 2016).

Populasi penelitian merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya (Siregar, 2013).

Dari beberapa uraian diatas maka populasi adalah wilayah yang dapat berupa orang, benda atau sebagainya yang mempunyai karakteristik untuk mendapatkan suatu informasi.

### **2.6.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili) (Sugiyono, 2016).



Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi (Siregar, 2013).

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang akan diambil dalam suatu penelitian.

## **2.7 Teori Matriks Yang Digunakan Pada 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 (Harisudin,2011). Berikut ini adalah model kerangka kerja perumusan strategi tersebut.

**Tabel 2.1** Model 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 Boston Consulting Group (BCG)
Matriks Internal-Eksternal (IE)
Matriks Strategi Besar ( <i>Grand Strategy</i> )
<b>TAHAP 3 : TAHAP KEPUTUSAN (<i>DECISION STAGE</i>)</b>
( <i>Quantitative Strategic Planning Matrix-QSPM</i> )
Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif

Sumber: Harisudin (2011)

### 2.7.1 Tahap Masukan

#### 1. 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 (Sapratama, 2016).

#### 2. 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 (Sapratama, 2016).

## **2.7.2 Tahap Pencocokan**

### **1. Matriks IE**

Menurut David (2004, p302) Matriks IE menempatkan berbagai divisi dari suatu organisasi dalam sembilan sel. Matriks IE serupa dengan Matriks 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 Divest* (Panen atau Divestasi) mencakup sel VI, VIII, atau IX. Strategi yang dipakai adalah divestasi strategi diversifikasi konglomerat, dan strategi likuidasi (Setyorini *et al.*, 2016).

## 2. Matriks SWOT

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

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 (Setyorini *et al.*, 2016).

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):

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 di gambarkan pada tabel seperti berikut :

**Tabel 2.2** Matriks SWOT

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

Sumber: Rangkuti (2006)

### 2.7.3 Tahap Keputusan (Matriks QSPM)

Analisis QSPM digunakan untuk mengevaluasi strategi secara obyektif berdasarkan faktor-faktor sukses utama internal-eksternal yang telah diidentifikasi pada tahap sebelumnya. Langkah penyusunan matriks QSPM sebagai berikut:

1. Membuat daftar peluang/ancaman eksternal dan kekuatan/kelemahan internal kunci perusahaan pada ko-lom kiri dalam QSPM. Informasi ini diperoleh dari matriks EFE dan IFE.
2. Berikan bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal (bobot yang diberikan sama dengan bobot pada matriks EFE dan IFE).
3. Evaluasi matriks tahap 2 (pencocokkan) dan identifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan organisasi untuk diimplementasikan.

4. Tentukan Nilai Daya Tarik (*Attractiveness Scores-AS*), didefinisikan sebagai angka yang mengindikasikan daya tarik relatif dari masing-masing strategi dalam set alternatif tertentu.

(1) Nilai 1 = tidak menarik

(2) Nilai 2 = agak menarik

(3) Nilai 3 = cukup menarik

(4) Nilai 4 = sangat menarik

Nilai Daya Tarik *Total Attractive Score – TAS*) diperoleh dengan mengalikan bobot dengan *attractiveness scores* (Setyorini *et al.*, 2016).

## **2.8 *Concept of Operations Scenario dan Concept of Operations Diagram***

Konsep dari Skenario Operasi adalah dokumen naratif yang mendeskripsikan bagaimana perusahaan beroperasi saat ini atau akan dioperasikan beberapa tahun ke depan. CONOPS dibuat berdasarkan faktor internal dan eksternal yang didapat melalui SWOT analisis. Skenario ini bisa dikatakan sebagai catatan penting dengan perencanaan asumsi. *CONOPS Diagram* adalah gambaran grafis tingkat tinggi tentang bagaimana fungsi perusahaan, baik secara keseluruhan maupun area tertentu yang harus diperhatikan (Sapratama, 2016).

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa CONOPS adalah suatu pendeskripsian mengenai bagaimana perusahaan atau organisasi beroperasi beberapa tahun kedepan.

## 2.9 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi, wawancara, kuesioner, berikut penjelasannya:

### 1. Observasi

Menurut Creswell (2012), "*Observation is the process of gathering firsthand information by observing people and places at research site*". Observasi merupakan proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati orang dan tempat pada saat dilakukan penelitian (Sugiyono, 2016).

Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti. Observasi meliputi segala hal yang menyangkut pengamatan aktifitas atau kondisi perilaku maupun nonperilaku (Sanusi, 2011).

Dari beberapa uraian diatas maka observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan secara langsung pada tempat penelitian baik itu mengamati tempat, orang maupun hal yang lain sesuai dengan kebutuhan peneliti.

### 2. 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, maupun staff yang ada dan pihak yang terlibat dengan objek penelitian. Wawancara dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon (Sugiyono, 2014).



Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian. Pada saat mengajukan pertanyaan, peneliti dapat berbicara berhadapan langsung dengan responden atau bila hal itu tidak mungkin dilakukan, juga bisa melalui alat komunikasi (Sanusi, 2011).

Dari beberapa uraian diatas maka wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab pewawancara dengan responden dengan **menggunakan alat yang dinamakan interview guide (panduan wawancara). Wawancara dapat dilakukan dengan tatap muka secara langsung maupun melalui via telpon.**

### **3. 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.

## 2.10 Penelitian Terdahulu

Nur Hayati, (2016) pada jurnal yang berjudul “Analisis Bisnis Internal dengan Metode *Critical Success Factors* (CSF) dan *Value Chain* (Studi Kasus PT. Farmasi X)”. Tujuan dan hasil penelitian ini yakni bagaimana menerapkan metode CSF dan *Value Chain* ke dalam strategi bisnis PT. Farmasi X.

Pipit Andri Himawan dan Tri Astuti, (2017) pada jurnal yang berjudul “Perencanaan Strategis Sistem Informasi dan Teknologi Informasi Pemasaran dan Pelayanan Pada Hotel (Studi Kasus : Grand Kanaya Baturraden)”. Tujuan dan hasil penelitian ini untuk menghasilkan perencanaan strategis sistem informasi yang selaras dengan strategis bisnis hotel dan rencana pengembangan Hotel Grand Kanaya yang dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis.

Berto Mulia Wibawa dan Muhammad Saiful Hakim, (2015) pada jurnal yang berjudul “Identifikasi *Critical Success Factors* Pada Bisnis Pemasaran Dan Distribusi Buku Cetak (Studi Kasus Di PT. Niaga Swadaya)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang menjadi CSF dalam industri pemasaran dan distribusi buku cetak di PT. Niaga Swadaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSF untuk industri pemasaran dan distribusi buku cetak adalah (1) aliansi dengan penerbit yang mampu menerbitkan buku *best seller*, (2) hubungan baik dengan toko buku besar (dalam dan luar negeri), *non-conventional outlet* serta komunitas yang memiliki kebutuhan buku-buku spesifik dengan

jumlah yang besar, (3) memiliki peta pasar yang akurat dan *up to date*, (4) kemampuan menerapkan ICT dalam penjualan *online* maupun sebagai alat promosi, (5) jaringan pemasaran yang luas dan kuat, dan (6) sistem *inventory* dan distribusi buku yang efisien.

Firdaus Hakiki , (2016) pada skripsi yang berjudul “Perencanaan Strategis Sistem Informasi Perusahaan Manufaktur Menggunakan Analisis *Critical Success Factor* Pada PT. Kencana Jati Raya Kota Semarang”. PT.Kencana Jati Raya memerlukan perencanaan strategis sistem informasi yang merupakan salah satu kunci dalam pencapaian sasaran perusahaan, karena harus selaras dengan strategi bisnis yang dijalankan. Hasil dari penelitian adalah PT.Kencana Jati Raya mampu menghadapi persaingan bisnis dengan perencanaan strategis sistem informasi yang dibuat menggunakan metode-metode yang ada untuk mendapatkan rumusan strategi perusahaan, menentukan aktifitas dalam perusahaan dan mengetahui data/informasi proses bisnis perusahaan.

Sri Wulanningsih dan Bambang Suryono, (2013) pada jurnal yang berjudul “Analisis *Critical Success Factor* Pada PT. Baba Rafi Indonesia”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur, menganalisis dan mengevaluasi *critical success factor* yang dimiliki PT. Baba Rafi Indonesia untuk mempertahankan keunggulan bersaing dan mengukur kinerja perusahaan. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat 7 (tujuh) faktor-faktor kritis (*critical success factor*) yang dapat mempertahankan keunggulan bersaing PT. Baba Rafi Indonesia yaitu produk dengan kualitas dan cita rasa yang khas, manajemen yang baik, sumber daya manusia yang kompeten, pemasaran dan promosi yang dilakukan dengan menggunakan seluruh media yang ada, *reward-reward* yang

diperoleh atas prestasi, perolehan persediaan yang ekonomis, dan *go international*.

Devi Herfita, dkk, (2017) pada jurnal yang berjudul “Analisis Strategi Bisnis Pada PT Gancia Citra Rasa”. Tujuan penelitian jurnal ini adalah menganalisa strategi bisnis yang sedang diterapkan pada perusahaan, menganalisa sistem dan teknologi yang dibutuhkan perusahaan dan membuat rekomendasi perencanaan sistem dan teknologi informasi yang dapat mendukung strategi bisnis perusahaan dalam 3 tahun kedepan. Hasil yang dicapai adalah menghasilkan perencanaan strategi sistem dan teknologi yang berguna untuk meningkatkan nilai kompetitif perusahaan dalam persaingan bisnis kedepannya.

Jaluanto.SPT dan Masita Fitri Devitayani, (2015) pada jurnal yang berjudul “Analisis Faktor-faktor Penentu Keberhasilan (*Critical Success Factors*) Sistem Informasi Akuntansi Bank Di Kota Semarang”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor penentu keberhasilan (*critical success factors*) sistem informasi akuntansi bank di kota Semarang. Dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas akuntansi dan kualitas sistem (informasi) berpengaruh positif signifikan terhadap sistem informasi akuntansi yang digunakan oleh bank di kota Semarang.

Dari beberapa penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa CSF sebagai teknik analisis yang banyak digunakan dalam perencanaan strategis karena CSF menggambarkan secara jelas mengenai tujuan perusahaan. Tetapi ada perbedaan terhadap penelitian yang saya lakukan, saya juga menggunakan teknik analisis CSF untuk membuat faktor-faktor kesuksesan yang dapat mendukung strategi perusahaan dan saya juga menggunakan teknik analisis SWOT untuk

mengetahui kondisi perusahaan saat ini. Penelitian saya juga mengenai perencanaan strategis, saya membuat rekomendasi perencanaan strategi bisnis dan strategi sistem informasi. Perencanaan tersebut melalui tiga tahap yaitu, tahap masukan yang menggunakan Matriks IFE dan EFE, kemudian tahap pencocokan yang menggunakan Matriks IE dan Matriks SWOT dan tahap yang terakhir adalah tahap keputusan yang menggunakan Matriks QSPM. Hasil dari penelitian saya adalah rekomendasi usulan strategi bisnis dan strategi sistem informasi untuk PT. Rambang.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2016:2). Metode penelitian yang menggunakan tipe penelitian deskripsi dengan pendekatan kualitatif, telah diketahui bahwa metode kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi (sugiyono, 2016:9). Beberapa ciri khas karakteristik kualitatif yang dapat dikemukakan sebagai berikut: (sugiyono, 2016:9).

1. Dilakukan pada kondisi yang alamiah.
2. Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif. Data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka.
3. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses daripada produk atau *outcome*.
4. Penelitian kualitatif melakukan analisis data secara induktif.
5. Penelitian kualitatif lebih menekankan makna.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada PT. Rambang yang beralamat Jln. Mayor Ruslan No.18 Kota Palembang Sumatera Selatan Kode Pos 30126.

### 3.3 Alat dan Bahan

Di dalam melakukan analisis terhadap suatu bisnis dan sistem informasinya banyak hal yang harus dilakukan dan salah satunya yaitu alat dan bahan dalam melakukan analisis. Alat yang digunakan yaitu *microsoft word 2010* untuk pengolahan data dan untuk menghitung hasil data kuesioner SWOT dan kuesioner QSPM menggunakan *microsoft excel 2010*.

Sedangkan bahan, seperti yang sudah dijelaskan terbagi atas beberapa bagian yaitu bukti langsung/tidak langsung, bukti utama (primer/sekunder), dan *record/ testimonial evidence*. Berikut bahan penelitian melakukan analisis yang diperlukan didalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bukti langsung / tidak langsung. Bahan bukti yaitu surat balasan tentang izin penelitian di PT. Rambang, hasil observasi utama berupa data-data yang diperlukan didalam penelitian baik data pegawai serta data sistem informasi perusahaan. didukung dengan foto-foto ada. dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis atau *softcopy*, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan.
2. Bukti utama primer / sekunder. Bahan bukti yaitu tampilan / data rencana strategis sebagai bukti utama untuk melakukan analisis didalam penelitian ini. Serta bukti bahwa telah melakukan penyebaran kuesioner berupa berita acara terhadap pihak terkait sebagai pokok yang menjadi inti utama dalam melakukan analisis.
3. *Record/ Testimonial Evidence*. Bukti yang terdapat didalam hal ini yaitu hasil wawancara dengan seluruh kepala bagian unit kerja atau yang mewakili di PT. Rambang. Hasil wawancara tersebut akan menjadi tolak ukur untuk analisis

strategi bisnis dan strategi sistem informasi.

Maka dengan adanya bahan bukti diatas auditor dapat dengan mudah didalam penelitian selanjutnya karena dengan bahan bukti yang akurat auditor bisa memperjuangkan apa yang telah dilakukan dalam analisis strategis yang ada di perusahaan tersebut.

### **3.4 Metode Pengumpulan data**

Untuk mendapatkan data penelitian, peneliti mengumpulkan secara langsung melalui wawancara, penyebaran kuesioner dan observasi di lingkungan PT. Rambang Sebagai Berikut:

1. Wawancara merupakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2016:137). Maka daripada itu penulis melakukan tanya jawab penelusuran masalah bisnis dan strateginya serta mengenai penggunaan sistem informasi dalam mendukung kerja karyawan maupun perusahaan melalui pihak-pihak yang terkait.
2. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono,2016:138). Maka daripada itu dalam pengisian kuesioner narasumber diajukan pernyataan-pernyataan untuk memperoleh target pencapaian dan penilaian dari pencapaian yang sudah dilaksanakan. Daftar pernyataan tersebut berisi pernyataan yang memuat



karakteristik CSF, kandidat CSF yang nantinya di bantu dengan menggunakan *tools* analisis SWOT.

3. Observasi merupakan sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain seperti wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain (Sugiyono, 2016:139). Maka daripada itu penulis melakukan pengamatan terhadap internal proses dalam perusahaan, pengamatan langsung pada saat kegiatan operasional bisnis dilaksanakan. Dokumentasi bukti-bukti pendukung seperti meng-*capture* struktur organisasi, tugas wewenang dan tanggung jawab, melihat tata kelola sumber daya teknologi informasi yang berjalan pada sistem informasinya termasuk didalamnya pencarian data yang diperlukan untuk penelitian.

### **3.5 Populasi dan Sampel**

#### **3.5.1 Populasi**

Populasi yang digunakan sebagai sampel pada penelitian ini adalah sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Responden dalam penelitian ini adalah responden yang mewakili dimana mereka yang mengetahui secara keseluruhan proses-proses bisnis dan pemanfaatan teknologi untuk kegiatan-kegiatan bisnis PT. Rambang khususnya pada proses pengawasan dan evaluasi kinerja. Responden-responden yang akan mengisi kuesioner ini adalah pada Tabel 3.1 sebagai berikut:

**Tabel 3.1** Responden dan Jabatan

<b>Responden</b>	<b>Jabatan</b>
Yunita Sari	Kabag. Pemasaran
Yustina Sari	Kabag. Keuangan
H. M Antonie Yuheko	Kabag. Umum
Ahmad Rio	Kabag. Produksi
Farida Yuliana	Personalia
Rizqo Haddad	TI

### 3.5.2 Sampel

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *non probability sampling* karena teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Didalam *non probability sampling* ini salah satu teknik yang tepat yaitu *sampling* jenuh atau *sampling sensus*.

Ukuran sampel yang layak dalam penelitian ini adalah *sampling* jenuh. *Sampling* jenuh adalah teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (sugiyono, 2016:82). Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus dimana semua anggota populasi di jadikan sampel.

Dengan digunakan *sampling* jenuh sangat tepat sesuai dengan pengguna yang ada di PT. Rambang kurang dari 30 orang maka dengan itu teknik sampel didalam penelitian ini sangat cocok dengan *sampling* jenuh.

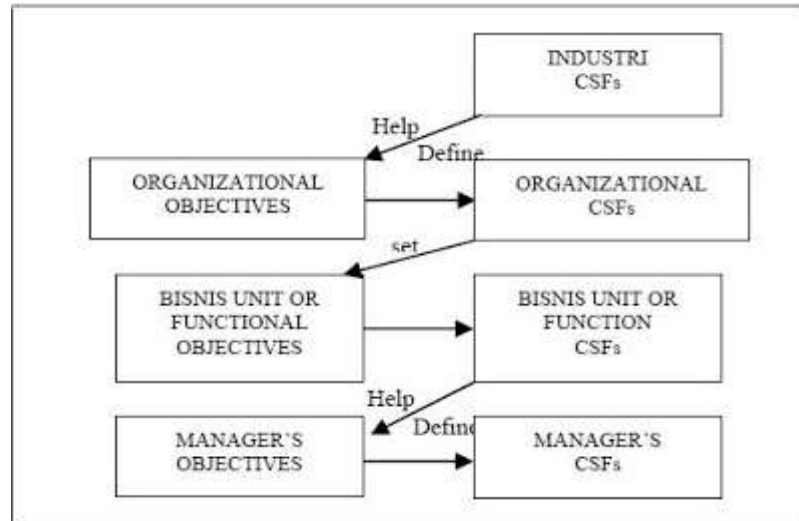
### 3.6 Definisi Operasional

Penilaian pada kondisi perusahaan saat ini fokus pada pembuatan kuesioner riset SWOT yang pernyataannya tersebut didapat dari hasil wawancara dan pengamatan langsung mengenai kandidat CSF. Penilaian tersebut dilakukan dengan memberikan pernyataan mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada di PT. Rambang saat ini.

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

*Critical Success Factor's* (CSF's) merupakan sebuah teknik 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. 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.

Menurut Rockart definisi CSF sebagai 'jumlah terbatas area di mana hasil, jika mereka memuaskan, akan memastikan kinerja kompetitif yang sukses untuk organisasi.' mereka adalah beberapa bidang utama di mana '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 (Ward *and* Peppard, 2002).



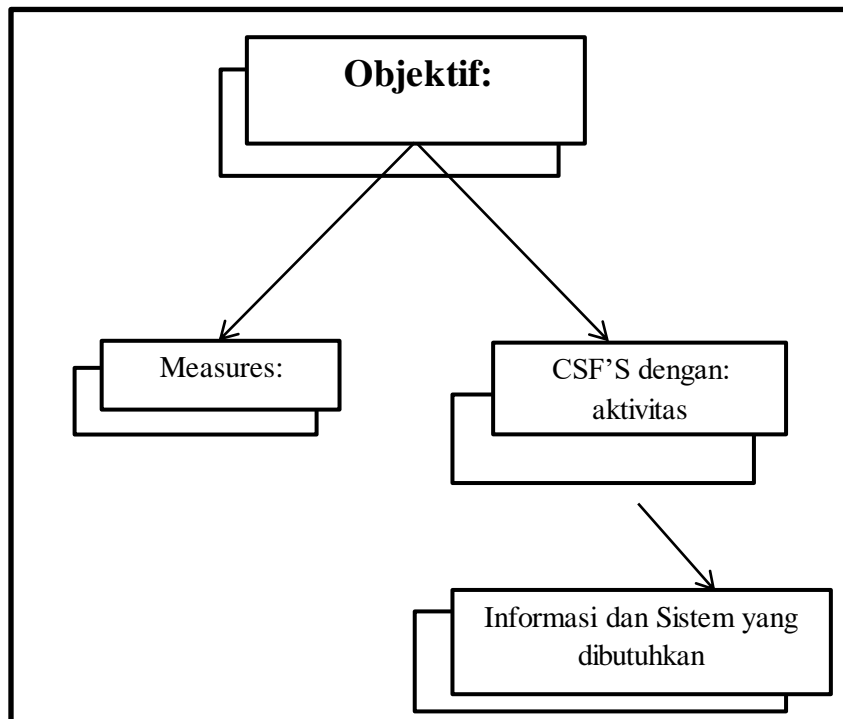
Sumber : Ward and Peppard (2002)

**Gambar 3.1** Objectives and CSFs

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. Metode CSF membantu pendefinisian variabel, serta informasi yang dibutuhkan oleh setiap variabel. Dengan demikian, manajer akan meningkatkan pemahamannya tentang situasi di ruang kendalinya.

CSF dalam konteks perencanaan strategis 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

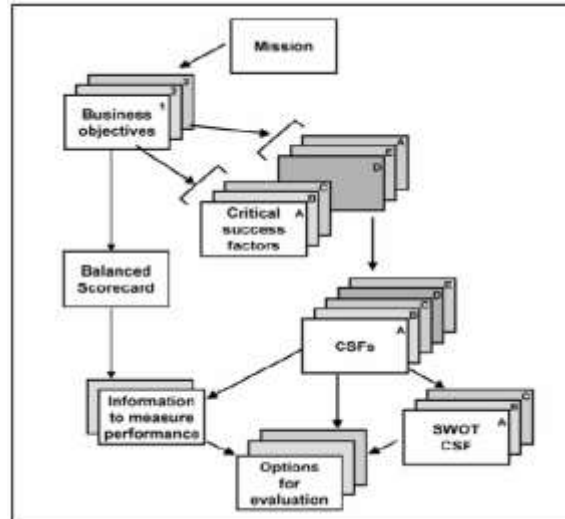
organisasi/perusahaan.



Sumber : Ward and Peppard (2002)

**Gambar 3.2** Teknik Analisis *Critical Success Factor's*

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.



Sumber : Ward and Peppard (2002)

**Gambar 3.3** *Critical Success Factor's (CSF)*

Adapun beberapa tipe, tahapan dan karakteristik pada *Critical Success Factor's* sebagai berikut:

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

1. Industri : Faktor dari karakteristik industri dan merupakan apa yang harus dilakukan supaya tetap kompetitif
2. Lingkungan : Faktor lingkungan yang mempengaruhi perusahaan seperti iklim bisnis, ekonomi, competitor, teknologi dan lain-lain
3. Strategi : Faktor strategi kompetitif yang dipilih perusahaan
4. Temporal : Faktor internal perusahaan, seperti timbulnya kesempatan, adanya hambatan dan lain-lain.

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

1. Identifikasi misi dan tujuan strategis organisasi/perusahaan.
2. Setiap tujuan strategis harus dapat menjawab pertanyaan “wilayah bisnis apa yang penting bagi organisasi untuk mencapai tujuan ?”

3. Evaluasi setiap kandidat (CSF).
4. Identifikasi bagaimana CSF diawasi dan diukur.
5. Komunikasikan CSF kepada setiap elemen penting perusahaan.

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

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

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

1. 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.
2. 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.

3. Dalam wawancara dengan manajemen senior, analisis CSF dapat menjadi perantara yang baik dalam mengetahui informasi apa yang diperlukan oleh setiap individu.
4. Dengan menyediakan suatu hubungan antara kebutuhan dengan informasi, analisis CSF memegang peranan penting dalam memprioritaskan investasi modal yang potensial.
5. Analisis CSF sangat berguna dalam perencanaan sistem informasi pada saat strategi bisnis tidak berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan, dengan memfokuskan pada masalah-masalah tertentu yang paling kritis.

Dari tipe, tahapan, karakteristik dan manfaat CSF, CSF pasti mempunyai peran penting dalam suatu perencanaan strategis. Peranan CSF dalam perencanaan strategis adalah sebagai penghubung antara strategi bisnis organisasi dengan strategi sistem informasinya, memfokuskan proses perencanaan strategi SI pada area yang strategis, memprioritaskan usulan aplikasi SI dan mengevaluasi strategi SI (Ward *and* Peppard, 2002).

### **3.8 Analisis SWOT**

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



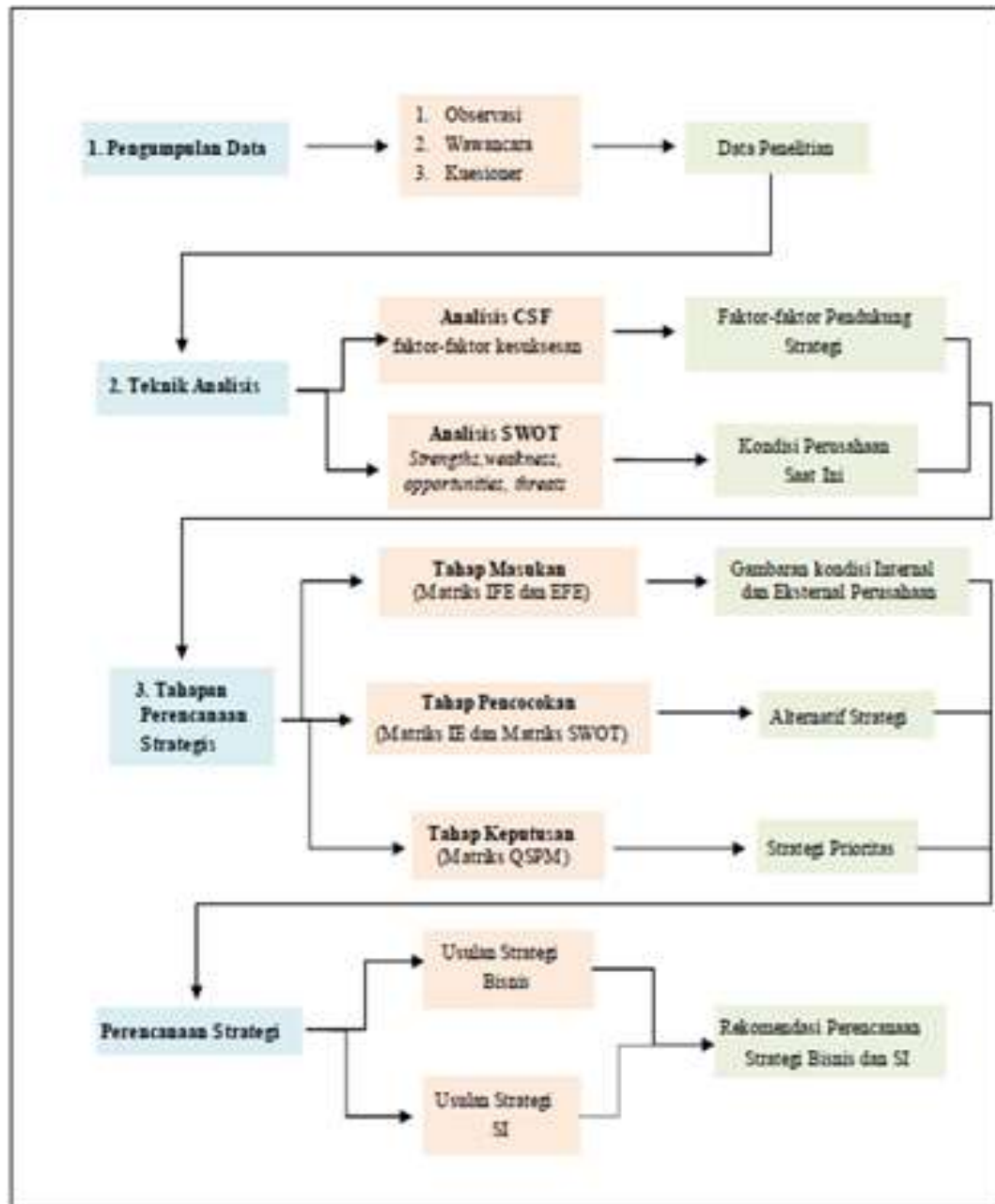
yang telah ditetapkan. Berhubung tingkat kesiapan fungsi ditentukan oleh tingkat kesiapan masing-masing faktor yang terlibat pada setiap fungsi, maka analisis SWOT dilakukan terhadap keseluruhan faktor dalam setiap fungsi, maka analisis SWOT dilakukan terhadap keseluruhan faktor dalam setiap fungsi, baik faktor internal maupun eksternal.

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 akan memberikan gambaran kondisi perusahaan saat ini dan akan merumuskan strategi untuk kedepannya, dengan melakukan tiga tahapan yaitu tahap masukan (Matriks IFE dan EFE), tahap pencocokan (Matriks IE dan Matriks SWOT) dan tahap keputusan (Matriks QSPM).

### **3.9 Tahapan Penelitian**

Pada Gambar 3.4 merupakan tahapan penelitian “Perencanaan Strategi Bisnis dan Strategi Sistem informasi Menggunakan Analisis *Critical Success Factor's* (Studi Kasus : PT. Rambang)”



**Gambar 3.4** Tahapan Penelitian

Tahapan-tahapan yang penulis lakukan pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.1 adalah:

1. Melakukan pengumpulan data. Pengumpulan data ini dilakukan juga dengan berbagai cara diantaranya wawancara, dengan mewawancarai beberapa

narasumber yang berhubungan dengan tema yang di bahas di penelitian ini untuk menentukan akar permasalahan sehingga menghasilkan *research question* yang dapat di jawab setelah penelitian ini berakhir.

2. Peneliti melakukan tahapan pemilihan fokus Area Bisnis dan TI. Setelah melakukan pemilihan fokus area maka selanjutnya menganalisis data yang telah didapatkan di tahap pengumpulan data, analisis tersebut ada dua teknik analisis yang digunakan yaitu analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) dan analisis CSF (*Critical Success Factors*).
3. Maka selanjutnya, mulai dengan tahapan-tahapan yang ada di CSF. Sebelum menganalisis SWOT, terlebih dahulu mencari tahu kandidat CSF yang ada di PT. Rambang, setelah itu barulah dapat dibuat pernyataan-pernyataan yang sesuai dengan kondisi perusahaan sekarang, kandidat-kandidat CSF dan karakteristik CSF yang meliputi intenal, eksternal, monitoring dan building. Setelah itu baru dapat diukur dengan analisis SWOT.
4. Setelah mendapatkan hasil dari analisis SWOT yang berupa data kondisi perusahaan saat ini dan analisis CSF yang berupa faktor-faktor pendukung strategi, hasil analisis CSF dan SWOT tersebut menjadi dasar perencanaan strategis, dalam perencanaan strategis ada 3 tahapan yaitu, tahap masukan, tahap pencocokan dan tahap keputusan. Setiap tahapan tersebut akan memperoleh hasil nantinya berupa, gambaran kondisi internal dan eksternal perusahaan dari tahap masukan dengan menggunakan Matriks IFE dan EFE sedangkan dari tahap pencocokan yang menggunakan Matriks IE dan Matriks SWOT hasilnya berupa alternatif-alternatif strategi dan pada tahap

keputusan yang menggunakan Matriks QSPM sebagai pengukurnya, maka didapatkan strategi-strategi yang menjadi prioritas atau strategi terpilih.

5. Setelah mendapatkan hasil dari setiap tahapan, maka tahap terakhir adalah perencanaan strategi yang nantinya berupa usulan-usulan strategi bisnis dan SI yang didapatkan dari tahap sebelumnya. Usulan-usulan strategi tersebut akan dibuat dalam bentuk rekomendasi perencanaan strategi bisnis dan strategi SI.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

Responden pada penelitian adalah kepala bagian setiap unit kerja di PT. Rambang yang berjumlah 6 responden.

##### 4.1.1 Deskripsi Data

Data pada penelitian ini diambil dengan melakukan observasi secara langsung, melakukan wawancara dan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan gambaran kondisi perusahaan saat ini dan gambaran strategi yang dapat digunakan perusahaan kedepannya.

##### 1. Analisis *Critical Success Factor's* (CSF)

Data dari analisis *Critical Success Factor's* (CSF) diperoleh dari rencana strategi perusahaan, hasil observasi langsung di PT. Rambang dan wawancara kepada kepala bagian setiap unit kerja. CSF dapat ditentukan jika melalui tahapan CSF yang ada, tahapannya adalah sebagai berikut:

##### 1. Mengidentifikasi misi perusahaan

Visi

PT. Rambang didirikan dengan maksud dan tujuan untuk membentuk perusahaan jasa percetakan dengan melakukan penanaman modal untuk memberi dan mewujudkan peningkatan kehidupan dan kesejahteraan masyarakat dan ikut mencerdaskan kehidupan bangsa terutama di daerah domisili perusahaan dengan didasarkan Pancasila.

### Misi

Menyelenggarakan pelayanan jasa cetak bagi masyarakat yang membutuhkan pelayanan dengan prinsip pelayanan yang memuaskan dalam hal kualitas / mutu, tepat waktu, pelayanan simpatik penuh tanggung jawab dan dengan harga yang wajar sehingga perusahaan dapat berkembang maju serta dapat mensejahterakan seluruh pihak yang berkepentingan baik pelanggan, karyawan, pemilik, mitra kerja dan masyarakat di lingkungan perusahaan dengan dasar etika usaha yang bersih, baik dan benar.

2. Setiap tujuan strategis harus dapat menjawab pertanyaan “wilayah bisnis apa yang penting bagi organisasi / perusahaan untuk mencapai tujuan ?” (Kandidat-kandidat CSF).

Sesuai dengan tahapan dan pertanyaan yang diajukan, maka di dapatlah hasil wawancara tersebut yang dilakukan dengan 6 responden yaitu karyawan PT. Rambang. Hasil wawancara yang hanya menjawab pertanyaan yang diajukan yaitu wilayah bisnis apa yang penting dan tujuannya, jawaban dari pertanyaan tersebut adalah kandidat-kandidat CSF. Berikut beberapa kandidat *Critical Success Factors* (CSF) beserta tujuannya yang berpengaruh terhadap kemajuan PT. Rambang.

**Tabel 4.1** Tujuan dan kandidat *Critical Success Factors* (CSF)

No.	Tujuan	Kandidat <i>Critical Success Factors</i> (CSF)
1.	Untuk menambah pelanggan dan memperoleh pendapatan	Menarik pelanggan baru
2.	Untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama dan <i>client</i>	<i>Discon/</i> promo khusus
3.	Supaya omzet perusahaan dapat meningkat	Memperbanyak order kotak makanan
4.	Untuk menghindari kerusakan sehingga sedikit pengeluaran untuk perbaikan maupun pembelian barang baru	Menjaga sarana dan prasarana yang ada
5.	Info mengenai promosi dan penjualan produk bisa dengan mudah disebarkan dan juga pelanggan tidak harus datang langsung ke tempat tapi bisa melalui pemesanan secara online dan dapat lebih cepat proses pengerjaannya	Memanfaatkan teknologi informasi untuk dapat melakukan penjualan secara <i>online</i>
6.	Supaya semua karyawan mengerti akan tugas dan wewenangnya masing-masing	Rumusan dan struktur organisasi yang jelas
7.	Untuk mengawasi pekerjaan setiap unit kerja dari awal pengerjaan sampai akhir pengerjaan order, agar order yang masuk sesuai dengan standarisasi perusahaan dan permintaan pelanggan	Adanya <i>Quality Control</i> setiap unit bagian
8.	Agar pelanggan mendapatkan permintaan yang sesuai dengan ordernya dan dapat terus mempercayakan pemesanan jasa cetak kepada perusahaan	Memberikan kualitas dan harga yang sesuai
9.	Karyawan yang disiplin dalam bekerja dapat membantu perusahaan mencapai target perusahaan	Meningkatkan kedisiplinan karyawan dalam bekerja
10.	SDM yang handal akan memperoleh keuntungan yang besar baik dalam hal kinerja maupun pendapatan	Merekrut SDM yang handal
11.	Supaya tidak ada lagi kekeliruan dalam hal pendataan gaji	Membuat sistem pendataan gaji karyawan
12.	Agar tidak ada lagi tumpukan tagihan yang belum bayar pesanan sehingga pembayaran dapat terkoordinir dengan baik	Membuat sistem keuangan atau sistem pembayaran pada pelanggan yang efektif

13.	Agar pelanggan merasa puas dengan hasil pesanannya dengan hasil yang sesuai dan pengerjaan yang cepat kedepannya pelanggan akan terus mempercayakan pesanan jasa cetak kepada perusahaan ini.	Bisa menyelesaikan pesanan dengan cepat dan sesuai dengan permintaan pelanggan
14.	Gunanya untuk mencegah kerusakan pada komputer ( <i>hardware, software, infrastruktur</i> )	Menjalankan kembali sistem <i>check up</i> pada setiap komputer ( <i>hardware, software, infrastruktur</i> ) setiap bulannya
15.	Memberikan identitas perusahaan sehingga perusahaan memiliki <i>brand</i> sendiri	<i>Brand Image</i>
16.	Pelanggan dapat menilai kalau perusahaan jasa cetak ini tidak asal cetak tetapi juga sangat memikirkan kemasannya sehingga barang yang di pesan pun dijamin tidak rusak.	Memberikan <i>packaging</i> yang baik
17.	Gunanya setiap karyawan bagian produksi dapat saling membantu dan saling belajar khususnya dalam menjalankan mesin-mesin produksi, sehingga jika salah satu karyawan tidak kerja, pekerjaannya tetap bisa berjalan karena rekannya sudah bisa mengambil alih pekerjaannya untuk sementara waktu	Menerapkan multitasking pada karyawan bagian produksi
18.	Untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan mengupayakan tidak ada keterlambatan dalam pengerjaan karena keterbatasan material	Ketersediaan bahan baku yang cukup dan berkualitas
19.	Untuk melengkapi fungsi perusahaan sebagai perusahaan di bidang percetakan maka tidak hanya bahan kertas yang mampu di cetak melainkan juga bahan bukan kertas.	Menyediakan pemesanan digital printing
20.	Untuk menarik pelanggan dengan menawarkan foto di tempat dan dapat langsung mencetak hasil fotonya.	Membuka studio foto
21.	Agar setiap karyawan maupun pemilik bisa selalu kompak dan solid untuk dapat memajukan perusahaan	Membuat jadwal kebersamaan dengan karyawan
22.	Agar <i>client</i> yang selama ini melakukan permintaan pesanan jasa cetak bisa terus bekerja sama dengan baik	Menjaga hubungan baik dengan <i>client</i>



Dari Tabel 4.1 terdapat beberapa kandidat CSF yang didapatkan dari hasil wawancara pertama dengan 6 responden yang ada di perusahaan. Kandidat-kandidat tersebut adalah faktor-faktor kritis yang berpengaruh untuk kemajuan dan keberhasilan perusahaan. Kandidat-kandidat tersebut akan di evaluasi kembali guna untuk melihat kesesuaian dengan strategi. Kandidat sebagai gambaran awal untuk mengetahui kondisi perusahaan saat ini yang nantinya digunakan analisis SWOT.

### 3. Hasil evaluasi setiap kandidat (CSF)

Setelah mengetahui kandidat *Critical Success Factors* (CSF) yang ada pada PT. Rambang, maka setiap kandidat tersebut akan di evaluasi kembali, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang paling kritis untuk keberhasilan perusahaan. Dari hasil evaluasi yang dilakukan melalui wawancara kepada pihak yang terkait dan observasi secara langsung, 22 kandidat *Critical Success Factors* (CSF) yang didapatkan di awal tidak semuanya menjadi faktor-faktor kritis yang dapat menunjang keberhasilan PT. Rambang. Berikut *Critical Success Factor's* (CSF) yang dapat menjadi faktor kesuksesan PT. Rambang.

**Tabel 4.2** *Critical Success Factor's* (CSF)

No.	<i>Critical Success Factor's</i> (CSF)
1.	Disiplin bekerja
2.	Hubungan kerjasama dengan perusahaan lain
3.	Kualitas produk dan pelayanan
4.	SDM yang handal
5.	<i>Brand Image</i>
6.	Ketersediaan bahan baku
7.	Sistem keuangan
8.	Teknologi informasi

Dari Tabel 4.2 dapat dilihat *Critical Success Factor's* (CSF) pada PT. Rambang hanya ada 8, 8 faktor tersebut ada di Tabel 4.1. Pada Tabel

4.1, CSF disiplin bekerja ada di no 9, CSF hubungan kerjasama dengan perusahaan lain ada di no 22, CSF kualitas produk dan pelayanan ada di no 8, CSF SDM yang handal ada di no 10, CSF *Brand Image* ada di no 15, CSF ketersediaan bahan baku ada di no 18, CSF sistem keuangan ada di no 12 dan CSF teknologi informasi ada di no 5. Ini menunjukkan jika hasil observasi di awal dan wawancara pertama yang menghasilkan 22 kandidat CSF tidak semuanya menjadi *Critical Success Factor's* (CSF) PT. Rambang. Setelah dilakukan evaluasi berkala, identifikasi terhadap kandidat-kandidat CSF dan komunikasi kembali kepada 6 responden ternyata hanya ada 8 CSF yang menjadi faktor-faktor kritis yang menunjang keberhasilan PT. Rambang. 8 faktor tersebut adalah faktor-faktor yang akan digunakan perusahaan untuk mempertahankan kekuatan yang dimiliki perusahaan seperti halnya faktor kualitas produk dan pelayanan, SDM yang handal dan *Brand Image* perusahaan dan memanfaatkan peluang yang ada dengan kecanggihan teknologi informasi dalam memperoleh informasi dengan cepat dan keefektifan kinerja karyawan dalam pengolahan data perusahaan dan juga selalu menjaga hubungan kerjasama dengan perusahaan lain guna untuk dapat mempermudah jalannya bisnis baik dalam hal finansial maupun yang lainnya. Faktor-faktor keberhasilan yang ada pada Tabel 4.2 dapat dilihat di lampiran wawancara 1-6 halaman 105-160.

## 2. Analisis SWOT

Data dari analisis SWOT diperoleh dari hasil analisis *Critical Success Factor's* (CSF), observasi langsung di PT. Rambang dan wawancara kepada kepala bagian setiap unit kerja dengan memberikan beberapa pertanyaan mengenai kondisi perusahaan saat ini dan target perusahaan kedepannya. Berikut hasil analisis SWOT yang ada di PT. Rambang:

**Tabel 4.3** Hasil Analisis SWOT

<b>Faktor Internal</b>	
<b><i>Strengths</i></b>	<b><i>Weaknesses</i></b>
1. Perusahaan memiliki sistem informasi dan bersifat <i>userfriendly</i>	1. Visi dan misi perusahaan yang sepenuhnya belum tercapai
2. Perusahaan mempunyai <i>packaging</i> yang baik	2. Adanya kendala dalam melakukan proses tagihan pembayaran dengan pelanggan
3. Lokasi perusahaan sangat strategis	3. Harga jual yang mahal
4. Perusahaan mempunyai bahan baku yang berkualitas	4. Keterlambatan persediaan bahan baku
5. Perusahaan memiliki mesin-mesin cetak yang canggih	5. Belum ada sistem pemesanan produk melalui online
6. Perusahaan memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan	6. Belum ada sistem informasi yang dikhususkan untuk pendataan gaji karyawan
7. Perusahaan melakukan pengawasan material dan persediaan dengan baik	7. Koneksi jaringan perusahaan yang lambat
8. Perusahaan memiliki sumber daya manusia yang handal	8. Belum ada pengawasan khusus dari order masuk sampai selesai pengerjaan order
	9. Website perusahaan belum bekerja secara optimal sehingga butuh peninjauan ulang kembali
	10. Kegiatan promosi produk seringkali tidak tepat sasaran
<b>Faktor Eksternal</b>	
<b><i>Opportunities</i></b>	<b><i>Threats</i></b>
1. Banyak membuka usaha restoran atau tempat makan akan meningkatkan permintaan order kotak makanan dll	1. Munculnya perusahaan dalam bidang yang sejenis dengan harga yang lebih terjangkau
2. Melakukan penawaran cetakan secara langsung kepada perusahaan yang baru berdiri	2. Kenaikan harga bahan baku dan BBM mempengaruhi daya beli yang tinggi
3. Perusahaan memiliki hubungan kerja sama yang baik dengan perusahaan lain (seperti: Bank, dll)	3. Semua pengolahan data belum terintegrasi dengan baik dalam sistem informasi

4. Ikut bergabung dengan sistem e commerce guna mempromosikan produk	4. Sering terjadinya turun-naik suku bunga
5. Memerlukan sistem monitoring dalam melakukan proses kerja order masuk sampai selesai	5. Kemajuan teknologi membuat masyarakat lebih memilih melihat informasi dari teknologi dari pada media cetak
6. Memanfaatkan secara maksimal media sosial untuk promosi dan baca situasi trend saat ini	

Dari Tabel 4.3 Terdapat 18 faktor internal dan 11 faktor eksternal, dengan harapan kalau kekuatan yang ada di PT. Rambang bisa terus dipertahankan dan ditingkatkan dan memanfaatkan peluang yang ada untuk menghindari ancaman dari luar dan mengurangi kelemahan yang ada saat ini. Pernyataan-pernyataan SWOT yang ada pada Tabel 4.3 dapat dilihat di lampiran wawancara 1-6 halaman 105-160.

#### **4.1.2 Perumusan Strategi**

Dari hasil analisis *Critical Success Factor's* (CSF) dan analisis SWOT mengenai perencanaan strategi bisnis dan strategi sistem informasi pada PT. Rambang dengan menggunakan tiga tahap yaitu, tahap masukan (Matriks IFE dan EFE), tahap pencocokan (Matriks IE dan Matriks SWOT) dan tahap keputusan (Matriks QSPM).

##### **1. Matriks IFE dan EFE**

Nilai dari Matriks IFE dan EFE diperoleh dari penyebaran kuesioner SWOT kepada 6 responden yang ada di PT. Rambang. Kuesioner SWOT tersebut diolah dan dapatlah nilai bobot dan rating masing-masing faktornya. Berikut adalah nilai IFE dan EFE:

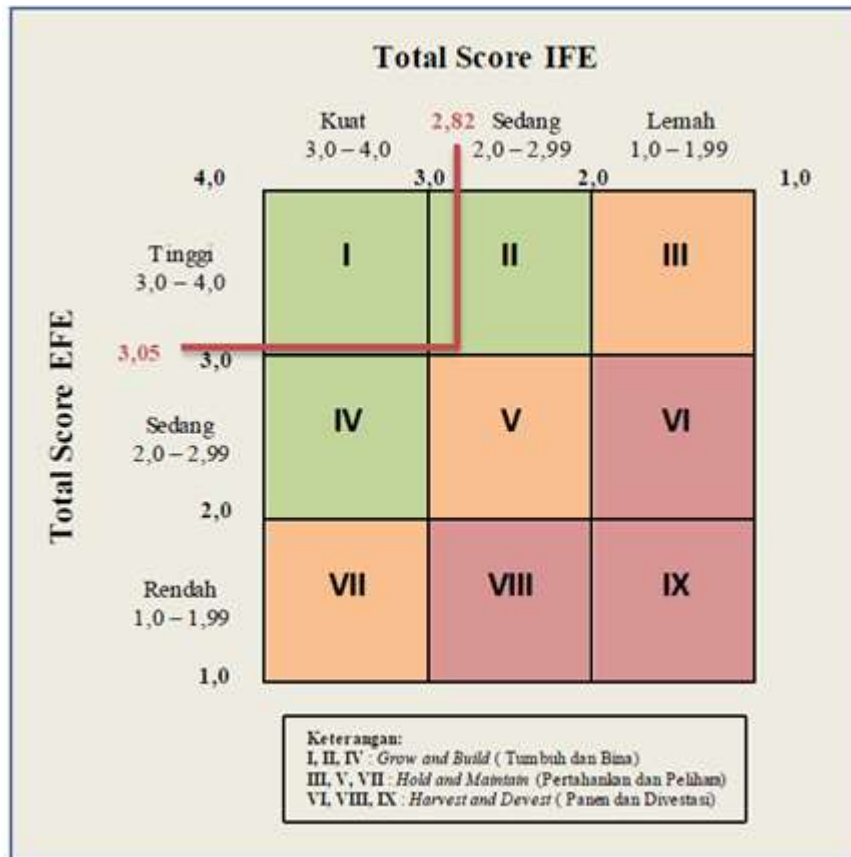
**Tabel 4.4** Hasil IFE dan EFE

<b>Matriks</b>	<b>Dominan</b>	<b>Score</b>	<b>Total</b>
<b>IFE</b>	<i>Strengths</i>	1,27	<b>2,82</b>
	<i>Weaknesses</i>	1,55	
<b>EFE</b>	<i>Opportunities</i>	1,5	<b>3.05</b>
	<i>Threats</i>	1,55	

Dari Tabel 4.4 diketahui faktor eksternal lebih besar daripada faktor internal dan terlihat juga bahwa dominan *Strengths* paling rendah diantara dominan yang lain, oleh karena itu PT. Rambang harus mempertahankan kekuatan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Tujuannya untuk meminimalisir ancaman dari pihak luar dan mengurangi kelemahan perusahaan. Proses perhitungan Matriks IFE dan EFE secara lebih rinci dapat dilihat di lampiran hasil perhitungan matriks halaman 175 dan 176.

## **2. Matriks IE (Internal Eksternal)**

Gambaran posisi titik kuadran PT. Rambang diperoleh dari nilai Matriks IFE dan EFE. Titik kuadran tersebut dapat menunjukkan strategi apa yang tepat untuk perusahaan kedepannya. Berikut gambar Matriks IE untuk PT. Rambang:



**Gambar 4.1** Hasil Matriks IE

Berdasarkan dari Matriks IFE dan EFE PT. Rambang, diketahui nilai IFE adalah 2,82 dan nilai EFE adalah 3,05, dapat disimpulkan PT. Rambang berada pada kuadran II (*grow and build*) yang berarti tumbuh dan bina. Oleh karena itu strategi yang cocok adalah intensif ( penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan dan integrasi horizontal).

### 3. Matriks SWOT

Matriks SWOT akan menghasilkan beberapa strategi alternatif yang diperoleh dari *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats* sesuai dengan posisi perusahaan saat ini, pada matriks IE posisi titik perusahaan ada di kuadran II

yaitu *Grow and build strategy*. Alternatif–alternatif strategi yang didapat sebagai berikut:

**Tabel 4.5** Matriks SWOT

<p><b>IFE</b></p> <p><b>EFE</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>STRENGTHS (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perusahaan memiliki sistem informasi dan bersifat <i>userfriendly</i></li> <li>2. Perusahaan mempunyai <i>packaging</i> yang baik</li> <li>3. Lokasi perusahaan sangat strategis</li> <li>4. Perusahaan mempunyai bahan baku yang berkualitas</li> <li>5. Perusahaan memiliki mesin-mesin cetak yang canggih</li> <li>6. Perusahaan memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan</li> <li>7. Perusahaan melakukan pengawasan material dan persediaan dengan baik</li> <li>8. Perusahaan memiliki sumber daya manusia yang handal</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>WEAKNESSES (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Visi dan misi perusahaan yang sepenuhnya belum tercapai</li> <li>2. Adanya kendala dalam melakukan proses tagihan pembayaran dengan pelanggan</li> <li>3. Harga jual yang mahal</li> <li>4. Keterlambatan persediaan bahan baku</li> <li>5. Belum ada sistem pemesanan produk melalui online</li> <li>6. Belum ada sistem informasi yang dikhususkan untuk pendataan gaji karyawan</li> <li>7. Koneksi jaringan perusahaan yang lambat</li> <li>8. Belum ada pengawasan khusus dari order masuk sampai selesai pengerjaan order</li> <li>9. Website perusahaan belum bekerja secara optimal sehingga butuh peninjauan ulang kembali</li> <li>10. Kegiatan promosi produk seringkali tidak tepat sasaran</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>OPPORTUNITIES (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyak membuka usaha restoran atau tempat makan akan meningkatkan permintaan order kotak makanan dll</li> <li>2. Melakukan penawaran cetakan secara langsung kepada perusahaan yang baru berdiri</li> <li>3. Perusahaan memiliki hubungan kerja sama yang baik dengan perusahaan lain (seperti: Bank, dll)</li> <li>4. Ikut bergabung dengan sistem e commerce guna mempromosikan produk</li> <li>5. Memerlukan sistem monitoring dalam melakukan proses kerja order masuk sampai selesai</li> <li>6. Memanfaatkan secara maksimal media sosial untuk promosi dan baca situasi trend saat ini</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kualitas dan pelayanan yang baik untuk menarik pelanggan. (S4,S6,O1) "Strategi Pengembangan Pasar"</li> <li>2. Memanfaatkan sistem informasi untuk monitoring proses order dan promosi produk (S1,O5,O6) "Strategi Penetrasi Pasar"</li> <li>3. Meningkatkan kemampuan SDM dan kerjasama untuk mencapai tujuan perusahaan (S8,O3) "Strategi Pengembangan Produk"</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan media sosial secara maksimal untuk promosi (O6,W10) "Strategi Penetrasi Pasar"</li> <li>2. Membuat sistem informasi untuk proses order (O5,W8) "Strategi Pengembangan Produk"</li> <li>3. Menjalin kerjasama dengan perusahaan lain agar visi dan misi perusahaan dapat tercapai (O3,W1) "Strategi Pengembangan Pasar"</li> <li>4. Pengoptimalan kerja website untuk menarik pelanggan baru (O1,W9) "Strategi Penetrasi Pasar"</li> <li>5. Restrukturisasi hutang untuk mempercepat proses pengadaan material (O3,W4) "Strategi Pengembangan Produk"</li> <li>6. Percepatan penarikan piutang untuk memperkuat cash flow permodalan (O3,W2) "Strategi Pengembangan Produk"</li> <li>7. Membuat sistem pembayaran, pendataan gaji karyawan dan penjualan online dengan memanfaatkan teknologi informasi (O7,W2,W6,W5) "Strategi Pengembangan Produk"</li> </ol>

<b>THREATS (T)</b>	<b>STRATEGI ST</b>	<b>STRATEGI WT</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Munculnya perusahaan dalam bidang yang sejenis dengan harga yang lebih terjangkau</li> <li>2. Kenaikan harga bahan baku dan BBM mempengaruhi daya beli yang tinggi</li> <li>3. Semua pengolahan data belum terintegrasi dengan baik dalam sistem informasi</li> <li>4. Sering terjadinya turun-naik suku bunga</li> <li>5. Kemajuan teknologi membuat masyarakat lebih memilih melihat informasi dari teknologi dari pada media cetak</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melihat ketersediaan bahan baku (S7,T5) "Strategi Pengembangan Produk"</li> <li>2. Meningkatkan kualitas dengan harga yang terjangkau ( S4,T1) "Strategi Pengembangan Pasar"</li> <li>3. Mengembangkan sistem informasi untuk membantu kinerja karyawan (S1,T3) "Strategi Pengembangan Produk"</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan diskon khusus kepada pelanggan baru (T1,W3) "Strategi Penetrasi Pasar"</li> <li>2. Pengembangan sistem informasi untuk meningkatkan eksistensi perusahaan (T3, W5,W6) "Strategi Pengembangan Produk"</li> <li>3. Menyempurnakan tata kelola dan budaya kinerja (T1,T3,T4,W1,W2,W4,W8,W10) "Strategi Pengembangan Produk"</li> </ol>

Dari Tabel 4.5 ada 16 alternatif strategi berdasarkan dominan SWOT yang terbagi menjadi 4 yaitu SO, WO, ST, WT. Alternatif strategi tersebut mencakup strategi bisnis dan strategi sistem informasi. Alternatif strategi yang dapat digunakan PT. Rambang yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Secara keseluruhan, jumlah strategi penetrasi pasar ada 4 strategi, jumlah strategi pengembangan pasar ada 3 strategi dan jumlah strategi pengembangan produk ada 9 strategi.

#### 4. Matriks QSPM

Alternatif strategi yang didapat tetap harus di evaluasi secara objektif, untuk mengevaluasi strategi digunakan Matriks QSPM yang berarti tahap keputusan. Dimana alternatif-alternatif strategi yang diperoleh dari Matriks SWOT akan diputuskan apakah layak untuk menunjang kemajuan perusahaan atau tidak. Berikut adalah hasil Matriks QSPM berdasarkan faktor-faktor sukses utama internal – eksternal yang telah diidentifikasi:



**Tabel 4.6** Hasil Matriks QSPM

Strategi	Kategori		Total Daya	Prioritas
	Bisnis	Sistem Informasi		
S1	√		5,904	3
S2		√	5,444	7
S3	√		5,663	5
S4	√		5,243	10
S5		√	5,429	9
S6	√		6,024	2
S7		√	4,859	16
S8	√		5,053	14
S9	√		4,956	15
S10		√	5,550	6
S11		√	5,133	13
S12	√		5,435	8
S13		√	5,211	11
S14	√		5,174	12
S15		√	5,668	4
S16	√		6,227	1

Dari Tabel 4.6 dapatlah strategi bisnis berjumlah 9 strategi dan 7 strategi untuk strategi sistem informasinya. Hasil dari Matriks QSPM, menyempurnakan tata kelola dan budaya kinerja (S16) adalah strategi prioritas pertama yang harus dilakukan PT. Rambang dengan Total daya 6,227. Proses perhitungan Matriks QSPM secara lebih rinci dapat dilihat di lampiran hasil perhitungan matriks halaman 177-192.

## **4.2 Rekomendasi Perencanaan Strategi Bisnis**

### **4.2.1 Rencana Strategi**

Pada perusahaan PT. Rambang, tidak akan dilakukan perubahan visi dan misi untuk kedepannya. Peneliti mengusulkan agar tetap mempertahankan visi dan misi perusahaan. Selain itu, visi dan misi tetap dipertahankan dengan alasan agar perusahaan dapat mencapai visi dan misinya yang telah ditetapkan terlebih dahulu agar dapat mengetahui strategi bisnis dan sistem informasi dalam perusahaan.

#### **4.2.1.1 Visi Perusahaan**

PT. Rambang didirikan dengan maksud dan tujuan untuk membentuk perusahaan jasa percetakan dengan melakukan penanaman modal untuk memberi dan mewujudkan peningkatan kehidupan dan kesejahteraan masyarakat dan ikut mencerdaskan kehidupan bangsa terutama di daerah domisili perusahaan dengan didasarkan Pancasila.

#### **4.2.1.2 Misi Perusahaan**

Menyelenggarakan pelayanan jasa cetak bagi masyarakat yang membutuhkan pelayanan dengan prinsip pelayanan yang memuaskan dalam hal kualitas / mutu, tepat waktu, pelayanan simpatik penuh tanggung jawab dan dengan harga yang wajar sehingga perusahaan dapat berkembang maju serta dapat mensejahterakan seluruh pihak yang berkepentingan baik pelanggan, karyawan, pemilik, mitra kerja dan masyarakat di lingkungan perusahaan dengan dasar etika usaha yang bersih, baik dan benar.

#### 4.2.2 *Concept of Operation (CONOPS) Scenario*

Dokumen naratif yang dibuat peneliti ini mendeskripsikan bagaimana perusahaan beroperasi beberapa tahun kedepan. Berikut *Scenario* yang dibuat peneliti dari proses order masuk sampai dengan selesai:

1. Melakukan Pemesanan
  - a. Pelanggan melakukan pemesanan cetak kepada perusahaan melalui Bagian *Sales* dengan datang langsung ke perusahaan/via telepon.
  - b. Pelanggan bisa langsung bertemu Bagian Desain dengan datang langsung ke perusahaan.
2. Sistem pendataan order masuk dan pembayaran awal / DP pada bagian Keuangan
  - a. Bagian *Sales* yang menerima order langsung dari pelanggan akan segera membuat *Purchase Order* dan menginput data ke dalam SIM Rambang.
  - b. Jika pelanggan langsung ke Bagian Desain maka Bagian Desain akan menginput data pesanan diterima ke dalam SIM Rambang.
  - c. Sistem pada Bagian Keuangan mendapat *signal-ing* untuk segera memeriksa *Purchase Order* untuk melihat harga order yang nantinya pelanggan akan membayar *Down Payment* (DP) terlebih dahulu sebelum pesannya di proses.
  - d. Bagian *Sales* memberikan nota pembayaran kepada pelanggan dan meminta pelanggan untuk membayar DP terlebih dahulu kepada bagian Keuangan.

- e. Pelanggan dapat melakukan pembayaran awal ke Bagian Keuangan secara langsung dengan datang ke perusahaan atau transfer melalui bank.
  - f. Bagian Keuangan memberikan tanda bukti kwintasi pembayaran awal kepada pelanggan.
  - g. Bagian Keuangan menginput data pembayaran awal ke dalam SIM Rambang.
3. Sistem pada Bagian *Quality Control* mendapat *signal*-ing untuk segera memeriksa data order yang masuk yang telah melakukan proses pembayaran awal.
  4. Jika Bagian Desain telah menyelesaikan pekerjaannya maka Bagian Desain akan menginput data kalau pesanan telah jadi dan siap untuk di koreksi terlebih dahulu oleh Bagian *Quality Control*.
  5. Bagian *Quality Control* memeriksa hasil desain
    - a. Sistem pada Bagian *Quality Control* mendapat *signal*-ing untuk segera memeriksa hasil desain dari Bagian Desain.
    - b. Jika hasil tersebut sesuai dengan permintaan pelanggan yang telah terdata sebelumnya, maka Bagian *Quality Control* akan menyetujui desain tersebut dan menginput data ke SIM Rambang kalau desain tersebut siap di produksi. Jika hasil belum sesuai dengan permintaan pelanggan maka Bagian *Quality Control* menginput data ke SIM Rambang kalau desain tersebut belum bisa di produksi.

- c. Sistem pada Bagian Desain mendapat *signal-ing* untuk segera memeriksa tanggapan dari bagian *Quality Control* mengenai hasil desainnya apakah di terima atau tidak.
6. Jika hasil desain sudah sesuai dengan permintaan pelanggan, itu berarti siap untuk di produksi. Sistem pada Bagian Kabag. Produksi mendapat *signal-ing* untuk segera memeriksa *Purchase Order* untuk menentukan material atau bahan baku yang dibutuhkan pada saat proses produksi sesuai dengan pesanan.
7. Bagian Kabag. Produksi menginput Form Material Produksi ke dalam SIM Rambang yang berisikan material atau bahan baku apa saja yang dibutuhkan pada saat produksi sesuai dengan pesanan.
8. Sistem pada Bagian Penyimpanan
  - a. Bagian Penyimpanan mendapat *signal-ing* untuk mengecek Form Material Produksi.
  - b. Bagian Penyimpanan akan mengirimkan bahan baku yang dibutuhkan untuk proses produksi berdasarkan Form Material Produksi ke Bagian Produksi.
  - c. Jika bahan baku yang dibutuhkan tidak tersedia maka Bagian Penyimpanan akan membuat Surat Permintaan Bahan Baku dan diinput kedalam SIM Rambang.
9. Permintaan bahan baku dan pengajuan pembelian bahan baku
  - a. Bagian Logistik menerima *signal-ing* untuk memeriksa Surat Permintaan Bahan Baku.

- b. Bagian Logistik membuat Surat Pemesanan Bahan Baku yang kemudian di input ke dalam SIM Rambang.
  - c. Sistem pada Bagian Keuangan mendapat *signal*-ing untuk memeriksa Surat Pemesanan Bahan Baku dari Bagian Logistik.
  - d. Jika Bagian Keuangan menyetujui pemesanan tersebut, maka Bagian Keuangan memberikan dana pembelian bahan baku kepada Bagian Logistik.
  - e. Bagian Keuangan menginput data ke SIM Rambang berupa keterangan kalau ada pengeluaran untuk pembelian bahan baku dan dana tersebut telah diberikan kepada Bagian Logistik.
10. Bagian Logistik menginput data untuk melakukan pembelian bahan baku ke dalam SIM Rambang.
11. Bagian Logistik mencetak Surat Pembelian Bahan Baku dan mengirimkannya ke *Supplier*.
12. Pembelian bahan baku dari *Supplier*
- a. Pihak *Supplier* menerima Surat Pembelian Bahan Baku dan menyiapkan bahan baku yang dibutuhkan oleh Perusahaan, kemudian *Supplier* mengirimkan bahan baku ke Bagian Logistik.
  - b. Bagian Logistik menginput data ke dalam SIM Rambang kalau barang sudah ada.
  - c. Sistem pada Bagian Penyimpanan mendapat *signal*-ing untuk memeriksa dan mengambil bahan baku yang telah dipesan.
  - d. Sistem pada Bagian Keuangan mendapat *signal*-ing untuk melihat bahan baku yang telah masuk dan melihat harga setiap bahan baku

yang dibeli dan nantinya akan disesuaikan dengan dana yang dikeluarkan dan dana sisa pembelian.

- e. Bagian Keuangan menginput data total biaya pengeluaran untuk pembelian bahan baku ke SIM Rambang.

13. *Monitoring Quality Control* terhadap bahan baku yang baru masuk

- a. Sistem pada Bagian *Quality Control* mendapat *signal-ing* untuk melihat data bahan baku yang baru masuk yang dibeli dari *Supplier*.
- b. Bagian *Quality Control* menginput data keterangan bahan baku yang di pesan sesuai dengan standar Perusahaan ke dalam SIM Rambang.
- c. Bagian *Quality Control* mengecek langsung bahan baku yang baru masuk di Bagian Penyimpanan.

14. Bagian Penyimpanan memberikan bahan baku ke Bagian Produksi.

- a. Bagian Penyimpanan memberikan bahan baku yang dibutuhkan Bagian Produksi.
- b. Bagian Penyimpanan menginput data bahan baku sudah ada di Bagian Produksi sesuai dengan permintaan produksi sebelumnya ke dalam SIM Rambang.
- c. Sistem pada Kabag. Produksi mendapat *signal-ing* untuk melihat bahan baku yang telah diberikan ke Bagian Produksi apakah bahan baku yang dikirimkan sesuai dengan permintaan produksi sebelumnya atau tidak.

15. Pengerjaan order di Bagian Produksi

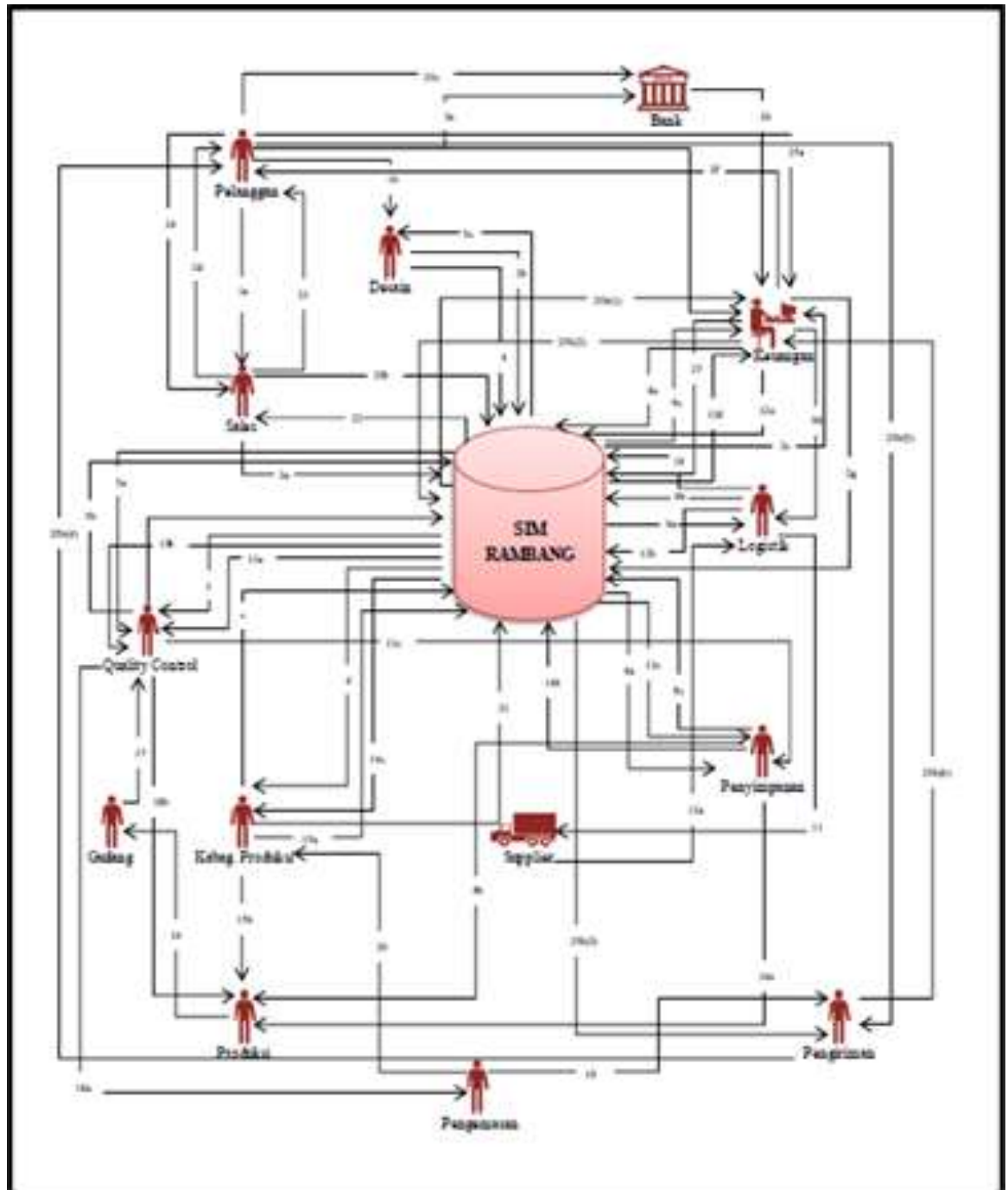
- a. Kabag. Produksi menginput data keterangan kalau bahan baku yang di kirim sesuai permintaan dan siap untuk di produksi ke dalam SIM Rambang.
  - b. Kabag. Produksi memberikan perintah untuk memulai pengerjaan order ke Bagian Produksi.
16. Setelah produksi order selesai, Bagian Produksi kemudian mengirim barang ke Bagian Gudang.
  17. Bagian Gudang mengirim barang ke Bagian *Quality Control* untuk pengecekan guna menghindari cacat produksi atau karena unit kurang sempurna.
  18. Bagian *Quality Control* melakukan pengecekan barang yang sudah masuk.
    - a. Bagian *Quality Control* akan meneruskan barang yang dinilai layak ke Bagian Pengemasan.
    - b. Bagian *Quality Control* akan mengembalikan barang yang dinilai tidak layak ke Bagian Produksi untuk melakukan perbaikan/pengerjaan ulang.
  19. Bagian Pengemasan melakukan pembungkusan unit yang siap untuk dikirim, kemudian diteruskan ke Bagian Pengiriman.
  20. Bagian Pengemasan memberikan hasil Form Produksi yang telah diisi sepenuhnya oleh Bagian Produksi, Bagian Gudang, dan Bagian *Quality Control* ke Kabag. Produksi.
  21. Kabag. Produksi menerima Form Produksi dan segera menginput ke dalam SIM Rambang.



22. Sistem pada Bagian *Sales* menerima *signal-ing* untuk memeriksa Form Produksi dan segera membuat Surat Jalan Jasa Pengiriman.
23. Bagian *Sales* menghubungi pelanggan kalau pesannya telah selesai dan bisa diambil atau pelanggan meminta untuk dikirim dengan jasa pengiriman PT. Rambang dan Bagian *Sales* juga menanyakan untuk pembayaran sisanya kepada pelanggan apakah melalui jasa pengiriman PT. Rambang yang akan dibayar di tempat pengiriman atau bayar secara langsung ke perusahaan atau transfer ke rekening Perusahaan.
24. Pelanggan memberikan konfirmasi mengenai pesannya dan proses pembayaran yang dipilihnya.
25. Ada beberapa cara pelanggan untuk membayar pesannya.
  - a. Pelanggan datang langsung ke perusahaan dan menemui Bagian Keuangan dengan memperlihatkan kwitansi pembayaran awal (DP) yang telah dilakukan sebelumnya.
  - b. Bagian *Sales* menginput Surat Jalan jasa pengiriman ke dalam SIM Rambang.
    1. Sistem pada Bagian Keuangan menerima *signal-ing* dan segera memeriksa Form Produksi yang ada dalam SIM Rambang untuk segera dibuatkan *Invoice*.
    2. Bagian Keuangan menginput *Invoice* ke dalam SIM Rambang.
    3. Sistem pada Bagian Pengiriman menerima *signal-ing* untuk memeriksa *Invoice* dan Surat Jalan yang ada dalam SIM Rambang dan mencetaknya beserta Form Kwitansi untuk dikirim ke pelanggan beserta barang yang dipesannya.

4. Bagian Pengiriman mengirimkan barang beserta *Invoice*, Surat Jalan, dan Kwitansi ke pelanggan.
  5. Pelanggan menerima barang, Surat Jalan, dan *Invoice* dari Bagian Pengiriman, lalu pelanggan melakukan pembayaran di tempat dan diserahkan pada Bagian Pengiriman
  6. Bagian Pengiriman memberikan salinan Form Kwitansi ke Bagian Keuangan.
- c. Pelanggan melakukan pembayaran dengan transfer ke rekening perusahaan.
26. Uang pembayaran yang melalui transfer langsung terupdate ke dalam sistem Bagian Keuangan.
  27. Bagian Keuangan menginput Form Kwitansi ke dalam SIM Rambang.

Dari CONOPS *Scenario* ada 27 rangkaian aktifitas yang menjadi usulan untuk PT. Rambang dalam memperbaiki kinerja setiap bagian unit kerja. Menggambarkan aktifitas kerja setiap bagian perlu diagram yang jelas, untuk itu dibuatlah CONOPS Diagram. Berikut usulan CONOPS Diagram PT. Rambang yang sesuai dengan CONOPS *Scenario*:



Gambar 4.2 Usulan CONOPS Diagram

Dari Gambar 4.2 terdeskripsi grafis tingkat tinggi yang menjelaskan bagaimana aktivitas pada setiap unit kerja. Diagram CONOPS sangat penting bagi perusahaan, seperti yang sudah di deskripsikan dalam satu gambar segala aktifitas kebanyakan di CONOPS saat ini, begitu juga hubungan dengan aktifitas tersebut. Gambar CONOPS menjadi landasan untuk perusahaan mengerti apa yang terjadi di tingkatan dasar.

### **4.2.3 Tingkatkan Produk dan Layanan Bisnis**

#### **4.2.3.1 Ringkasan Bisnis**

PT. Rambang adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang percetakan dan penerbitan. Perusahaan ini dapat melakukan produksi cetak jenis kertas maupun bahan kaca ataupun kayu. Jenis produk cetakan, desain dan ukuran sesuai dengan pesanan dari para pelanggan.

#### **4.2.3.2 Usulan Unit Kerja**

Peneliti mempunyai usulan untuk menambahkan beberapa bagian unit kerja yang berperan dalam kegiatan bisnis di perusahaan.

##### **1. Kepala Bagian Penyimpanan**

1. Bertanggung jawab atas barang yang disimpan di gudang.

2. Mendata jumlah barang yang ada digudang.

##### **2. Kepala Bagian TI/SI**

1. Meningkatkan kualitas TI/SI yang ada di perusahaan.

2. Merencanakan dan mengembangkan strategi sistem informasi di perusahaan.

3. Bertanggung jawab atas TI/SI yang ada diperusahaan.

#### 4.2.3.3 Strategi Perusahaan dan Strategi Usulan

PT. Rambang memiliki strategis untuk menarik pelanggan, strategi yang dimiliki saat ini belum mencapai target perusahaan. Oleh karena itu, peneliti memberikan usulan strategis yang dapat membantu perusahaan untuk dapat mencapai target dan visi misinya. Berikut gambaran strategi perusahaan dan strategi usulan:

**Tabel 4.7** Strategi Perusahaan dan Strategi Usulan

Strategi Perusahaan	Strategi Usulan
Peningkatan kualitas karyawan yang profesional dalam memberikan pelayanan	Menyempurnakan tata kelola dan budaya kinerja
Sosialisasi peraturan dan penataan dokumen	Menjalin kerjasama dengan perusahaan lain agar visi dan misi perusahaan dapat tercapai
Pengembangan dan pemanfaatan sistem informasi sesuai dengan perkembangan IPTEK	Meningkatkan Kualitas dan pelayanan yang baik untuk menarik pelanggan
Kontrol unit pemasaran dan produksi dan mempertahankan kualitas.	Meningkatkan kemampuan SDM dan kerjasama untuk mencapai tujuan perusahaan
Optimalisasi sarana dan prasarana layanan perusahaan	Memanfaatkan media sosial secara maksimal untuk promosi
Penguatan program perencanaan dan penganggaran serta evaluasi kinerja	Memberikan diskon khusus kepada pelanggan baru
	Restrukturisasi hutang untuk mempercepat proses pengadaan material
	Percepatan penarikan piutang untuk memperkuat <i>cash flow</i> permodalan

Dari Tabel 4.7 ada beberapa strategi perusahaan yang masih berjalan sampai saat ini dan ada strategi usulan yang diperoleh peneliti dari hasil analisis *Critical Success Factor's* dan SWOT serta dari metode pengumpulan data melalui wawancara kepada seluruh kepala bagian unit kerja.

#### **4.2.3.4 Prospek Pasar dan Strategi Kompetitif**

##### **1. Prospek Pasar**

Pangsa pasar untuk perusahaan percetakan cukup menjamin, karena meningkatnya permintaan produk seiring dengan banyaknya pembangunan di Indonesia diantaranya usaha menengah, perguruan tinggi, hotel dan lain-lain dan juga banyaknya kegiatan / acara yang dilakukan oleh suatu komunitas, organisasi dan lain-lain di Indonesia yang dapat meningkatkan permintaan order untuk mencetak seperti banner, spanduk, brosur dan sebagainya.

##### **2. Strategi Kompetitif**

Perusahaan yang bergerak di bidang percetakan dan penerbitan terbilang sudah sangat banyak, oleh karena itu, perusahaan tetap berusaha untuk meningkatkan kualitas kinerja, kualitas produk, dan menjalin hubungan baik dengan para *supplier* dan juga pelanggan.

#### **4.2.3.5 Mitra Bisnis dan Aliansi**

PT. Rambang sudah memiliki sejumlah rekan tetap dalam hal memasok material-material bahan baku yang sudah terjalin cukup lama. Dalam pemilihan bahan baku perusahaan mencari *supplier* yang berkompeten yang mampu menyediakan bahan baku yang berkualitas. *Supplier* nya pun ada yang berasal dari luar kota dan dalam kota, tergantung perusahaan dalam memesan bahan baku luar kota atau dalam kota.

### **4.3 Rekomendasi Perencanaan Strategi Sistem Informasi**

#### **4.3.1 Rencana Strategi**

Salah satu bentuk hasil dari proses perencanaan SI, strategi ini akan menjelaskan bagaimana sistem dan strategi SI dapat dimanfaatkan dalam mendukung strategi bisnis perusahaan yang berkaitan dengan pencapaian visi dan misi perusahaan, serta strategi bisnis itu juga disesuaikan dengan strategi bisnis yang dimiliki oleh perusahaan.

1. Menyediakan akses informasi melalui media elektronik kepada pihak yang terkait dengan perusahaan. Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi, PT. Rambang mengharapkan adanya pemanfaatan teknologi informasi yang maksimal untuk mendukung strategi bisnis perusahaan.
2. Membuka jalur perdagangan, pelayanan, dan pemasaran produk melalui media elektronik sebagai upaya pemuasan pelanggan karena perusahaan ingin menjalin hubungan yang baik dengan pelanggannya, maka perusahaan terus mencari cara untuk secara terus-menerus dapat meningkatkan kualitas hubungan pelanggannya. Hal ini dapat dicapai dengan memanfaatkan TI untuk mengintegrasikan dan mengotomatisasi banyak proses layanan pada pelanggan dalam pemesanan, pemasaran serta layanan terhadap pelanggan.
3. Menyediakan akses informasi yang cepat & akurat kepada pihak eksekutif. Dengan adanya proses transaksi menggunakan teknologi informasi perusahaan dapat memproses data secara cepat dan akurat, hal ini harus didukung oleh pengolahan data menjadi informasi

yang berguna bagi manajerial sebagai pendukung keputusan para eksekutif.

4. Melakukan pengawasan terhadap ketersediaan bahan baku agar saat melakukan produksi order, bahan baku sedia di tempat tidak ada lagi menunggu bahan baku untuk dibeli terlebih dahulu. Jadi produksi dapat dilakukan secara cepat. Untuk melakukan pengawasan tersebut bisa dengan memanfaatkan TI untuk membuat sistem monitoring untuk melihat ketersediaan bahan baku.
5. Dalam proses penerimaan order tidak hanya menginput data order kemudian langsung diserahkan ke bagian desain pemasaran atau produksi, butuh pengecekan kembali apakah order yang diterima sesuai permintaan atau tidak. Pengecekan tidak harus datang langsung ke bagian *Sales* penerima order tetapi bisa dengan memanfaatkan TI untuk membuat sistem monitoring order.
6. Meminimalisir kesalahan harus terus dilakukan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan ialah proses pengolahan data dengan benar dan pendataan informasi dengan cepat dan tepat. Masalah yang sering terjadi di perusahaan ini adalah soal gaji. Pemberian gaji karyawan sekarang dilakukan melalui 2 tahap, sehingga prosesnya sedikit lambat. Oleh karena itu, butuh sistem khusus untuk penggajian dengan cara memanfaatkan TI, meskipun dilakukan 2 tahap, jika menggunakan sistem yang telah di program maka pendataan pun bisa lebih cepat di kerjakan.



#### 4.3.1.1 Strategi SI Sekarang dan Strategi SI Usulan

Strategi bisnis dapat berjalan sesuai dengan target perusahaan jika ada faktor-faktor yang mendukung. Salah satu faktor pendukung yang saat ini setiap perusahaan memanfaatkannya sebagai sarana perdagangan maupun pelayanan secara cepat yaitu penggunaan teknologi. Oleh karena itu, PT. Rambang harus memaksimalkan penggunaan teknologi agar tidak tertinggal dari pesaing. Untuk saat ini, PT. Rambang telah memiliki strategi SI yang cukup baik tetapi belum bekerja secara optimal, maka peneliti mengusulkan beberapa strategi SI untuk mendukung strategis bisnis PT. Rambang. Ada beberapa strategi SI usulan untuk PT. Rambang, diantaranya sebagai berikut:

**Tabel 4.8** Strategi SI Sekarang dan Strategi SI Usulan

Strategi SI Sekarang	Strategi SI Usulan
CRM	Pengembangan SIM
SIM	Pengembangan Website Rambang Online
Website	SI Penjualan Online
Arsitektur Jaringan	SI Monitoring Persediaan Bahan Baku
	SI Monitoring Order
	SI Penggajian Karyawan
	SI Pembayaran

Dari Tabel 4.8 ada beberapa strategi SI perusahaan yang masih berjalan sampai saat ini dan ada strategi SI usulan yang diperoleh peneliti dari hasil analisis *Critical Success Factor's* dan SWOT serta dari metode pengumpulan data melalui wawancara kepada pihak yang terkait.

#### **4.4 Pembahasan**

Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Critical Success Factor's* dan analisis SWOT. Pada penelitian ini peneliti menggunakan tiga tahapan untuk perumusan strategi yakni tahap masukan (Matriks IFE dan EFE), tahap pencocokan (Matriks IE dan Matriks SWOT) dan tahap keputusan (Matriks QSPM). Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi masalah-masalah yang terjadi di perusahaan saat ini, dengan membuat suatu rekomendasi perencanaan strategi bisnis dan strategi sistem informasi yang diharapkan dapat menyelesaikan masalah yang ada dan juga sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam membuat rencana strategi baru kedepannya.

##### **4.4.1 *Critical Success Factor's***

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan teknik analisis *Critical Success Factor's*, terdapat 8 faktor-faktor kritis yang dapat menunjang keberhasilan perusahaan. Faktor-faktor tersebut berhubungan dengan strategi bisnis dan strategi Sistem informasi yang diusulkan peneliti. Hubungan setiap faktor-faktor kritis dengan strategi bisnis dan strategi SI dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Disiplin bekerja

Disiplin bekerja adalah faktor kesuksesan yang memiliki pengaruh besar untuk keberhasilan suatu perusahaan. Adanya dukungan strategi sistem informasi untuk mengembangkan sistem informasi yang telah ada akan dapat membantu kinerja karyawan untuk bekerja lebih cepat dan juga dapat menyempurnakan tata kelola dan budaya kinerja sehingga karyawan disiplin dalam bekerja.

## 2. Hubungan kerjasama dengan perusahaan lain

Faktor ini sangat penting karena untuk mendapatkan rekan bisnis tetap. Hubungan kerjasama yang dilakukan agar visi dan misi perusahaan dapat tercapai. Hubungan kerjasama ini dapat juga dilakukan secara tidak langsung (tidak bertatap muka) bisa dengan memanfaatkan teknologi dan melalui *website* resmi perusahaan.

## 3. Kualitas produk dan pelayanan

Kualitas adalah faktor kunci kesuksesan PT. Rambang. PT. Rambang sangat mengutamakan kualitas dari produk maupun pelayanan yang diberikan, untuk menarik pelanggan strategi PT. Rambang harus meningkatkan kualitas dan memberikan pelayanan yang baik dengan memanfaatkan *website* sebagai interaksi dengan pelanggan secara tidak langsung dan membuat khusus sistem penjualan *online* dan sistem monitoring untuk proses order agar kualitas dari pemilihan bahan baku sampai produksi sesuai dengan standar PT. Rambang.

## 4. SDM yang handal

PT. Rambang saat ini memiliki SDM yang handal, untuk saat ini ada 35 karyawan yang aktif, untuk mempertahankan kinerja yang baik, PT. Rambang membuat strategi meningkatkan kemampuan SDM nya dengan memanfaatkan teknologi informasi.

## 5. *Brand Image*

Nama PT. Rambang adalah faktor kesuksesan yang dapat membuat PT. Rambang mampu bertahan sampai sekarang, karena hasil dan kinerja tetap terjaga dengan baik, itulah sebabnya masih ada rekan bisnis atau pelanggan

tetap untuk order di PT. Rambang. PT. Rambang harus tetap mempunyai strategi, usulan strategi dari peneliti ialah untuk terus menjalin kerjasama dengan perusahaan lain, menyempurnakan tata kelola kinerja, mempertahankan kualitas dan memberikan harga yang terjangkau. Strategi bisnis yang diusulkan juga harus di dukung dengan strategi sistem informasi, dimana SI akan membantu kinerja karyawan dengan mengembangkan sistem informasi dan menoptimalkan kerja *website* untuk promosi produk dan pemesanan *online*.

#### 6. Ketersediaan bahan baku

Faktor kesuksesan PT. Rambang salah satunya adalah bahan baku yang berkualitas baik, yang kebanyakan bahan bakunya di beli di luar kota Palembang. Tetapi PT. Rambang saat ini belum dapat membeli banyak stok barang karena pendanaan yang minimum baik dari pendapatannya maupun hutang pelanggan yang belum lunas di bayar, sehingga peneliti memberikan usulan strategi bisnis untuk restrukturisasi hutang untuk mempercepat proses pengadaan material dan untuk mengawasi persediaan bahan baku perlu memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melihat ketersediaan bahan baku.

#### 7. Sistem keuangan

Sistem keuangan adalah faktor kesuksesan yang memiliki nilai penting jalannya suatu bisnis. PT. Rambang saat ini membutuhkan strategi baru untuk meningkatkan pendapatan. Ada beberapa strategi yang dapat diusulkan untuk meningkatkan pendapatan, diantaranya, percepatan penarikan piutang untuk memperkuat *cash flow* permodalan, meningkatkan kualitas dengan harga yang dapat bersaing dengan perusahaan sejenis, memanfaatkan media sosial untuk

promosi produk cetak gunanya dapat memperbanyak order dan hasilnya pendapatan bertambah, memberikan diskon khusus untuk pelanggan baru. Beberapa strategi tersebut bisa dilakukan secara cepat dengan memanfaatkan teknologi. Peneliti membuat strategi sistem informasi guna mempercepat proses kinerja dan mengatasi masalah-masalah dengan cepat. Adapun strategi sistem informasi untuk sistem keuangan ialah membuat sistem pembayaran dan pengembangan sistem informasi manajemen perusahaan dan juga mengoptimalkan kerja *website*.

#### 8. Teknologi informasi

Teknologi informasi adalah faktor kritis yang sangat berpengaruh pada kinerja perusahaan, untuk saat ini TI di PT. Rambang sudah cukup baik. Adapun strategi usulan yaitu memanfaatkan TI untuk menyempurnakan tata kelola dan budaya kinerja, merekrut SDM untuk TI supaya kinerja pengendalian sistem informasi, teknologi dan teknisi komputer tidak satu orang yang memegang tanggung jawabnya dan untuk strategi SI yang dapat diusulkan, pengembangan sistem informasi manajemen (SIM) PT. Rambang dan pengoptimalan *website RambangOnline* serta membuat sistem khusus untuk penggajian karyawan, sistem monitoring proses order, sistem penjualan *online*, sistem monitoring persediaan bahan baku.

#### 4.4.2 Strategi Bisnis

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di PT. Rambang, ada 9 usulan strategi bisnis untuk PT. Rambang. Berikut strategi bisnis yang dapat menunjang keberhasilan PT. Rambang:

##### 1. Menyempurnakan tata kelola dan budaya kinerja

Hasil penelitian yang dilakukan dari data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner, bahwa kinerja perusahaan PT. Rambang berada di posisi stabil artinya tidak ada penurunan maupun peningkatan, oleh karena itu peneliti menyarankan untuk menyempurnakan tata kelola dan budaya kinerja sehingga kinerja karyawan maupun bisnis akan meningkat.

##### 2. Menjalinkan kerjasama dengan perusahaan lain agar visi dan misi perusahaan dapat tercapai

Hasil penelitian yang dilakukan dari data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner, bahwa menjalin kerjasama dengan perusahaan lain sangat penting, oleh karena itu strategi yang diusulkan ialah dapat menjalin kerjasama dengan perusahaan lain agar visi dan misi perusahaan dapat tercapai.

##### 3. Meningkatkan kualitas dan pelayanan yang baik untuk menarik pelanggan

Hasil penelitian yang dilakukan dari data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner, dan dokumen renstra PT. Rambang, kualitas adalah hal yang terpenting di PT. Rambang, dengan memberikan kualitas yang baik, pelanggan akan merasa puas dan akan terus percaya dengan PT. Rambang untuk pemesanan jasa cetak. Oleh karena itu,

PT. Rambang harus meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dan memberikan pelayanan yang baik kepada semua pelanggan tanpa terkecuali.

#### 4. Meningkatkan kemampuan SDM dan kerjasama untuk mencapai tujuan perusahaan

Hasil penelitian yang dilakukan dari data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner, SDM di PT. Rambang sudah cukup baik. Peneliti memberikan usulan strategi untuk meningkatkan kemampuan SDM dan kerjasama untuk mencapai tujuan perusahaan. Tujuannya agar SDM PT. Rambang unggul dari SDM perusahaan percetakan lainnya, sehingga minat pelanggan untuk melakukan pemesanan produk cetak di PT. Rambang besar.

#### 5. Meningkatkan kualitas dengan harga yang terjangkau

Hasil penelitian yang dilakukan dari data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner, dan dokumen renstra PT. Rambang, kualitas adalah hal yang terpenting di PT. Rambang, dengan memberikan kualitas yang baik, pelanggan akan merasa puas dan akan terus percaya dengan PT. Rambang untuk pemesanan jasa cetak. Oleh karena itu, PT. Rambang harus meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan tetapi juga memikirkan harga yang dapat terjangkau oleh setiap kalangan masyarakat.

#### 6. Memanfaatkan media sosial secara maksimal untuk promosi

Hasil penelitian yang dilakukan dari data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner, kegiatan promosi dilakukan secara langsung seperti datang ke tempat bangunan-bangunan baru dan hotel-hotel yang ada di Palembang. Peneliti mengusulkan untuk

memanfaatkan media sosial secara maksimal karena untuk zaman sekarang, orang lebih tertarik untuk membaca berita online melalui media sosial. Jadi promosi produk dapat dilakukan di media sosial.

#### 7. Memberikan diskon khusus kepada pelanggan baru

Hasil penelitian yang dilakukan dari data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner, PT. Rambang hanya akan memberikan harga murah jika oplahnya banyak jika oplah sedikit, PT. Rambang memberikan harga tinggi. Peneliti memberikan usulan strategi untuk memberikan diskon khusus, jika akan membuat pendapatan semakin menurun maka lakukan dengan pelanggan baru saja gunanya untuk menarik perhatian awal kalau ada diskon untuk pemesanan cetak produk.

#### 8. Restrukturisasi hutang untuk mempercepat proses pengadaan material

Hasil penelitian yang dilakukan dari data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner, ada kendala di proses tagihan pembayaran pelanggan, dimana pelanggan belum membayar sisa bayarnya dari waktu yang telah ditentukan, sehingga pendanaan telat masuk dan akhirnya proses pengadaan material terhambat. Oleh karena itu, peneliti mengusulkan untuk melakukan restrukturisasi hutang sehingga tidak ada lagi keterlambatan dalam hal persediaan material.

#### 9. Percepatan penarikan piutang untuk memperkuat *cash flow* permodalan

Hasil penelitian yang dilakukan dari data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner, masih banyak piutang di luar, sehinggal perputaran modal pun sulit. Peneliti memberikan usulan



strategi untuk percepat penarikan piutang gunanya untuk memperkuat *cash flow* permodalan.

#### 4.4.3 Strategi Sistem Informasi

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di PT. Rambang, ada 7 usulan strategi sistem informasi untuk PT. Rambang. Berikut strategi sistem informasi yang dapat menunjang keberhasilan PT. Rambang:

1. Pengembangan sistem informasi untuk meningkatkan eksistensi perusahaan

Hasil penelitian yang dilakukan dari data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner, PT. Rambang sudah memiliki SIM, tetapi belum mencakup seluruh bagian unit kerja dan SIM sekarang juga ada yang harus ditambahkan untuk mendukung setiap kinerja unit bagian. Sehingga butuh pengembangan SIM untuk lebih memaksimalkan kinerja perusahaan.

2. Membuat sistem pembayaran, pendataan gaji karyawan dan penjualan *online* dengan memanfaatkan teknologi informasi

Hasil penelitian yang dilakukan dari data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner, proses pembayaran di PT. Rambang belum ada sistem informasinya, untuk pendataan gaji karyawan juga belum ada sistemnya, sedangkan sekarang sistem itu dibutuhkan, karena ada 2 tahapan yang harus dinilai dengan cepat sehingga butuh adanya sistem pendataan gaji karyawan. PT. Rambang sendiri pernah membuat wacana untuk membuat sistem penjualan *online* tetapi sampai sekarang belum ada rencana kembali untuk mulai membuatnya. Peneliti

menyarankan untuk membuat sistem pembayaran, pendataan gaji karyawan dan penjualan *online* supaya pekerjaan di dalam perusahaan dapat bekerja dengan cepat dan target perusahaan tercapai.

3. Memanfaatkan sistem informasi untuk monitoring proses order dan promosi produk

Hasil penelitian yang dilakukan dari data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner, sistem monitoring order belum ada di PT. Rambang, sehingga banyak terjadi kesalahan dalam proses cek order masuk maupun pracetak produksi. Peneliti menyarankan untuk membuat sistem monitoring proses order agar tidak ada lagi kesalahan dalam hasil produksi. Peneliti juga mengusulkan untuk kegiatan promosi produk memanfaatkan teknologi.

4. Membuat sistem informasi untuk proses order

Hasil penelitian yang dilakukan dari data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner, sistem monitoring order belum ada di PT. Rambang, sehingga banyak terjadi kesalahan dalam proses cek order masuk maupun pracetak produksi. Peneliti memebrikan usulan strategi sistem informasi untuk membuat sistem monitoring proses order agar tidak ada lagi kesalahan dalam hasil produksi.

5. Mengembangkan sistem informasi untuk membantu kinerja karyawan

Hasil penelitian yang dilakukan dari data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner, PT. Rambang sudah memiliki SIM, tetapi belum mencakup seluruh bagian unit kerja dan SIM sekarang juga ada yang harus ditambahkan untuk mendukung setiap

kinerja unit bagian. Sehingga butuh pengembangan SIM untuk lebih memaksimalkan kinerja perusahaan.

6. Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melihat ketersediaan bahan baku

Hasil penelitian yang dilakukan dari data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner, saat ini belum ada sistem atau aplikasi yang dibuat untuk pengecekan persediaan bahan baku, sehingga sering terjadi keterlambatan pemesanan bahan baku. Oleh karena itu peneliti mengusulkan strategi sistem informasi untuk sistem informasi persediaan bahan baku, gunanya untuk dapat mengetahui persediaan bahan baku yang tersisa atau habis, supaya dapat segera di proses untuk pembeliannya dan tidak ada keterlambatan dalam proses produksi lagi.

7. Penguoptimalan kerja *website* untuk menarik pelanggan baru

Hasil penelitian yang dilakukan dari data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner, saat ini *website RambangOnlie* hanya sebagai profil perusahaan. Website tersebut belum dimanfaatkan untuk menerima pemesana online atau promosi produk. Oleh karena itu, peneliti memberikan usulan strategi untuk mengoptimalkan kerja webite tersebut, sehingga promosi produk dan pemesanan secara online dapat dilakukan.

#### 4.4.4 Pemetaan *Critical Success Factor's*, Strategi Bisnis, Strategi SI

Dari hasil penelitian menggunakan analisis *Critical Success Factor's* dan analisis SWOT yang dilakukan melalui observasi secara langsung di PT. Rambang, melakukan kegiatan wawancara kepada karyawan PT. Rambang yaitu Kabag. Pemasaran, Kabag. Produksi, Kabag. Keuangan, Kabag. Umum, Personalia dan TI dan menyebarkan kuesioner SWOT dan kuesioner QSPM, dapatlah 8 *Critical Success Factor's*, 9 Strategi bisnis dan 7 Strategi SI. Berikut pemetaan *Critical Success Factor's*, Strategi Bisnis, Strategi SI:

**Tabel 4.9** Pemetaan *Critical Success Factor's*, Strategi Bisnis, Strategi SI

<b><i>Critical Success Factor's</i></b>	<b>Strategi Bisnis</b>	<b>Strategi SI</b>
Disiplin bekerja	Menyempurnakan tata kelola dan budaya kinerja	Pengembangan sistem informasi untuk meningkatkan eksistensi perusahaan
Hubungan kerjasama dengan perusahaan lain	Menjalin kerjasama dengan perusahaan lain agar visi dan misi perusahaan dapat tercapai	Membuat sistem pembayaran, pendataan gaji karyawan dan penjualan online dengan memanfaatkan teknologi informasi
Kualitas produk dan pelayanan	Meningkatkan Kualitas dan pelayanan yang baik untuk menarik pelanggan	Memanfaatkan sistem informasi untuk monitoring proses order dan promosi produk
SDM yang handal	Meningkatkan kemampuan SDM dan kerjasama untuk mencapai tujuan perusahaan	Membuat sistem informasi untuk proses order
<i>Brand Image</i>	Meningkatkan kualitas dengan harga yang terjangkau	Mengembangkan sistem informasi untuk membantu kinerja karyawan
Ketersediaan bahan baku	Memanfaatkan media sosial secara maksimal untuk promosi	Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melihat ketersediaan bahan baku
Sistem keuangan	Memberikan diskon khusus kepada pelanggan baru	Pengoptimalan kerja website untuk menarik pelanggan baru
Teknologi informasi	Restrukturisasi hutang untuk mempercepat proses pengadaan material	
	Percepatan penarikan piutang untuk memperkuat <i>cash flow</i> permodalan	

Dari Tabel 4.9 memperjelas *Critical Success Factor's* sebagai dasar dari perencanaan strategi bisnis dan strategi sistem informasi yang memuat gambaran faktor-faktor kritis yang dimiliki perusahaan untuk dijadikan sebagai strategi,

guna untuk memperbaiki kondisi perusahaan saat ini. Peranan *Critical Success Factor's* disini juga sebagai penghubung antara strategi bisnis dan strategi sistem informasi, *Critical Success Factor's* tidak hanya mencakup satu strategi bisnis ataupun satu strategi sistem informasi, tetapi satu *Critical Success Factor's* dapat mencakup beberapa strategi bisnis dan strategi sistem informasi tentunya sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Pada Tabel 4.9, penulis hanya menyebutkan apa saja *Critical Success Factor's*, Strategi Bisnis dan Strategi SI yang dapat diterapkan di PT. Rambang untuk kebutuhan mendatang, untuk keterkaitan antara *Critical Success Factor's* dengan Strategi Bisnis maupun Strategi SI telah dijelaskan pada sub. Pembahasan. *Critical Success Factor's*, Strategi Bisnis dan Strategi SI yang ditujukan untuk PT. Rambang ini, tujuannya agar perusahaan dapat menyelesaikan target-target yang telah dibuat dan mampu mencapai visi misi perusahaan dengan tujuan yang telah tearah dan berstrategi baik.

PT. Rambang akan mampu untuk bersaing dengan perusahaan lain dengan tetap mengutamakan kualitas sebagai kekuatan utama yang dimiliki dan dengan strategi yang dapat menarik pelanggan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Faktor - faktor kritis yang ada di PT. Rambang diantaranya, disiplin bekerja, hubungan kerjasama dengan perusahaan lain, kualitas produk dan pelayanan, SDM yang handal, *brand image*, ketersediaan bahan baku, sistem keuangan dan teknologi informasi.
2. Hasil dari beberapa matriks yang dilakukan memberikan gambaran strategi bisnis dan strategi sistem informasi kedepannya sesuai dengan faktor - faktor kritis yang telah diidentifikasi sebelumnya.
3. Hasil yang didapatkan dari tahapan perencanaan strategi adalah alternatif - alternatif strategi untuk bisnis dan sistem informasi. Strategi yang dapat diterapkan perusahaan untuk strategi bisnis dan strategi sistem informasi adalah penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas maka ada saran yang dapat penulis sampaikan yaitu :

1. Pada penelitian ini tidak ada identifikasi aktifitas dan fungsi lain yang terjadi di PT. Rambang. Penelitian selanjutnya bisa melakukan analisa *Value Chain* untuk mengetahui aktifitas apa saja yang utama dan pendukung dalam suatu perusahaan atau organisasi, sehingga memberikan

gambaran secara jelas mengenai kebutuhan bisnis dan informasi di masa mendatang.

2. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan teknik analisis perencanaan strategis lain seperti teknik analisis IT *Balanced Scorecard* sehingga dapat dilihat perencanaan strategis baik untuk strategi bisnis maupun strategi sistem informasi dengan teknik analisis lain yang dapat mendukung perencanaan strategis perusahaan atau organisasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Allison and Kaye. 2005. *Strategic Planning for Nonprofit Organizations: A Practical Guide and Workbook 2<sup>nd</sup> Ed.* San Fransisco: John Wiley and Sons.
- Hakiki, Firdaus. 2016. *Perencanaan Strategis Sistem Informasi Perusahaan Manufaktur Menggunakan Analisis Critical Success Factor Pada PT. Kencana Jati Raya Kota Semarang.* Semarang: Universitas Dian Nuswantoro.
- Hamali, Arif Yusuf. 2016. *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan.* Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hariadi. 2003. *Strategi Manajemen dan Jasa.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Harisudin, Mohd. 2011. *Competitive Profile Matrix Sebagai Alat Analisis Strategi Pemasaran Produk Atau Jasa* 7(2): 80 - 84.
- Hartono. 2017. *Manajemen Sistem Informasi.* Yogyakarta: Gava Media.
- Hayati, Nur. 2016. Analisis Bisnis Internal dengan Metode Critical Success Factors (CSF) dan Value Chain (Studi Kasus PT. Farmasi X). *Jurnal Ilmiah Fivo* 8(1).
- Herfita, Devi, dkk. 2017. Analisis Strategi Bisnis Pada PT Gancia Citra Rasa. *Jurnal EKSEKUTIF* 14(2).
- Himawan, Pipit Andri dan Astuti Tri. 2017. Perencanaan Strategis Sistem Informasi dan Teknologi Informasi Pemasaran dan Pelayanan Pada Hotel (Studi Kasus : Grand Kanaya Baturraden). *Jurnal Pro Bisnis* 10(1).
- Hindasah, Lela dan Hasnah Rimiayati. 2016. *Perencanaan Bisnis Untuk Program Strata I.* Yogyakarta: LP3M UMY.
- <http://www.rambangonline.com>. 2018.
- Jaluanto dan Masita Fitri Devitayani. 2015. Analisis Faktor-faktor Penentu Keberhasilan (Critical Success Factors) Sistem Informasi Akuntansi Bank Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang* 4(3).
- Jogiyanto. 2005. *Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif.* Yogyakarta: CV Andi Offset
- Kadir, Abdul. 2014. *Pengenalan Sistem Informasi Edisi Revisi.* Yogyakarta: Zifatama Publisher.



- Kurnia, Hirson dan Puspitasari, Liza Nurbani. 2014. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta Selatan: Ariyanto.
- Latjnah. 2005. *Al-Quran Dan Terjemahannya*. Bandung: Diponegoro.
- Prayitno, M. Hadi. 2016. Analisa Kebutuhan Sistem Informasi Dengan Menggunakan Analisis Value Change Dan Critical Success Factor Pada PT. LHE. *Bina Insani Ict Journal*. 3(1): 269 - 278.
- P. Siangjan , Sondang. 2002. *Fungsi-fungsi Manajerial* . Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sapratama, R. Mohammad Eddo. 2016. Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Daya Saing Township Jakarta Garden City. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 52(11):245-269.
- Setyorini, Hany, Mas'ud Effendi, Imam Santoso. 2016. Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri* 5(1): 46-53.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenadamedia.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Supriyanto. 2009. Business Plan Sebagai Langkah Awal Memulai Usaha. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan* 6(1).
- Surendro, Kridanto. 2009. *Pengembangan Rencana Induk Sistem Informasi*. Bandung: Informatika Bandung.

- Usman,Husaini. 2006. *Manajemen, teori, Praktek dan Riset Pendidikan*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Ward, John dan Joe Peppard. 2002. *Strategic Planning for Information System 3<sup>rd</sup> Edition*. Chichester: John Wiley dan Sons Ltd
- Widyaningsih, Pipin. 2012. *Perencanaan Strategis Sistem Informasi Pada Institusi Pendidikan Tinggi Menggunakan Analisis Critical Success Factors (Studi Kasus : STMIK Duta Bangsa Surakarta)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Wulanningsih, Sri dan Bambang Suryono. 2013. Analisis Critical Success Factor Pada PT. Baba Rafi Indonesia. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 2(3).
- Wibawa, Berto Mulia dan Muhammad Saiful Hakim. 2015. Identifikasi Critical Success Factors Pada Bisnis Pemasaran Dan Distribusi Buku Cetak (Studi Kasus Di PT. Niaga Swadaya). *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XXII*.

# LAMPIRAN

## Lampiran 1

SURAT IZIN OBSERVASI

	<b>UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH PALEMBANG FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI</b>													
	<hr/>													
Nomor	: B-839/Un.09/VIII.1/PP.009/04/2018	06 April 2018												
Sifat	: Penting													
Lampiran	: -													
Hal	: <b>Mohon Izin Observasi</b>													
Kepada Yth. Manager PT. Rambang di Palembang														
Sehubungan dengan surat pengajuan proposal pra penelitian mahasiswa Prodi Sistem Informasi Angkatan 2014 Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang, maka dengan ini kami mohon perkenan Bapak untuk memberikan izin observasi kepada mahasiswa kami :														
<div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); font-size: 0.8em;">           Knowledge, Quality &amp; Integrity         </div>	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">N a m a</td> <td>: DWI GUSTI NOVIANA</td> </tr> <tr> <td>N I M</td> <td>: 14540040</td> </tr> <tr> <td>Program Studi</td> <td>: Sistem Informasi</td> </tr> <tr> <td>Alamat</td> <td>: Jl. Ki. Merogan No. 577 RT. 13 RW. 03 Kel. Kemas Rindo Kec. Kertapati Palembang</td> </tr> <tr> <td>Waktu Observasi</td> <td>: 09 April s/d 09 Juni 2018</td> </tr> <tr> <td>Objek Observasi</td> <td>: Data rencana strategis dan bisnis, data sistem informasi yang ada di perusahaan, data jumlah karyawan dan struktur organisasi perusahaan.</td> </tr> </table>		N a m a	: DWI GUSTI NOVIANA	N I M	: 14540040	Program Studi	: Sistem Informasi	Alamat	: Jl. Ki. Merogan No. 577 RT. 13 RW. 03 Kel. Kemas Rindo Kec. Kertapati Palembang	Waktu Observasi	: 09 April s/d 09 Juni 2018	Objek Observasi	: Data rencana strategis dan bisnis, data sistem informasi yang ada di perusahaan, data jumlah karyawan dan struktur organisasi perusahaan.
N a m a	: DWI GUSTI NOVIANA													
N I M	: 14540040													
Program Studi	: Sistem Informasi													
Alamat	: Jl. Ki. Merogan No. 577 RT. 13 RW. 03 Kel. Kemas Rindo Kec. Kertapati Palembang													
Waktu Observasi	: 09 April s/d 09 Juni 2018													
Objek Observasi	: Data rencana strategis dan bisnis, data sistem informasi yang ada di perusahaan, data jumlah karyawan dan struktur organisasi perusahaan.													
Sehingga memperoleh bahan-bahan yang dibutuhkan, untuk kemudian digunakan dalam penyusunan tugas mata kuliah tersebut. Semua bahan dan keterangan yang diperoleh akan digunakan untuk pengembangan ilmu sesuai dengan program studinya dan tidak akan dipublikasikan kepada pihak ketiga.														
Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.														
														
<table border="0" style="width: 100%; font-size: 0.8em;"> <tr> <td style="width: 30%;">           Jl. Prof. H. H. Zainal Abidin Fikry No. 1 Km. 3,5 Palembang 30126            Telp. (0711) 354668 website : <a href="http://www.saintek.radenfatah.ac.id">www.saintek.radenfatah.ac.id</a> </td> <td style="width: 30%; text-align: center;">  </td> <td style="width: 30%; text-align: right;">           Terdaftar di     </td> </tr> </table>			Jl. Prof. H. H. Zainal Abidin Fikry No. 1 Km. 3,5 Palembang 30126 Telp. (0711) 354668 website : <a href="http://www.saintek.radenfatah.ac.id">www.saintek.radenfatah.ac.id</a>		Terdaftar di   									
Jl. Prof. H. H. Zainal Abidin Fikry No. 1 Km. 3,5 Palembang 30126 Telp. (0711) 354668 website : <a href="http://www.saintek.radenfatah.ac.id">www.saintek.radenfatah.ac.id</a>		Terdaftar di   												


## Lampiran 2

SURAT IZIN PENELITIAN

	<b>UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH PALEMBANG FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI</b>	
Nomor	B-954/Un.09/VIII.1/PP.009/04/2018	19 April 2018
Sifat	Penting	
Lampiran	-	
Hal	: <b>Mohon Izin Penelitian</b> : <b>Au. Dwi Gusti Noviana</b>	
<p>Kepada Yth. Manager PT. Rambang di Palembang</p>		
<p>Dalam rangka menyelesaikan penulisan karya ilmiah berupa skripsi/makalah mahasiswa kami :</p>		
Nama	: DWI GUSTI NOVIANA	
NIM / Program Studi	: 14540040 / Sistem Informasi	
Alamat	: Jl. Ki. Merogan No. 677 R. 03 RT. 013 RW. 003 Kel. Kemas Rindo Kec. Kertapati Palembang.	
Judul	: Perencanaan Strategi Bisnis dan Strategi Sistem Informasi Menggunakan Analisis Critical Success Factor's (Studi Kasus : PT. Rambang)	
Waktu Penelitian	: 01 Mei 2018 s/d 30 Juni 2018	
Objek Penelitian	: Dokumen rencana strategi perusahaan, data pemasaran, data sistem informasi/IT, data kepegawaian dan struktur organisasi perusahaan.	
<p>Sehubungan dengan itu kami mengharapkan bantuan Bapak untuk dapat memberikan izin kepada mahasiswa tersebut untuk melaksanakan penelitian di Instansi/Lembaga Bapak, sehingga memperoleh data yang dibutuhkan.</p>		
<p>Demikianlah harapan kami dan atas segala bantuan serta perhatian Bapak, kami haturkan terima kasih.</p>		
		
<p>Jl. Prof. Dr. R. Zainal Abidin Fikry No. 1 Km. 3,5 Palembang 30126 Telp. (0711) 354668 website : <a href="http://www.saintek.radenfatah.ac.id">www.saintek.radenfatah.ac.id</a></p>		
		

## Lampiran 3

SURAT BALASAN PERUSAHAAN



**RAMBANG**

Nomor : 012/Eks/K/IV-2018/P  
Hal : Jawaban Permohonan Magang & Penelitian

Palembang, 24 april 2018

Kepada Yth  
Bpk/Ibu Dekan  
Fakultas Sains dan Teknologi  
Di Palembang

Dengan hormat,  
Menjawab surat dari Universitas Islam Negeri No. B-964/Un.09/VIII.1/PP.009/04/2018 perihal permohonan magang dan penelitian di PT. Percetakan Rambang. Melalui surat ini izin magang dan penelitian di PT. Percetakan Rambang dapat kami setujui dengan ketentuan dan Prosedur yang berlaku.  
Adapun penempatan yang disetujui untuk melaksanakan penelitian di PT. Percetakan Rambang adalah

No	Nama	Program Studi	NIS	Penempatan
1	Dwi Gusti Noviana	Sistem Informasi	14540040	T1 Pemasaran


Pelaksanaan Teknis :

1. Peserta ditempatkan di Bidang Kerja yang telah ditentukan oleh Perusahaan.
2. Jadwal magang selama ±2 (dua) bulan terhitung per tanggal 01 Mei 2018 s/d 30 Juni 2018.
3. Membawa Surat Pengantar dan format penilaian magang, diserahkan pada hari pertama magang.
4. Hari kerja dan jadwal kerja di atur oleh PT. Percetakan Rambang.
5. Selama magang, peserta wajib mematuhi peraturan dan tata tertib yang berlaku di PT. Percetakan Rambang.
6. Selesai magang, wajib memberikan satu copy laporan hasil magang kepada PT. Percetakan Rambang.
7. **Membawa sendiri perangkat komputer/laptop/perangkat kerja pendukung lainnya untuk kegiatan selama magang**
8. Pakaian, menggunakan pakaian seragam yang di akui oleh sekolah/perguruan tinggi dengan jadwal penggunaannya.
9. Segala sesuatu yang berhubungan dengan pelaksanaan magang dapat menghubungi :

PT. Rambang Percetakan & Penerbitan  
Bagian Personalia  
Jalan Mayor Ruslan No.18 Palembang 30126  
Telp. (0711) 310212 – 313922 Ext. 203, Fax. 372 206

Demikian surat kami. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih

Hormat Kami



**Deddy Waskito**  
Direktur PT. Rambang

Office Jl Mayor Ruslan No. 18 Palembang 30126, Sumatera Selatan, Indonesia Phone 0711310212 - 313922 Fax 0711372206

## Lampiran 4

SK PEMBIMBING



**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH PALEMBANG  
NOMOR : 93 TAHUN 2018**

**TENTANG**

**PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI STRATA SATU (S.1)  
BAGI MAHASISWA TINGKAT AKHIR FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH PALEMBANG**

---

**DEKAN FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH PALEMBANG**

**Menimbang** :

1. Bahwa untuk mengakhiri Program sarjana (S1) bagi Mahasiswa, maka perlu ditunjuk Tenaga ahli sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing kedua yang bertanggung jawab dalam rangka penyelesaian Skripsi Mahasiswa;
2. Bahwa untuk lancarnya tugas pokok ini, maka perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan (SKD) tersendiri. Dosen yang ditunjuk dan tercantum dalam SKD ini memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas tersebut.

**Mengingat** :

1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang No. 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang No.12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 9 Tahun 2003 tentang Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian Pegawai Negeri Sipil;
5. Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
6. Peraturan Menteri Agama RI No. 53 Tahun 2015 tentang Organisasi dan tata kerja Institut Agama Islam Negeri Raden Fatah Palembang;
7. Peraturan Menteri Kesaingasan Nomor 53/PMK.02.2014 tentang Standar Biaya Masukan;
8. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No.154/2014 tentang Rumpun Ilmu pengetahuan dan Teknologi serta Gelar Lulusan Perguruan Tinggi;
9. Peraturan Menteri Agama No.62 tahun 2015 tentang Statuta Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang;
10. Peraturan Menteri Agama No.33 tahun 2016 tentang Gelar Akademik Perguruan Tinggi Keagamaan;
11. Keputusan Menteri Agama No.394 tahun 2003 tentang Pedoman Pendirian Perguruan Tinggi Agama;
12. DIPA Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Tahun 2017;
13. Keputusan Rektor Universitas Islam Negeri Raden Fatah Nomor 669B Tahun 2014 tentang Standar Biaya Honorarium di lingkungan Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Tahun 2015;
14. Peraturan Presiden Nomor 129 Tahun 2014 tentang Ajih Status IAIN menjadi Universitas Islam Negeri.

**MEMUTUSKAN**

**Menetapkan** :

Pertama : Menunjuk sdr. :

1. Ruliansyah, M.Kom	NIP. : 197511222006041003
2. Freddy Kurnia Wijaya, M.Eng	NIDN : 0203118601

Dosen Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang masing-masing sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing Kedua Skripsi Mahasiswa :

Nama : **DWI GUSTI NOVIANA**  
 NIM/Jurusan : 14540040/ Sistem Informasi (SI)  
 Semester/Tahun : Genap / 2017 - 2018  
 Judul Skripsi : Perencanaan Strategi Bisnis Dan Strategi Sistem Informasi Menggunakan Analisis Critical Success Factor's (Studi Kasus PT. Rambang)

Kedua : Kepada Pembimbing Utama dan Pembimbing Kedua tersebut diberi hak sepenuhnya untuk merevisi judul kerangka dengan sepengetahuan Fakultas.

Ketiga : Masa berlakunya Surat Keputusan Dekan ini Terhitung Mulai Tanggal di tetapkannya sampai dengan Tanggal 16 April 2019

Keempat : Keputusan ini mulai berlaku satu tahun sejak tanggal ditetapkannya dan akan ditinjau kembali apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

DITETAPKAN DI : PALEMBANG  
 PADA TANGGAL : 16 - 04 - 2018



**JEMBUAN :**

1. Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
2. Ketua Prodi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi UIN - RF Palembang.
3. Mahasiswa yang bersangkutan



## Lampiran 5

**LEMBAR BIMBINGAN PEMBIMBING I**

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN FATAH PALEMBANG  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

Jl. Prof. Dr. Zainal Abidin Fikry No.1 KM.3,3 Palembang 30126 Telp. (071) 1331360 website : www.radenfatah.ac.id

**LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI**

NIM : 14540040  
Nama : Dwi Gusti Noviana  
Program Studi : Sistem Informasi  
Semester : 8  
Tahun Akademik : 2018  
Judul : Perencanaan Strategi Bisnis Dan Strategi Sistem Informasi  
Menggunakan Analisis Critical Success Factor's ( Studi Kasus :  
PT. Rambang )

Dosen Pembimbing I : Ruliansyah, M.Kom.

No	Tanggal	Uraian	Paraf
1	29/4 '18	Revisi penulisan	[Signature]
2	1/5 '18	Ac bab I	[Signature]
3	21/5 '18	Ac bab II	[Signature]
4	9/7 '18	Bahan Cakras Kuesioner	[Signature]
5	16/7 '18	Ac Kuesioner	[Signature]
6	30/7 '18	Revisi bab II	[Signature]
7	31/7 '18	Ac bab III	[Signature]
8	4/9 '18	Ac bab IV a & b	[Signature]



## Lampiran 6

LEMBAR BIMBINGAN PEMBIMBING II

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN FATAH PALEMBANG  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

Jl. Prof. KH. Zamal Akhidi Fikry No 1 KM.3.3 Palembang 30126 Telp. (071)1533160 website : www.radenfatah.ac.id

## LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

NIM : 14540040  
Nama : Dwi Gusti Noviana  
Program Studi : Sistem Informasi  
Semester : 8  
Tahun Akademik : 2018  
Judul : Perencanaan Strategi Bisnis Dan Strategi Sistem Informasi  
Menggunakan Analisis Critical Success Factor's ( Studi Kasus  
PT. Rambang )

Dosen Pembimbing II : Freddy Kurnia Wijaya, M.Eng

No	Tanggal	Uraian	Paraf
	24 April 2018	Acc BAB I	
	02 Mei 2018	- Penjelasan kesimpulan - proses detail bisnis - definisi pustaka	
	04 Mei 2018	- tambahkan kesimpulan penelitian - cek Analisis SWOT di luar tabel	
	11 Mei 2018	Acc BAB II	
	03 Juni 2018	Materi lengkap CSF	
	17 / 07 2018	Acc Dimensional	
	30 / 7 2018	Acc BAB III	
	30 / 08 2018	Revisi bab IV	
	27 / 08 2018	Acc BAB IV	

## Lampiran 7

**LANJUTAN LEMBAR BIMBINGAN PEMBIMBING II**

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN FATAH PALEMBANG  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

Jl. Prof. Dr. Zainal Abidin Fildes No 1 KM 3.5 Palembang 30126 Telp. (0711) 523360 website : www.radenfatah.ac.id

**LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI**

NIM : 14540040  
Nama : Dwi Gusti Noviana  
Program Studi : Sistem Informasi  
Semester : 8  
Tahun Akademik : 2018  
Judul : Perencanaan Strategi Bisnis Dan Strategi Sistem Informasi  
Menggunakan Analisis *Critical Success Factor's* ( Studi Kasus :  
PT. Rambang )

Dosen Pembimbing II : Freddy Kurnia Wijaya, M.Eng

No	Tanggal	Uraian	Pengaf
	28 / 09 - 2018	Revisi bab V	
	25 / 08 2018	Acc BAB II	
	30 / 08 2018	Perbaikan Abstrak	
	30 / 08 2018	Acc Abstrak	
	4 / 08 2018	Revisi dan draf Semulas	

## Lampiran 8

**BERITA ACARA OBSERVASI**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH  
PALEMBANG FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikry No. 1 KM. 3,5 Palembang 30126  
Telp. (0711)353360 website : [www.radenfatah.ac.id](http://www.radenfatah.ac.id)

**BERITA ACARA OBSERVASI**

Telah dilaksanakan observasi yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan untuk memenuhi Skripsi Strata Satu (S1).

Tempat : PT. Rambang

Waktu : Februari - Juni 2018

Peneliti telah melakukan observasi secara langsung di PT. Rambang guna untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan dan untuk mengetahui sistem kerja di perusahaan tersebut. Data hasil observasi akan digunakan sebagai salah satu acuan penelitian.

Peneliti

(Dwi Gusti Noviana)

Palembang, 31 Juni 2018

Kepala Bagian Umum

(H. M. Antonie Yuhoko)

## Lampiran 9

### HASIL OBSERVASI

Hasil observasi peneliti mengenai Perencanaan Strategi Bisnis dan Strategi Sistem Informasi Menggunakan Analisis *Critical Success Factor's* (Studi Kasus: PT. Rambang)

Tanggal : 20 Februari 2018

Pukul : 09.00 – 12.00 WIB

PT. Rambang adalah perusahaan yang bergerak di bidang percetakan dan penerbitan di Kota Palembang. PT. Rambang dapat melayani pemesanan dalam bentuk media cetak kertas, kayu dan kaca. Layanan yang diberikan PT. Rambang antara lain, *Books (Tabloid, Calendar, Form, Blocknote, Booklet, Receipt, Memo Book, Album, Bulletin, Agenda, Ticket, Magazine), Packages (Envelope, Tools Box Bag, Medicine Box), Sheets (Poster, Ticket, Flyer, Label Sticker, Letterhead, Brochure), Cards (Invitation Card, Business Card, Id Card, Greeting Card), Props (Banner, Photo, Accesoris, Backdrop, Ornament Creative Product, Booth Display), Extra Service (Printplate, Laminating, Glue, UV Spot, Sewwire).*

PT. Rambang juga mempunyai beberapa unit kerja antara lain, bagian produksi, pemasaran, umum, keuangan dan *quality control*. Setiap unit kerja, mempunyai bagian lagi, di bagian pemasaran ada marketing dan komunikasi, desain, helpdesk dan TI, untuk bagian umum ada pembelian, gudang, BSK, pemeliharaan dan personalia, di bagian keuangan ada kasir dan pembukuan, dan di bagian produksi ada offset, pascacetak, digital printing. Terhitung dari keseluruhan bagian yang ada di PT. Rambang, PT. Rambang hanya memiliki 35 karyawan aktif.

PT. Rambang memberikan pilihan untuk pelanggan dapat memesan dengan melalui via telepon / pesan atau datang langsung ke perusahaan, dan untuk pembayaran, pelanggan dapat membayar melalui transfer ke bank dan pembayaran langsung di tempat. Pelanggan wajib membayar Down Payment (DP) terlebih dahulu, setelah itu barulah pesanan di proses.

PT. Rambang memiliki akses internet yang cukup baik sehingga PT. Rambang membuat suatu sistem yang mencakup keseluruhan data setiap bagian unit kerja, sistem yang dibangun adalah sistem informasi manajemen yang lebih sering disebut Portal Rambang. Sistem tersebut dapat mempermudah kerja karyawan dan proses pengolahan data dapat dikerjakan dengan cepat dan data-data yang di input dapat tersimpan dengan baik.

---

Tanggal : 8 Maret 2018

Pukul : 09.00 – 12.00 WIB

Aktifitas karyawan PT. Rambang setiap harinya ialah menerima pesanan cetak pelanggan dan memproduksi pesanan cetak, untuk waktu kerja karyawan PT. Rambang di mulai dari pukul 08.00 - 17.00, jam 12.00 - 13.00 adalah waktu istirahat karyawan, sedangkan untuk proses produksi di bagi menjadi 2 kali dalam sehari yaitu pada pukul 09.00 - 12.00 dan 15.00 - 17.00.

Pada bagian umum, ada yang melakukan penagihan ke pelanggan mengenai pembayaran yang belum tuntas dengan cara datang langsung ke tempat pelanggan. Penagihan di rasa sangat perlu karena untuk modal pembelian bahan baku dan untuk simpanan kas perusahaan.

Pada bagian pemasaran, dilakukan promosi jasa cetak kepada pelanggan yang datang ke perusahaan dan promosi juga dilakukan dengan berkunjung ke sebuah instansi pendidikan atau tempat usaha. *Sales* PT. Rambang akan membawa contoh cetakannya dan memperlihatkan secara langsung kepada target pelanggannya.

PT. Rambang tidak dapat menyelesaikan pesanan pelanggan dalam satu hari, bukan karena kerja produksi yang lambat tetapi proses penerimaan order yang terlalu panjang. Pengolahan data order masuk sampai selesai semua terdata di Portal Rambang. Pada Portal Rambang setiap karyawan yang memiliki akses dapat melihat order yang masuk. Peneliti melihat bagaimana proses input yang dilakukan *Sales* pemasaran, *Sales* input data (jenis pesanan, oplah, omzet, nama *Sales*, tanggal pesanan masuk dan tanggal pesanan selesai), setelah itu secara

otomatis data masuk ke bagian desain pemasaran dan *quality control*. Jika data masuk ke desain pemasaran berarti pesanan tersebut meminta untuk di desain, jika pelanggan sudah ada desain sendiri dan hanya ingin mencetak, data masuk yang di input *Sales*, tidak masuk ke bagian desain pemasaran tetapi langsung masuk ke bagian produksi, tetapi tetap ada pemberitahuan ke Kabag. Pemasaran. Bagian *quality control* akan selalu menerima *update* terbaru dari setiap proses order yang masuk sampai order selesai produksi.

---

Tanggal : 2 Mei 2018

Pukul : 09.00 – 12.00 WIB

Unit kerja bagian pemasaran adalah bagian yang paling berpengaruh untuk kemajuan bisnis PT. Rambang. Pemasaran di targetkan untuk selalu meningkatkan omzetnya setiap bulan. Di bagian pemasaran ada marketing dan komunikasi, desain, helpdesk dan TI. Peneliti berkesempatan untuk ikut melakukan promosi kepada pelanggan dengan cara memberikan penawaran mengenai hasil cetakan. Promosi yang dilakukan tidak hanya di dalam perusahaan saat pelanggan datang langsung ke tempat tetapi promosi dilakukan di luar perusahaan juga dengan berkunjung ke hotel-hotel baru atau bangunan-bangunan baru yang ada Kota Palembang, promosi di luar perusahaan dilakukan saat jam kerja, kisaran waktunya dari jam 08.00 - 17.00, setiap *Sales* ditargetkan untuk mendapatkan pesanan cetak saat melakukan promosi di luar perusahaan. Peneliti merasakan bagaimana menawarkan produk cetakan kepada orang - orang dengan memberikan bukti cetakan dan membuat pelanggan percaya PT. Rambang memberikan hasil cetakan yang berkualitas sangat baik dengan menggunakan bahan - bahan yang berkualitas tinggi.

Tidak hanya ikut di saat promosi produk saja, tetapi peneliti juga melihat bagaimana bagian desain pemasaran bekerja. Pada bagian desain hanya ada 3 karyawan, setiap karyawan bisa mendapatkan 2 orderan masuk atau lebih dan terkadang waktu masuk orderan sama dan waktu penyelesaian sama, sehingga beban kerja pada bagian desain pemasaran sangat besar, karena harus menyelesaikan pesanan sesuai waktu permintaan dan hasil harus sesuai dengan

permintaan pelanggan. Proses desain satu pesanan pun terbilang panjang, karena setelah desain selesai, desain tidak langsung di bawa ke produksi tetapi hasil desain tersebut harus terlebih dahulu di setujui oleh bagian *quality control*, jika bagian *quality control* tidak menyetujui desain tersebut, bagian desain harus segera memperbaikinya karena kalau tidak dikerjakan dengan cepat maka tidak dapat di produksi dan akhirnya penyelesaian pesanan terhambat. Sebaliknya, jika hasil desain disetujui maka desain tersebut langsung di berikan ke produksi.

---

Tanggal : 5 Juni 2018

Pukul : 09.00 – 12.00 WIB

Sistem informasi manajemen di PT. Rambang dipakai oleh 24 karyawan aktif. Peneliti mencoba sendiri sistem dan mengamati perilaku karyawan terhadap sistem, dengan adanya sistem informasi manajemen akan mempermudah karyawan dalam melakukan:

1. Input data pesanan, data keuangan pembukuan, data pembelian bahan baku, data karyawan, data produksi dengan adanya sistem informasi manajemen data - data tersebut tersimpan dengan rapi dan tidak menghabiskan kertas.
2. Pada karyawan, sistem informasi manajemen sangat membantu dalam hal, pengajuan cuti dan izin, pengajuan cuti yang dilakukan setelah adanya sistem sangat mudah dibanding saat masih manual karena saat masih manual karyawan melakukan beberapa proses yang cukup panjang dari mulai pengajuan surat ke kabag masing-masing dan saat sudah disetujui barulah bisa diajukan ke pimpinan perusahaan. Izin, sebelum adanya sistem tersebut, karyawan kesulitan melakukan izin terutama saat ada keperluan mendadak.
3. Pekerjaan, karyawan dapat melakukan pekerjaan dengan cepat, dengan memanfaatkan sistem tersebut setiap karyawan bisa bekerja secara lebih efektif dan efisien dan dapat membuat laporan kerja dengan baik karena pembuatan laporan berdasarkan data - data yang sudah tersimpan di sistem, sehingga karyawan tidak dapat memanipulasi laporan hasil kerja.

Sistem informasi manajemen di PT. Rambang biasanya di operasikan langsung oleh karyawan melalui komputer yang ada di meja masing-masing. Dari segi tampilan sistem ini sudah cukup baik. Dari segi warna, tampilan sistem sangat sederhana karena tidak menggunakan banyak warna . Dari segi kecepatan akses terkadang sistem ini terkadang lambat misalnya karyawan ingin login ke akun masing-masing proses tunggunya lumayan lama dan sering kali masalah pada server sehingga karyawan tidak dapat menggunakan sistem informasi tersebut.



## Lampiran 10

**BERITA ACARA WAWANCARA**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH  
PALEMBANG FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikry No. 1 KM. 3,5 Palembang 30126  
Telp. (0711)353360 website : www.radenfatah.ac.id

**BERITA ACARA**

Pada tanggal 06 Juni 2018 telah dilaksanakan kegiatan pengambilan data yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan untuk memenuhi tugas akhir Strata Satu (S1).

Tempat : PT. Rambang  
Narasumber : Farida Yuliana, S. Psi  
Bagian : Personalia

Pihak peneliti melakukan wawancara dengan pihak narasumber yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan di PT. Rambang, yang kemudian narasumber memberikan jawaban terkait pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara. Adapun pertanyaan yang diajukan serta hasil wawancara terlampir.

Palembang, 06 Juni 2018

Peneliti

Narasumber

(Dwi Gusti Noviana)

(Farida Yuliana, S. Psi)

Lampiran;  
- Pertanyaan wawancara  
- Hasil wawancara



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH  
PALEMBANG FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
Jl. Prof. KH. Zuhul Abdin Fikry No. 1 KM. 3,5 Palembang 30126  
Telp. (0711)353360 website : www.radenfatah.ac.id

### BERITA ACARA

Pada tanggal 07 Juni 2018 telah dilaksanakan kegiatan pengambilan data yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan untuk memenuhi tugas akhir Strata Satu (S1).

Tempat : PT. Rambang  
Narasumber : Ahmad Rio  
Bagian : Kepala Bagian Produksi

Pihak peneliti melakukan wawancara dengan pihak narasumber yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan di PT. Rambang, yang kemudian narasumber memberikan jawaban terkait pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara. Adapun pertanyaan yang diajukan serta hasil wawancara terlampir.

Palembang, 07 Juni 2018

Peneliti

(Dwi Gusti Noviana)

Narasumber

(Ahmad Rio)

Lampiran;  
- Pertanyaan wawancara  
- Hasil wawancara



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH  
PALEMBANG FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No. 1 KM. 3,5 Palembang 30126  
Telp. (0711)353360 website : www.radenfatah.ac.id

### BERITA ACARA

Pada tanggal 05 Juni 2018 telah dilaksanakan kegiatan pengambilan data yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan untuk memenuhi tugas akhir Strata Satu (S1).

Tempat : PT. Rambang  
Narasumber : Lusia Venny Setiawati, S.T  
Bagian : Umum

Pihak peneliti melakukan wawancara dengan pihak narasumber yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan di PT. Rambang, yang kemudian narasumber memberikan jawaban terkait pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara. Adapun pertanyaan yang diajukan serta hasil wawancara terlampir.

Palembang, 05 Juni 2018

Peneliti

Narasumber

(Dwi Gusti Noviana)

(Lusia Venny Setiawati, S. T)

Lampiran;  
- Pertanyaan wawancara  
- Hasil wawancara



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH  
PALEMBANG FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikry No. 1 KM. 3,5 Palembang 30126  
Telp. (0711)353360 website : [www.radenfatah.ac.id](http://www.radenfatah.ac.id)

#### BERITA ACARA

Pada tanggal 04 Juni 2018 telah dilaksanakan kegiatan pengambilan data yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan untuk memenuhi tugas akhir Strata Satu (S1).

Tempat : PT. Rambang  
Narasumber : Rizqo Haddad, S. Kom  
Bagian : TI

Pihak peneliti melakukan wawancara dengan pihak narasumber yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan di PT. Rambang, yang kemudian narasumber memberikan jawaban terkait pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara. Adapun pertanyaan yang diajukan serta hasil wawancara terlampir.

Palembang, 04 Juni 2018

Peneliti

Narasumber

(Dwi Gusti Noviana)

(Rizqo Haddad, S. Kom)

Lampiran;  
- Pertanyaan wawancara  
- Hasil wawancara



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH  
PALEMBANG FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikry No. 1 KM. 3,5 Palembang 30126  
Telp. (0711)353360 website : [www.radenfatah.ac.id](http://www.radenfatah.ac.id)

#### BERITA ACARA

Pada tanggal 11 Juni 2018 telah dilaksanakan kegiatan pengambilan data yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan untuk memenuhi tugas akhir Strata Satu (S1).

Tempat : PT. Rambang  
Narasumber : Yunita Sari  
Bagian : Kepala Bagian Pemasaran

Pihak peneliti melakukan wawancara dengan pihak narasumber yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan di PT. Rambang, yang kemudian narasumber memberikan jawaban terkait pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara. Adapun pertanyaan yang diajukan serta hasil wawancara terlampir.

Palembang, 11 Juni 2018

Peneliti

Narasumber

(Dwi Gusti Noviana)

(Yunita Sari)

Lampiran;  
- Pertanyaan wawancara  
- Hasil wawancara



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH  
PALEMBANG FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikry No. 1 KM. 3,5 Palembang 30126  
Telp. (0711)353360 website : [www.uinradenfatah.ac.id](http://www.uinradenfatah.ac.id)

### BERITA ACARA

Pada tanggal 20 Juni 2018 telah dilaksanakan kegiatan pengambilan data yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan untuk memenuhi tugas akhir Strata Satu (S1).

Tempat : PT. Rambang

Narasumber : Yustina Sari, S. E

Bagian : Kepala Bagian Keuangan

Pihak peneliti melakukan wawancara dengan pihak narasumber yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan di PT. Rambang, yang kemudian narasumber memberikan jawaban terkait pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara. Adapun pertanyaan yang diajukan serta hasil wawancara terlampir.

Palembang, 20 Juni 2018

Peneliti

Narasumber

(Dwi Gusti Noviana)

(Yustina Sari, S. E)

Lampiran;

- Pertanyaan wawancara
- Hasil wawancara

**Lampiran 11****WAWANCARA 1**

Pewawancara : Dwi Gusti Noviana

Narasumber : Farida Yuliana, S. Psi

Bagian : Personalia

Tempat : PT. Rambang

Alamat : Jln. Mayor Ruslan No. 18 Palembang 30126

Hari / Tanggal : Rabu / 06 Juni 2018

---

Pewawancara : Menurut mbak, bagaimana kondisi bisnis PT. Rambang saat ini?

Narasumber : Bisnis PT. Rambang saat ini, eh.. cukup. Cukup ya cukup baiklah gitu ya, eh.. masih bisa bertahan di era, apa ya? eh.. ekonomi yang sekarang lagi kurang stabil, jadi cukup cukup cukup cukup inilah cukup cukup mau untuk bertahan.

Pewawancara : Menurut mbak, apa kekuatan bisnis yang dimiliki PT. Rambang?

Narasumber : Oke, kekuatan bisnis yang dimiliki oleh PT. Rambang itu, eh.. pertama PT. Rambang itu memiliki SDM yang handal terus yang kedua itu eh.. PT. Rambang itu memiliki mesin-mesin yang mampu mencetak bukan hanya di media kertas tapi juga di media konvensional seperti kaca, kayu ah..pokoknya bahan-bahan selain kertas.

Pewawancara : Adakah kelemahan yang dialami PT. Rambang saat ini?

Narasumber : Ya, kalau misalnya kelemahan itu eh..yang paling berat itu adalah soal persaingan harga dengan dengan percetakan-percetakan lainnya, itu kelemahannya. Karena dari Rambang sendiri itukan eh..harganya sedikit lebih tinggi dikarenakan kualitas yang diberikan oleh PT. Rambang itu lebih baik dibandingkan percetakan-percetakan lainnya. Sedangkan tahu sendiri ya, orang Palembang itu kan maunya yang murah meriah (tertawa) eh...eh.. jadi kesulit eh.. sulit, eh apasih, kelemahannya itu kalau misalnya budayanya orang Palembang pinginya dapetnya yang banyak yang murah kualitasnya eh.. biasa-biasa aja, sedangkan Rambang itu menawarkan kualitas terbaik ya..pastinya dengan yang diikuti dengan harga yang eh.cu eh..apa ya,cukup tinggi juga gitu karena yang ditawarkan adalah kualitas, mungkin itu.

Pewawancara: Faktor apa saja yang menunjang keberhasilan PT. Rambang ?

Narasumber : kualitas dan SDM sih menurut mbak.

Pewawancara : Berapa jumlah karyawan PT. Rambang?

Narasumber : Jumlah karyawan PT. Rambang saat ini tuh, untuk karyawan PT. Rambang nya sendiri ada 35 orang, untuk opsobsi ada 4 orang dan juga koperasi tuh 2 orang.

Pewawancara : Masih adakah karyawan kontrak saat ini?

Narasumber : Kalau karyawan kontrak ehs...sampai dengan saat ini tuh ada 1 orang yang masih tercatat sebagai karyawan kontrak.



Pewawancara : Apa hak dan kewajiban dari karyawan PT. Rambang?

Narasumber : Hak dan kewajiban dari PT. Rambang, eh.. karyawan PT. Rambang, kalau hak nya ya mungkin eh.. mendapatkan upah per bulannya dari hasil kerja kalau kewajiban, pertama dia harus menjalankan pekerjaan sesuai dengan job dis nya yang kedua membantu perusahaan dalam mencapai target perusahaan.

Pewawancara : Kebanyakan karyawan disini, pendidikan terakhirnya apa ya mbak?

Narasumber : Kalau mayoritasnya itu lulusan dari SMA kebanyakan.

Pewawancara : Oke. Apa saja persyaratan utama, jika ingin melamar menjadi karyawan PT. Rambang?

Narasumber : Kalau persyaratan yang paling utama itu adalah eh.. mereka yang memiliki minat bakat di percetakan yang kedua dia mau bekerja.

Pewawancara : Apakah karyawan kontrak bisa jadi karyawan tetap?

Narasumber : Eh.. tentu bisa, karena eh..apa, ehs..kita memang eh.. seluruh karyawan yang diterima di PT. Rambang saat ini, itu melalui fase yang namanya karyawan kontrak terlebih dahulu jadi mereka diterima dengan menjadi statusnya karyawan kontrak lalu berdasarkan evaluasi mereka baru akan bisa ditetapkan sebagai karyawan tetap.

Pewawancara : Apakah setiap tahunnya, PT. Rambang membuka lowongan pekerjaan?

Narasumber : Eh.. setiap.. kalau setiap tahun eh setiap tahun tuh tidak ya, seperti tahun ini kita tidak membuka lowongan pekerjaan sama sekali, tapi memang eh..apa ya, kita membuka lowongan kerja itu sesuai dengan kebutuhan perusahaan saja jadi di setiap tahun pasti membuka.

Pewawancara : Apakah sudah ada PHK karyawan di beberapa tahun terakhir?

Narasumber : Oke. Kalau melakukan pemutusan hubungan kerja itu, pemutusan hubungan kerja sendiri itu kan ada banyak ya, eh.. ada yang eh.. keinginan karyawan sendiri, ada yang keinginan perusahaan, ada yang dikarenakan pensiun dan juga ada dikarenakan kematian. Nah.. kalau untuk dari kematian sendiri kita belum pernah, kalau untuk pensiun tahun kemarin itu ada 2 orang, kalau untuk yang mengundurkan diri tahun kemarin itu ada kurang lebih 4 orang lalu untuk pemutusan pekerjaan untuk dari apa, kehendak perusahaan kemarin juga ada sekitar kurang lebih eh.. 20 orang.

Pewawancara : Kalau kehendak perusahaan, itu dikarenakan apa ya mbak?

Narasumber : Oke. Nah..kalau misalnya kehendak perusahaan itu biasanya sih, dari..eh..apa ya, tidak tercapainya target perusahaan, jadi beban perusahaan terlalu besar ya, untuk menghindari failed makanya

perusahaan dengan terpaksa harus melakukan pemutusan hubungan kerja, menghindari ke failed an tadi.

Pewawancara : Bagaimana sistem penilaian kinerja setiap karyawan?

Narasumber : Oke. Kalau misalnya sistem penilaiannya itu, ada form nya masing-masing sama kpi nya jadi setiap karyawan itu punya targetnya masing-masing, nah berdasarkan target itulah eh. setiap SDM itu akan bekerja, dan yang paling tidak tercapai, maka ya itulah yang akan, ya mungkin diberikan peringatan, di coaching dan sebagainya.

Pewawancara : Apakah bagian personalia pernah mendapat keluhan-keluhan dari karyawan mengenai gaji yang didapat atau pendataan yang kurang tepat?

Narasumber : Oke. Kalau misalnya mengenai gaji banyak banget, (tertawa) complian nya, ya pertama eh.mungkin ada seperti adanya perubahan sistem penggajian yang sejak tahun 2017 kalau gak salah itu dilakukan 2 tahapan yang biasanya kan kita melakukan hanya 1 kali tahapan, nah itu su eh.karyawan pasti melakukan complian.

Pewawancara : Kalau dari pendataan yang kurang tepat, ada gak mbak?

Narasumber : Kalau pendataan yang kurang tepat, Alhamdulillah ya, sejauh ini eh... belum pernah ada yang complain.

Pewawancara : Berapa kisaran gaji karyawan PT. Rambang per bulannya mbak?

Narasumber : Oke. Kalau misalnya saat ini sih, hampir rata-rata karyawan itu.. mendapatkan upah di atas UMK Kota Palembang, hampir rata-rata.

Pewawancara : Apakah untuk saat ini, pekerjaan setiap unit kerja bisa terkoordinir dengan baik?

Narasumber : Kalau.. eh..seharusnya bisa, eh..seharusnya sudah terkoordinir sih, karena kan eh.. Rambang ini sudah berdiri dari sejak tahun 1953, jadikan harusnya mereka kan yang bekerja disini apalagi masa dengan masa kerja yang cukup apa, tinggi apa cukup lama seharusnya mereka sudah bisa mengikuti rolls nya PT. Rambang jadi saya rasa sudah sangat terkoordinir dengan baik.

Pewawancara : Menurut mbak, peran SI atau TI di PT. Rambang sangat berpengaruh tidak untuk kegiatan bisnis?

Narasumber : Sangat sangat sangat berpengaruh karena eh.. pertama eh..kita karena adanya bagian unit kerja TI ini sendiri kita jadi punya sistem yang terkoordinir ya, dalam satu wadah yang kita sebut dengan Portal yang bisa di akses seluruh karyawan dimana eh..pro..apa sih, dimana program itu eh.. sifatnya transparan dari satu unit kerja sampai unit kerja yang lainnya, jadi dari depan sampai belakang itu satu komunikasinya, jadi kalau kita bilang

eh..apa pokoknya satu ya komunikasi jadi semuanya bisa mengakses informasi yang sama data yang sama dan sebagainya.

Pewawancara : Ada tidak keinginan mbak selaku karyawan disini bagi bagian TI untuk mendukung kinerja karyawan lebih baik lagi?

Narasumber : Maksudnya?

Pewawancara : (Memperjelas maksud pertanyaan diatas)

Narasumber : Oh..kalau misalnya.. saran kali ya, saran buat TI itu mungkin eh.. sistem yang sudah berjalan sekarang itu lebih ter..apa ya..bisa..apa ya me apa ya? fa..kalau control sih sudah bagus, sistemnya itu sudah bagus, tapi mungkin eh.. sekarang ini nih eh.. misalnya kita melakukan penginputan data mungkin misalnya melakukan penginputan data bagian pemasaran ya, bagian paling depan melakukan penginputan data itu kan bisa di akses dan dilihat sampe ke belakang sebagai media informasi untuk kita bahwa ada order-order apa saja dan target selesai kapan dan sebagainya berapa nominal dan sebagainya dan hasil inputan itu tuh masih bisa diedit, nah..mungkin eh.. saran dan masukan saya itu, kalau misalnya kita sudah melakukan penginputan eh..apa? lebih dari misalnya 1 x 24 jam itu pengeditan sudah tidak bisa dilakukan nah..seperti itu atau informasinya itu sudah tidak bisa lagi eh..kalau misalnya sudah terupdate eh..oleh atasan masing-masing itu sudah tidak bisa lagi pendelete an gitu kan, jadi eh..semua informasi itu tetep berada pada tempatnya walaupun jadi kalau seandainya ada terjadi kesalahan ada terjadi kelalaian dan sebagainya itu masih bisa, apa?

tetep terakses seperti itu jadi gak yang ngedit setiap saat itu bisa dilakukan.

Pewawancara : Bagaimana omzet PT. Rambang di beberapa tahun terakhir?

Narasumber : Kalau omzet PT. Rambang di beberapa tahun terakhir itu.. eh..apa ya? eh.. mungkin kalau omzet itu mungkin bisa mencapai target tapi kalau profit kayaknya belum.

Pewawancara : Adakah target khusus untuk saat ini yang dilakukan bagian personalia untuk menunjang kinerja karyawan?

Narasumber : Eh.. maksudnya?

Pewawancara : (Memperjelas maksud pertanyaan diatas)

Narasumber : Oh..kalau misalnya strategi personalia untuk meningkatkan apa ya? motivasi kerja karyawan hanya melakukan beberapa kegiatan-kegiatan yang yang apa ya? buat mereka tuh bisa kumpul bareng-bareng jadikan untuk meningkatkan kebersamaannya saja, jadi dalam kondisi yang saat ini kan sekarang kan PT. Rambang lagi berjuang ya, berjuang untuk melewati masa kritisnya di era ekonomi yang rendah sekarang nah..itu biar satu sama apa? karyawan satu sama lain tuh, bisa solid dengan cara kegiatan-kegiatan yang bersama-sama misalnya salah satu contoh di bulan puasa kayak gini, mengadakan buka puasa bersama terus atau kalau kayak sebelum-sebelumnya itu ada kayak ada piknik bersama yang seperti-seperti itu.

Pewawancara : Pertanyaan terakhir, apa harapan mbak untuk perusahaan ini kedepannya?

Narasumber : Harapan saya, semoga PT. Rambang ini bisa berhasil eh..apa ya? mencapai goal, goal setting nya maksudnya tujuan, tujuannya gitu, eh.. baik itu dari pemasaran yang tercapai omzetnya, baik itu produksi yang eh.. apa?eh.. dalam mensupport cetakan bagian pemasaran, baik itu bagian pembelian yang mensupport material-material untuk mungkin produksi ataupun bagian keuangan yang bisa mensupport ya..operasional eh ..pengaturannya itu bisa mensupport operasional perusahaan, jadi eh.. PT. Rambang tuh bisa keluar dari masa kritisnya.

**Lampiran 12****WAWANCARA 2**

Pewawancara : Dwi Gusti Noviana

Narasumber : Ahmad Rio

Bagian : Kepala Bagian Produksi

Tempat : PT. Rambang

Alamat : Jln. Mayor Ruslan No. 18 Palembang 30126

Hari / Tanggal : Kamis / 07 Juni 2018

---

Pewawancara : Menurut kakak, bagaimana kondisi bisnis PT. Rambang saat ini?

Narasumber : Bukan, itu konteksnya bagian produksi maksudnya? Kalau sebatas, kalau general.

Pewawancara : Pandangan kakak terhadap kondisi bisnis?

Narasumber : Kalo menurut pandangan, aku jawabnyo produksi sekarang e, kalo produksi tuh, untuk melihat pangsa pasarnya bisnis Rambang saat ini sebenarnya, percetakan kita omong percetakan, percetakan itu untuk di tahun 20 eh..15 ke atas sebenarnya mengalami penurunan karna dunia digital itu, berkembangnya lebih pesat dibandingkan dengan percetakan contoh percetakan itu bentuknya koran, buku, majalah yang mungkin saat ini eh.. dunia teknologi itu udah dalam genggamannya loh mau apa juga kan sudah, sudah banyak. Jadi kayak eh.. mau buka berita scripo.com, merdeka.com jadi agak, eh.. hampir di bilang kalau liat dari persentasinya mungkin eh..



60 sampe 70 % mengalami eh.. bisnisnya itu mengalami penurunan. Nah..tapi mungkin, dengan eh.. teknologi yang berkembang juga percetakan itu ada, eh..suatu bisnis yang menjanjikan masih, yaitu packing. Packaging itu untuk kedepan masih punya prospek bahkan lebih pesat lagi contohnya kotak-kotak nasi, kotak kue itu semua segala macemnya dengan makin banyaknya eh.. toko roti, toko kue yang bukak itu kan semakin banyak juga mereka eh.. untuk packaging nya contohnya kotaknya itu, ya seperti itulah kalau saya lihat kalau untuk segi dari bisnis itu penurunannya cukup signifikan tapi di satu sisi ada juga hal positifnya tuh bagian packing nya.

Pewawancara : Terus menurut kakak, kekuatan bisnis yang dimiliki PT. Rambang itu apa?

Narasumber : Sebenarnya kalau Rambang ya, kalau orang mengenal Rambang eh.. udah lama percetakan ini udah hampir udah 60 tahun lebih ya, eh..bisnis yang eh.. apa pertanyaan tadi?

Pewawancara : Kekuatan bisnis yang dimiliki Rambang

Narasumber : Kekuatan bisnis Rambang itu sebenarnya, eh.. Rambang punya semua ya, dari dari digital dia punya kita ada mesinnya dari opset kita punya mesin-mesin baru juga, kemudian untuk packing nya juga ada, jadi kalau melihat Rambang, kekuatan Rambang itu di di segala aspek di segala lini tuh ada untuk untuk eh.. apa ehss? Mensupport order-order dari dari misalnya dari hal kecil saja

misalnya eh.. player, brosur, majalah atau produk-produk neon box segala macam eh liplet eh semuanya ada sebenarnya Rambang Rambang punya itu dan dan kekuatan Rambang ya, dari dari untuk eh.. suplay atau memenuhi itu ada.

Pewawancara : Kalau kelemahan sendiri yang dimiliki PT. Rambang saat ini apa kak?

Narasumber : Eh.. kompleks kalau kelemahan ya, kalau kalau melihat kelemahan kurasa kita boleh eh.. mempunyai cermin ke daerah Batam ya, kepulauan Batam itu hampir rata-rata banyak yang koleps ya, karena situasi dan kondisi keadaan Negara Indonesia saat ini yang keadaannya semuanya gak bersahabat untuk industri listrik, industri di Batam pun dulunya pesat dengan dengan adanya sistem kebijakan baru dari Negara Indonesia ini yang eh.. dari BBM, industri itu tidak di support eh.. biayanya tambah tinggi, listrik yang saat ini subsidiya udah udah kita lihat sendiri golongan masyarakat pun udah tidak subsidi lagi, jadi industri lebih besar dampaknya dari dari segi eh.. apa ya, disebutnya itu? Material sendiri dan dan eh.. hal-hal pendukung lain yang yang memang biaya produksinya itu semakin tinggi sehingga untuk PT. Rambang sendiri yang harus eh.. apa? fight dengan eh.. percetakan-percetakan kecil yang kita bis lihat di daerah eh.. seputaran masjid agung yang mungkin no tabennya itu gak punya eh.. apa? pajak. Mereka gak kena pajak kemudian listrik mereka tergolong

masih listrik rumah tangga dan eh..di situasi itulah, di situasi itulah yang yang merupakan titik lemah bagi industry eh.. industry apa saja mungkin saya secara garis besar tapi tidak menutup kemungkinan kesulitan akan hal itu jadi, saya pikir Rambang kelemahannya adalah eh.. da saya saya simpulkan bukan dari intern Rambang tapi support dari kebijakan pemerintah saat ini.

Pewawancara: Faktor apa saja yang menunjang keberhasilan PT. Rambang ?

Narasumber : eh..faktor..lebih ke brand image Rambang dan kualitas dan bahan baku. Itu aja.

Pewawancara : Untuk bagian produksi sendiri ada berapa karyawan?

Narasumber : Eh.. kalau di pro produksi itu total karyawan itu dari 3 bagian itu 12 karyawan.

Pewawancara : Bagian apa saja itu kak?

Narasumber : Eh.. pertama dia bagian iya kalau kita eh.. urut produksi itu punya bagian reproduksi atau lebih sering disebut pracetak kemudian opset dan pasca cetak dan unit digital printing jadi ada 4 unit mungkin saya ulangi lagi, ada 4 unit disitu ada reproduksi atau bagian pra cetak, kedua bagian opset ketiga pasca cetak atau finishing dan unit yang spesial di produksi adalah unit digital printing.

Pewawancara : Apa saja jenis produk atau barang yang dapat di produksi?

Narasumber : Eh.. beragam ya, kalau dilihat dari bagian-bagian atau unit-unit di produksi itu masing-masing mempunyai output yang berbeda tapi secara general eh..kembali ke perusahaan bahwa yang bisa diproduksi di Rambang banyak seperti dari brosur, majalah, liplet, eh..tabloid, komik eh.. apa? dan produk-produk digital printing seperti nion box eh..player eh.. apa? banner. Eh.. back drop eh.. dan apa? kayak miniature-miniatur yang dihasilkan dari mesin zun dan oso.

Pewawancara : Apa kendala terbesar yang membuat proses produksi produk terhambat?

Narasumber : Kalau kendala terbesar di bagian produksi yang saat ini kita alami itu adalah bagian material ya, karena PT. Rambang itu eh.. apa? beli materialnya itu di luar kota yaitu di di Jakarta sehingga memakan waktu yang eh.. lebih dari satu hari, sering 3 hari ataupun dengan kendala di selama di ekspedisi sekitar 7 hari jadi, kendala kita adalah material yang memang kita pesen di Jakarta.

Pewawancara : Bagaimana tahapan atau proses dalam bagian produksi?

Narasumber : Tahapan dalam hal apa nih?

Pewawancara : Kalau misalnya sudah dapat desain, tahapan proses produksinya gimana?

Narasumber : Oh.. oke..oke, alur jadi e, alur flowchart ya, flowchart produksi itu pertama eh.. kita terima eh.. OEF Order Entri Form itu dari bagian pemasaran atau sales dari OEF itu nanti kepala bagian akan menerbitkan SPK Surat Perintah Kerja, kemudian dari surat perintah kerja itu akan dibagi ke bagian-bagian atau unit-unit yang mempunyai eh.. apa? andil disitu ya, punya bagian disitu seperti misalnya itu adalah pekerjaan buku atau majalah dia akan ke reproduksi dulu atau pracetak proses impusisi kemudian setelah proses impusisi selesai eh.. di print di dami, di dami sama bagian pracetak untuk di lihat eh.. kebenarannya kemudian baru setelah di di dicek kebenarannya melalui hardcopy yang di print itu eh.. di plat di plat dan dalam proses plat itu juga ada proses pengecekan-pengecekan yang eh.. harus di lewati ada standar-standarnya kemudian setelah plat itu baru di di pilah plat itu di kalau memang itu adalah produk buku di pilah sesuai materi perkatanya berapa, setelah itu baru diserahkan ke bagian opset, bagian opset itu prosesnya mencetak diperbanyak sesuai dengah oplah kemudian setelah diperbanyak sesuai dengan oplah eh.. dari bagian opset itu masuk ke bagian pasca cetak itu proses sesuai dengan produk jadi misalnya majalah, tabloid atau koran atau buku komik banyak produk disitu di sesuaikan dengan produk apa yang eh.. produk jadi apa yang diinginkan oleh pelanggan, setelah selesai dari finishing atau pasca cetak eh.. sebelum kita serahkan ke BSK Barang Siap Kirim itu di bagian umum kita melakukan sorter pack di bagian

pasca cetak itu melakukan sorter pack yang kemudian baru diserahkan ke bagian Barang Siap Kirim dan Barang Siap Kirim ke pelanggan.

Pewawancara : Apa saja alat yang digunakan untuk produksi dan jumlahnya berapa?

Narasumber : Alat saya pikir pertanyaannya harus lebih spesifik ya, kalau alat, kita banyak alatnya ya, kalau memang itu konteks merupakan mesin, eh.. mesin di produksi itu total itu bisa mencapai eh.. dari in dari proses awal sampe proses akhir in out itu bisa mencapai 20 an mesin lebih.

Pewawancara : Untuk saat ini adakah alat yang ingin diganti karena tidak layak pakai lagi?

Narasumber : Eh.. alat yang tidak layak dipakai di perusahaan kita Rambang biasanya itu termasuk klasifikasi lebel merah ya, kita ada lebel hijau, kuning dan merah biasanya kalau eh.. mesin atau alat yang tidak layak itu diberi lebel merah, sehingga otomatis akan tidak digunakan kembali atau mungkin bisa digunakan kembali jika memungkinkan bisa di perbaiki jadi total mesin yang di Rambang yang tidak digunakan lagi di bagian produksi khususnya (batuk) dikarenakan mesin tersebut eh.. rusak menunggu sparepart ataupun memang tidak di aktifkan kembali kalau untuk mesin yang menunggu sparepart itu ada ada 3 mesin, ada 3 mesin yang prosesnya di lebel merah tapi menunggu kepastian sparepart kalau untuk yang tidak digunakan lagi atau di produksi itu ada 2 mesin.

Pewawancara : Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk proses pengerjaan setiap order?

Narasumber : Eh.. itu juga ini ya, eh.. tergantung dari banyaknya oplah yang di eh.. order sama konsumen jadi eh.. jawabannya adalah kalau kalau secara lebih spesifik saya rasa setiap order itu mempunyai masa penyelesaian order yang berbeda-beda contohnya misal kita mengerjakan untuk produk jadi seperti liplet brosur itu mungkin bisa di selesaikan dalam waktu jam atau istilahnya per hari selesai bisa tapi kalau untuk produk-produk seperti dari digital yang memang membutuhkan yang produk-produk 3 dimensi itu prosesnya bisa 1 sampai 2 hari.

Pewawancara : Apakah selama ini dalam proses produksi tidak pernah kekurangan bahan baku?

Narasumber : Kekurangan bahan baku, seperti saya jelaskan di awal Rambang itu tergantung dengan supplier atau material dari eh.. luar Palembang luar Sumatera Selatan sih, sehingga sering jika kita keterlambatan dari ekspedisi maka Rambang pun akan mengalami keterlambatan dalam hal eh.. material.

Pewawancara : Adakah standarisasi kualitas produk pada bagian produksi?

Narasumber : Standar kualitas kita punya seperti yang saya jelaskan di awal bahwa setiap unit itu mempunyai standar produksi, standar mereka masing-masing yang sudah dituangkan dalam SOP masing-masing

unit dan masing-masing operator seperti diketahui di bagian reproduksi pracetak mereka punya klasifikasi atau standar itu ya, yang pertama dari output impusisi itu harus mereka print dulu baru mereka jadiin plat, di plat juga mereka harus mengukur dansitinya, dansiti plat plasternya berapa semuanya ada standar di masing-masing produksi.

Pewawancara : Pernah tidak mendapat keluhan pelanggan mengenai hasil yang tidak sesuai?

Narasumber : Keluhan pelanggan kalau di dunia percetakan itu pasti ada ya, jadi ada hal yang memang disebabkan miss, miss komunikasi antar pelanggan di awal ada juga yang memang dari eh.. output produksi sendiri ada yang lolos sering ada yang lolos pertama mungkin kalau kita saya bisa jelaskan disini, kalau miss co contoh miss komunikasi itu adalah ketika ada order yang mempunyai eh.. brand logo brand yang mereka inginkan itu seperti contoh yang mereka bawak dan kita menghasilkan contoh itu sesuai itu mereka akhirnya ada, ada yang complain karena apa, dia mengatakan bahwa warna ini seharusnya birunya birunya ini ah.. sering disitu, oh.. rupanya komunikasi di depan antar sales itu bukan contoh ini karena contohnya ketika warna itu eh.. apa ya? hasil logo SPH seperti ini kalau dia cetak , baru di cetak dengan order yang sudah lama mungkin 2 bulan atau 3 bulan dia akan memiliki perbedaan warna jelas 2 bulan atau 3 bulan dia akan sedikit pudar sedangkan yang



baru warnanya masih fresh dan ketebalannya juga beda. Nah.. hal-hal seperti itulah sering terjadi eh... di dunia percetakan saya pikir seperti itu, kemudian kalau untuk dari produksi output nya biasanya masalah trouble di mesin entah itu problem mesin di elektrik maupun di eh.. dari ap? Mekaniknya. Sehingga output yang dihasilkan memang tidak sesuai dengan keinginan pelanggan, tapi perlu saya garis bawahi bahwa persentase untuk eh.. apa? gagalnya suatu produk di output produksi paling itu kisarnya 0, 0,5 persen ataupun eh.. 1 persen tuh jarang dan dalam setiap produknya kita punya laporan setiap bulan itu ada dari kesesuaian produk, time delivery bahkan reward itu semua di data setiap bulan dan hasilnya kalau di output produksi Rambang paling kisaran 0,5 sampe 1 persen dengan eh.. miss komunikasi atau gagal produk dari suatu problem di produksi.

Pewawancara : Terus kalau seperti itu siapa yang paling bertanggung jawab dalam hasilnya?

Narasumber : Eh.. kalau dalam waktu beberapa bulan ini, itu yang mempunyai tanggung jawab jelas atasan atau kepala bagian produksi selaku yang bertanggung jawab di bagian produksi, tapi dalam hal ini eh.. dalam beberapa bulan terakhir ini eh.. sekitar 3 atau 4 bulan ini, karena Rambang situasinya sekarang di alur bagan produksi di alur bagan PT. Rambang itu ada QC Quality Control jadi lose nya saat

ini bisa di quality control ataupun kepala bagian produksi itu sendiri.

Pewawancara : Apakah setiap tahunnya produksi mengalami peningkatan dalam kinerja?

Narasumber : Kalau kinerja itu, eh..stak nan ya, saya pikir gak gak terlalu jika menga, produksi itu tergantung dengan load pekerjaan yang kita terima jadi secara garis besar kinerja produksi eh.. di PT. Rambang terutama eh..saya pikir stabil ya, tidak begitu menonjolkan kenaikannya tetapi tidak juga mengalami penurunan jadi eh.. mereka masih dalam jalur atau tracknya.

Pewawancara : Bagaimana penilaian kakak selaku kepala produksi atau kinerja karyawan produksi saat ini?

Narasumber : Oke. Kalau penilaian kerja untuk karyawan produksi itu kita lakukan dalam 6 bulan sekali sesuai dengan eh.. program perusahaan, jadi kita ada, apa? penilaian setiap 6 bulan sekali yang dihasilkan dari eh.. evaluasi eh.. gak hanya visual ya, dari laporan kerja produksi masing-masing karyawan. Jadi dari laporan kerja masing-masing karyawan itu yang dilakukan setiap hari kita akan eh.. kita akan eh.. evaluasi di 6 bulan sekali.

Pewawancara : Menurut kakak, omzet di PT. Rambang sekarang seperti apa?

Narasumber : Omzet, seperti yang saya bilang di awal tadi, eh.. ada hal yang saya singgung kalau untuk saat ini memang kalau kita dalam masa

peralihan dengan dengan eh.. masa peralihan ini ditambah dengan situasi dan kondisi perusahaan di Negara kita yang, yang memang saat ini saya simpulkan bahwa tidak eh.. tidak berpihak kepada dunia industry eh.. omzet kita di 2 bulan sampe 3 bulan terakhir ini mengalami penurunan.

Pewawancara : Adakah target-target produksi yang belum dapat terlaksanakan?

Narasumber : Eh.. target produksi secara garis besar saya, dari hasil evaluasi kita yang manajemen review apa namanya? kita lakukan setiap bulan produksi sebenarnya cukup signifikan, eh.. untuk untuk target yang ditetapkan perusahaan seperti pengiriman tepat waktu, kesesuaian produk sampe dengan eh.. reword itu hampir eh diatas 95% untuk bagian produksi tercapai.

Pewawancara : Apa strategi yang akan dilakukan bagian produksi?

Narasumber : Strategi? Eh.. pertama yaitu kita selalu melakukan perbaikan ya, perbaikan terus-menerus dan sistem yang kita jalankan juga sebenarnya saya akan evaluasi di setiap bulan sesuai sebelum kita melakukan manajemen review kita akan melihat itu secara otomatis pencapaian produksi itu akan tampil sudah di buat di sistemnya jadi sehingga eh ada hal-hal yang misalnya kita belum eh.. targetnya belum tercapai kita akan benahi dari sector mana itu akan kita eh.. apa? eh.. dari sector mana yang memiliki kekurangan kita akan benahi, eh.. produksi sendiri eh.. di di 2 tahun terakhir ini, strategi

itu sebenarnya dari sisi eh.. pimpinan perusahaan mereka punya untuk strategi produksi tapi di satu sisi intern produksi juga mempunyai strategi jadi strategi yang sampe saat ini kita pakai dan memang masih masih fight untuk untuk apa? eh.. untuk untuk next nya lah ya untuk kita lihat beberapa tahun lagi mungkin jadi sebenarnya dari dari 2 tahun itu prosesnya sampe dengan ke titik sekarang di pertengahan semester 2018 ini kita menerapkan eh.. multitasking, jadi setiap bagian produksi khususnya itu dari unit dari 4 unit yang ada, itu mereka semua harus menguasai bukan diwajibkan mereka harus saling membantu dan dan targetnya adalah mereka akan menguasai atau mampu menjalankan semua mesin di bagian produksi jadi general, mereka itu sebenarnya membedakan mereka membedakan operator produksi itu eh.. misalnya dia di reproduksi pracetak itu hanya hanya eh.. sebatas eh.. bagannya untuk pemenuhan suatu eh.. prosedur perusahaan yang kita ketahui Rambang itu ikut ISO jadi mereka sebenarnya mereka melebur di produksi di di produksi melebur jadi satu eh.. bahwa tidak ada gap tidak skat disitu walaupun beda unit mereka saling bantu mereka saling belajar jadi ketika operator A tidak masuk mereka bisa menggantikan dari operator B yang no tabennya bukan unit produksi itu adalah suatu strategi produksi yang saat ini masih diterapkan di produksi dan itu di pertengahan semester 2018 ini pencapaiannya sudah hampir 90% berhasil jadi ya, jadi di 12

karyawan itu hampir semua sudah menguasai mesin-mesin yang memang no tabennya bukan menjadi job dis mereka.

Pewawancara : Menurut kakak, peran SI/ TI di PT. Rambang sangat berpengaruh tidak?

Narasumber : Oh.. TI kita sebutnya IT dan SI di di PT. Rambang sangat sebenarnya mereka itu kalau di lihat dari pekerjaan mereka seperti nothing gitu ya, seperti tidak ada ya, cuma kalau lihat kita, kita mereka memenuhi apa permintaan kita istilahnya kita nih omong nih tapi pihak IT yang mewujudkannya jadi, sama seperti yang saya minta eh..gat tau eh.. beberapa tahun yang lalu ya, untuk eh.. suatu sistem yang yang sistem laporan lah ya, laporan report produksi yang waktu itu dengan adanya ADM produksi pun saya kewalahan waktu itu jadi, saya harus ketika akan menejemen review saya pontang panting cari data dari buku 1 buku 2 pun laporan saya simpen bisa di excel atau dimana power point saya bener-bener merasa eh.. berat kerjaan itu tapi ketika saya share ke bagian IT bahwa saya perlu ini karena saya gak mungkin setiap bulan harus mengupdate A, B, C, D di rangkul menjadi satu dan berjalan jadi satu tahun lah atau lebih hampir 2 tahun juga sebenarnya sistem itu sudah berjalan jadi ketika ada suatu apo? Laporan yang diinginkan sama pimpinan perusahaan semua udah terangkum disitu karena saya minta ketika laporan produksi khususnya operator itu langsung link nya ke grafik langsung

linknya ke dan sistem yang dibuat IT itu sangat membantu sekali jadi kalau orang awam melihatnya apa pekerjaan IT, segampang itu kah udah selesai tapi peran mereka sebenarnya di di perusahaan PT. Rambang khususnya mempunyai 1 dulu 2 IT sekarang 1 mempunyai peranan yang sangat besar saya pikir mempunyai peranan yang besar terutama bagian produksi karena saya bagian produksi merasakan sendiri bahwa IT itu sangat membantu jadi mereka bisa membuat suatu yang ribet jadi mudah, nah seperti itu, jadi buat apa kita pikir-pikir harus ngumpulin ini segala macem alau kita punya IT, sebenarnya orang yang paham, orang yang paham di bagian manapun di perusahaan manapun IT itu bisa kita apa? eh.. istilahnya manfaatkan lah ya, dalam segi segi positifnya kita manfaatkan bahwa untuk membantu suatu pekerjaan kita untuk suatu proses yang sulit kelihatannya kita bisa jadiin mudah apa pun itu.

Pewawancara : Oke. Untuk solusi atau saran bagi bagian IT?

Narasumber :Eh.. ya.. ehs.. intern, ah solusi apa ya maksudnya?

Pewawancara : Ingin buat apa untuk mendukung produksi, hal yang baru lagi, sistem yang baru lagi.

Narasumber : Eh.. kalau untuk saat iniyang saya inginkan sebenarnya bukan murni di di bagian produksi ya, tapi mungkin kalau kita bilang konteksnya untuk general perusahaan dari depan sampe dengan belakang karena suatu proses itu ketika proses awalnya itu bermasalah maka outputnya akan bermasalah, intinya seperti itu.

Jadi, eh..sebenarnya saya belum mengemukakan ini ke pimpinan perusahaan tapi sebagai sebenarnya dalam suatu perjalanan di 3 sampe 4 bulan ini ada bagian baru yang namanya quality control, saya sedikit agak, apa ya? memandangnya itu kurang memuaskan kinerjanya makanya saya berharap ada ada suatu evaluasi dari dari pimpinan perusahaan yang saya sharing kan dalam artian yang memanfaatkan bagian IT bagaimana caranya supaya pimpinan perusahaan dengan mudah melihat bahwa kinerja bagian yang baru itu sangat membantu bagian produksi itu sih gambaran saya yang saat ini eh.. ada di pikiran saya tapi, untuk mewujudkannya atau mengemukakannya ke beliau ataupun yang saat ini saya pikirkan itu belum belum sepenuhnya ada baru sebatas bayangan ( baru seperti ini baru seoerti ini) karena saya merasakan sendiri bahwa di harusnya dengan ada bagian baru yang namanya quality control itu bisa membantu meringankan eh.. pekerjaan baik dari proses awal sampe dengan proses akhir karena mungkin kita tahu quality control itu bertanggung jawabnya gak hanya di bagian produksi tapi ketika proses order itu sudah dinyatakan sudah diterima oleh PT. Rambang dia harus mengikuti itu dari awal sampe dengan akhir dan saya lihat itu saat ini hanya bagian produksi dan pemasaran yang ada jadi otomatis ketika kita yang sudah sudah ada di program TI ya IT itu Rambang hanya ada di produksi dan pemasaran karena begitu kita kerja ia akan langsung otomatis kita enggak bisa merubah apapun ketika kita entri jam sekian kita mulai

pekerjaan A nanti selesainya sekian dia udah akumulasi pekerjaan ini itu membutuhkan waktu 2 jam dan itu gak bisa kita otak-atik ya jadi jadi semua itu sudah di program dan itu IT sudah membantu kita khususnya di bagian produksi dan pemasaran dan saya lihat kalau untuk kedepan saya berharap semua lini yang ada di bag yang ada di PT. Rambang dari proses awal sampe dengan akhir ataupun bagian baru quality control ini akan dibuatkan sama seperti kami jadi kalau itu sih sebenarnya bukan wewenang saya ya, atau wewenang saya sebagai kepala bagian produksi untuk tapi minimal ketika ada suatu momen mungkin saya akan bisa mengusulkan bahwa IT disitu juga punya punya prospek punya ini yang bisa kita manfaatkan untuk membantu proses dari awal sampe akhir eh.. perusahaan PT. Rambang, jadi itu sih sebenarnya.

Pewawancara : Pertanyaan terakhir kak, apa harapan kakak untuk perusahaan ini kedepannya?

Narasumber : Eh.. harapan ya, kalau melihat situasi, saya ingin berkata jujur karena bulan puasa ya, mudah-mudahan jadi suatu doa dan didengarkan jadi, eh.. saya perlu jelaskan bahwa ketika kita kerja dimanapun saya pikir kita memposisikan bahwa kita bekerja di perusahaan A yang maka hal kita yang yang yang karyawan lakukan atau bawahan lakukan adalah senaksimal mungkin berharap atau perusahaan yang kita tempat kita bekerja itu bisa



maju berkembang sehingga kita bisa eh apa? eh.. ya kalau dari apa ya? jenjang karir jelas jadi istilahnya masa depannya bagus disitu kan jadi harapan kita selaku karyawan itu sebenarnya say pikir semua sama bahwa perusahaan tempat kita bekerja itu bisa lebih maju bisa eh.. lebih success dan berkembang tentunya, dengan dengan dengan keinginan seperti itu eh.. di di ap? Di di di harus harus dengan dengan support dari bawahan atau karyawan kita harus bener-bener kerja sesuai dengan standard dan prosedur. Jadi kalau konteksnya PT. Rambang kalau harapan saya sih, eh.. ada suatu kepedulian dari care care lebih lah care lebih dari perusahaan dari pimpinan perusahaan yang bisa eh..mengevaluasi dari dari proses awal sampe proses akhir sehingga eh.. perusahaan PT. Rambang itu dapat tertata ya, dapat dapat di pertanggung jawabkan, di setiap lini untuk eh..apa yang dia kerjakan sehingga, inti intinya sih gini aja kalau saya sih berharap eh.. hem perusahaan PT. Rambang ini bisa eh.. fight untuk beberapa tahu kedepan menemukan solusi dari segala macam masalah dan tetep solid dan kompak.

**Lampiran 13****WAWANCARA 3**

Pewawancara : Dwi Gusti Noviana

Narasumber : Lusia Venny Setiawati, S. T

Bagian : Umum

Tempat : PT. Rambang

Alamat : Jln. Mayor Ruslan No. 18 Palembang 30126

Hari / Tanggal : Selasa / 05 Juni 2018

---

Pewawancara : Menurut mbak, bagaimana kondisi bisnis PT. Rambang saat ini?

Narasumber : Kalau PT. Rambang saat ini kondisinya sama kayak eh..apa namanya? bisnis percetakan yang lain, kalau di tahun 2008 (2018) ini, percetakan agak apa ya? persaingan semakin ketat karena juga makanan yang di, apa namanya? yang di bagi di percetakan-percetakan juga, apa namanya? berkurang. Karena era globalisasi ini kan, apa namanya? semuanya serba komputer ya, internet segala macam, jadi kalau untuk percetakan ini memang berkurang omzetnya, dari tahun-tahun sebelumnya.

Pewawancara : Apa sebenarnya kekuatan bisnis yang dimiliki PT. Rambang?

Narasumber : Kalau kekuatan bisnis PT. Rambang lebih ke packaging, karena kalau eh.., apa namanya? kalau Rambang sekarang kan sudah eh..sudah memiliki mesin-mesin yang canggih, terus mesin digital

printing juga yang canggih yang sudah mensupport, apa namanya?  
eh.. untuk cetak packaging.

Pewawancara : Adakah kelemahan yang dialami PT. Rambang saat ini?

Narasumber : Kelemahan saat ini untuk pengadaan kertas, eh apa? bahan baku ya, bahan baku kertas terutama kertas karena kertas tuh semakin hari terus naik gak pernah turun, kemudian juga yang itu yang pertama untuk visi, apa namanya? arus perputaran modalnya, yang kedua eh.. apa ya? yang susah itu, oh.. sistem, sistem cash flow nya di PT. Rambang ini kayak misalnya pemesan itu gak langsung bayar selesai bayar, tapi dia masih menunggu satu bulan tagihan apalagi untuk kurkurit jadi kita gak bisa cash and carry jadi uang piutang yang diluar itu, ya lumayan kayak gitu.

Pewawancara : Terus upaya apa saja yang sudah dilakukan untuk meminimalisir tersebut?

Narasumber : Upayanya, apa ya? ya itu sistem, sistem interen di Rambang diperbaiki dengan eh..apa namanya? mewajibkan down payment ya, apa namanya? DP untuk setiap kali order kayak gitu ada minimal misalnya 50% DP dari omzet kemudian untuk yang sistem piutang lebih ke bagian keuangan mungkin karena apa namaya? ya, yaitu kerjasama keuangan dengan bagian sales bisnis yang harus apa ya? harus tertib ini menangani pemesannya itu.

Pewawancara : Apa saja sarana dan prasarana yang dimiliki PT. Rambang saat ini?

Narasumber : Sarana, kalau PT. Rambang sarana dan prasarana, gedung, alat-alat eh.. mesin-mesin yang su lengkap eh.. kita one stop service dari depan ke belakang dari mulai precash sampe ke finishing itu punya apa ya? punya mesin sendiri, gedung sendiri.

Pewawancara: Faktor apa saja yang menunjang keberhasilan PT. Rambang ?

Narasumber : 1. disiplin kerja, 2. SDM, 3. Bahan baku

Pewawancara : Menurut mbak, bagian umum berpengaruh besar tidak dengan kesuksesan suatu bisnis?

Narasumber : Eh.. bagian umum, sangat berperan juga karena memang apa namanya? semuanya kalau misalnya umumnya kan di bagian umum pengadaan material apa yang akan di cetak terus lagi supportnya juga sampe ke pengantaran pemesanan ke apa namanya? cetakan ke pemesan itu, itu juga ada di umum bagian umum, bagian kendaraan, bagian barang siap kirim.

Pewawancara : Jadi ada fasilitas kendaraan perusahaan untuk pengantaran barang konsumen mbak ya?

Narasumber : Ada. Kita punya 1 mobil, ada 3 motor yang buat operasional itu semua bisa dipakek buat nganter barang.

Pewawancara : Adakah jadwal pembelian barang dan biasanya sekali pembelian menghabiskan dana berapa mbak?

Narasumber : Kalau jadwal pembelian itu, kalau secara apa namanya, maksudnya tuh? terencana kayak gitu, hanya bahan-bahan yang tertentu kayak untuk material kertas yang stok minimal itu ada jadwalnya, kemudian kalau untuk misalnya pembelian barang-barang yang apa namanya tuh? untuk stok-stok yang barang apa ya? eh.. pembantu cetak pembantu proses itu ya pokoknya kalau sudah stok minimal masih eh..ada stok minimalnya kita udah beli kayak gitu, kemudian untuk pembelanjaan, pembelanjaan kertas eh..pembelanjaan perbulan itu rata-rata, berapa ya? 100 jutaan sampe 200 gitulah.

Pewawancara : Pernah tidak bagian umum mendapatkan keluhan dari setiap unit kerja mengenai fasilitas perusahaan?

Narasumber : Fasilitas? Bagian umum? Pernah. Karena kita di Rambang kan apa namanya? jumlah sudah setelah ada pengurangan rasionalisasi ini kan berkurang otomatis kan apa namanya? untuk melayani setiap bagian dari umum kan melayani kan sifatnya support, supporting nya kurang karena memang kita sekarang tenaganya kan minim kayak gitu, kalau keluhan-keluhan ya, mungkin soal kebersihan yang terjadi sekarang kebersihan terlagi support apa ya? ya, lebih ke fasilitas prasarana sih.

Pewawancara : Terus mengatasi keluhan-keluhan tersebut bagaimana?

Narasumber : Keluhannya ya kita bawak, kita bicarakan di rapat kordinasi terus apa namanya? kepala bagian diajak kerjasama untuk sama-sama

apa namanya? anak buahnya sama-sama, apa ya? berbagi tugaslah dalam melaksanakan kebersihan di area kerjanya masing-masing.

Pewawancara : Bagaimana pemeliharaan operasional perusahaan mbak?

Narasumber : Operasional perusahaan? Kita gak ada OB, eh.. ya di rawat masing-masing kalau misalnya di bagian umum itu kendaraan itu letaknya di bagian umum orang umum eh.. BSK itu yang, apa yang biasanya merawat kendaraan.

Pewawancara : Apakah bagian umum mengecek setiap barang yang masuk dan keluar? Jika iya, setiap kapan waktu pengecekan tersebut?

Narasumber : Kalau setiap barang yang masuk dan keluar di cek eh..itu di bagian gudang, biasanya dia apa namanya? First in first out ya, jadi barang pertama kali masuk itu barang yang akan keluar. Itu di bagian gudang ada stoknya, ada program, apa namanya? stok barang, LPB Laporan Penerimaan Barang, Laporan Pengeluaran Barang, SPMB itu semuanya di cek di bagian gudang, tugas gudang.

Pewawancara : Bagaimana kondisi alat-alat yang digunakan untuk pengerjaan saat ini?

Narasumber : Kondisi alat eh.. untuk mesin 80% lah 20% nya memang masih harus, apa ya? maintenance berkala kayak gitu.

Pewawancara : Apakah harus ada pembelian alat-alat baru?

Narasumber : Eh.. kalau beli alat-alat baru, untuk saat ini enggak. Karena memang sudah Rambang sudah lengkap, alat-alatnya udah macem-macem udah lengkap kayak gitu.

Pewawancara : Adakah jadwal perbaikan barang?

Narasumber : Perbaikan? Service ya?

Pewawancara : Ya

Narasumber : Untuk dalam waktu dekat ini ada beberapa mesin yang harus di service yaitu sekarang prosesnya sudah pengajuan ke supplier sudah ada penawaran harga tinggal dari Rambang untuk menindak lanjutinya ada yang memang kita menunggu, apa namanya? menunggu sepperpad nya itu saat ini.

Pewawancara : Menurut mbak, peran SI / TI di PT. Rambang sangat berpengaruh tidak untuk kegiatan bisnis?

Narasumber : Kalau sekarang di Rambang ini kan sudah paperless, maksudnya udah gak, apa ya? mengurangi dari sudah berapa tahun ya, kurang lebih 2 tahun udah paperless sudah mengurangi ini ya, apa namanya? berkas-berkas data kita semua sudah masuk ke, apa namanya? jaringan jadi sangat sangat apa ya? sangat penting kita sudah sekarang ber bertumpu maksudnya mengandalkan TI.

Pewawancara : Ada tidak keinginan mbak selaku karyawan disini pada bagian TI guna mendukung kinerja karyawan lebih baik lagi?

Narasumber : Maksudnya?

Pewawancara : Solusi untuk TI?

Narasumber : Oh.. untuk TI nya. Apa ya? kalau TI yang sekarang, udah ini sih, sudah bisa mengcover semuanya kalau itu, tapi gak tahu kalau kedepannya kalau misalnya Rambang pengen menambah teknologi apa kan, pasti kan butuh support TI. Kalau untuk saat ini kayaknya kinerja TI udah cukup bagus, udah cukup apa ya? udah berhasil lah kayak gitu.

Pewawancara : Apa strategi bagian umum untuk membantu memajukan perusahaan?

Narasumber : Strategi bagian umum? Kalau strategi bagian umum intinya, apa ya? kita men bisa mensupport semua bagian kemudian eh..bahan yang dibutuhkan itu bisa tepat waktu dan stok minimalnya terjaga, itu aj yang, apa namanya? intinya dari bagian umum.

Pewawancara : Pertanyaan terakhir, apa harapan mbak untuk perusahaan ini kedepannya?

Narasumber : Harapannya apa ya? bisa semakin maju berkembang bisa lebih mensejahterakan karyawan, itulah.



**Lampiran 14****WAWANCARA 4**

Pewawancara : Dwi Gusti Noviana

Narasumber : Rizqo Haddad, S. Kom

Bagian : TI

Tempat : PT. Rambang

Alamat : Jln. Mayor Ruslan No. 18 Palembang 30126

Hari / Tanggal : Senin / 04 Juni 2018

---

Pewawancara : Menurut kakak, bagaimana kondisi bisnis PT. Rambang saat ini?

Narasumber : Eh.. ya, terima kasih atas pertanyaannya dwi, untuk menjawabnya eh.. bisnis Rambang saat ini sedang ada perkembangan, dengan adanya studio foto di depan nanti mudah-mudahan PT. Rambang akan semakin maju.

Pewawancara : Apa sebenarnya kekuatan bisnis yang dimiliki PT. Rambang saat ini?

Narasumber : Untuk saat ini PT. Rambang eh.. kekuatannya mungkin eh.. ada di unit digital printing dan juga eh.. ada di bagian packaging nya, mungkin mungkin itu (tertawa)

Pewawancara : Menurut kakak, adakah kelemahan yang dialami PT. Rambang saat ini jika ada apa saja kelemahan tersebut dan upaya apa saja sudah dilakukan untuk meminimalisir kelemahan-kelemahan tersebut?

Narasumber : Kalau untuk kelemahan sih, mungkin dari sisi harga nya ada beberapa produk yang memang harganya tinggi kalau memang mereka ordernya dalam skala kecil, kalau untuk skala besar kelebihan nya harganya lebih murah, mungkin itu. Untuk meminimalisir kekurangan yang ada itu, kini eh.. estimasi di bisnis untuk perhitungan, perhitungannya itu eh.. telah di kurangi biaya, biaya perawatan mesin jadi untuk estimasi order sekarang menjadi sedikit ada pengurangan mungkin harganya bisa bersaing juga dengan harga percetakan-percetakan lainnya.

Pewawancara: Faktor apa saja yang menunjang keberhasilan PT. Rambang ?

Narasumber : kalau menurut kakak, kualitas dan TI

Pewawancara : Apakah peran teknologi informasi atau sistem informasi berpengaruh besar dalam kemajuan bisnis, menurut kakak?

Narasumber : untuk bidang teknologi informasi, eh.. pengaruhnya kita saling bekerja sama dengan unit bisnis dalam hal promosi itu untuk usaha eksternalnya. Tapi untuk internalnya kita sudah membangun sistem informasi untuk menunjang eh.. user untuk mengerjakan segala kegiatannya jadi lebih lebih lebih cepat dan lebih sesuai dengan keinginan.

Pewawancara : Adakah sistem informasi di PT. Rambang, jika ada apa nama SI yang dibangun dan mencakup apa saja SI tersebut?

Narasumber : Untuk sistem informasi yang dibangun itu eh.. namanya sih kita sering menyebutnya portal, cakupannya itu, ada semua unit ada disitu dari qc, produksi, pemasaran, umum, keuangan, personalia, TI, sekretaris bahkan ISO 9001 dan 2008 serta koperasi itu sudah terintegrasi ke portal kita.

Pewawancara : Sejak kapan sistem informasi mulai digunakan untuk membantu pekerjaan karyawan dalam mengolah data atau yang lainnya?

Narasumber : Sistem informasi yang dipakai di PT. Rambang ini eh.. dari sebelum aku masuk 2010 itu sudah sudah dipakai tapi aplikasinya itu dalam bentuk desktop yang dibangun dengan visual basic dan di tahun 2010 setelah aku masuk kePT. Rambang itu ada migrasi dari versi desktop ke versi web portal.

Pewawancara : Apakah TI berperan besar dalam pemasaran produk, jika iya apa yang dibuat?

Narasumber : kalau TI berperan dalam pemasaran produk itu tidak, akan tetapi TI mempunyai produk tersendiri untuk dipasarkan yaitu eh.. bekerja sama dengan perusahaan lain dalam membangun sistem informasi.

Pewawancara : Apakah SI/TI adalah salah satu strategi yang dimiliki PT. Rambang sebagai upaya pengoptimalan kondisi bisnis?

Narasumber : kalau TI dalam pengoptimalan proses bisnis itu kita saling bekerja sama dengan unit lain untuk agar bisa saling mendukung antara satu dengan yang lainnya.

Pewawancara : Apakah proses pemasaran untuk saat ini sangat memerlukan dukungan SI/TI khususnya untuk promosi produk?

Narasumber : kalau saat ini saya kira kurang begitu mendukung karena eh.. kita saling bekerja sama untuk hal promosi itu.

Pewawancara : Menurut kakak, jika pemasaran tanpa dukungan TI/SI apakah kegiatan pemasaran masih bisa berjalan?

Narasumber : Tanpa dukungan TI, eh.. proses bisnis masih bisa berjalan karena sistem yang kita bangun ini saat ini merupakan sistem yang sudah eh.. sesuai dengan apa yang dibutuhkan jadi tanpa dukungan dari kita pun sistem yang kita bangun sudah bisa membangun sudah bisa membantu kegiatan dari proses bisnis.

Pewawancara : Untuk bagian TI sendiri adakah project aplikasi atau sistem yang ingin dibuat saat ini, jika ada project aplikasi atau sistem apa itu dan tujuannya untuk apa?

Narasumber : Kalau untuk saat ini yang sedang dibangun adalah aplikasi QO nya unit kerja umum dengan dibangunnya QO unit kerja umum ini

mudah-mudahan dapat lebih membantu dalam progress report bagian umumnya.

Pewawancara : Apakah semua pekerjaan karyawan dilakukan dengan menggunakan teknologi informasi jika tidak semua apa saja yang belum menggunakan teknologi informasi dan mengapa apakah belum dibuat sistem tersebut atau alasan yang memungkinkan tidak perlu menggunakan teknologi informasi dalam pengerjaannya?

Narasumber : kalau untuk saat ini seluruh kegiatan eh.. sudah menggunakan sistem informasi yang kita bangun kecuali unit kerja keuangan karena di keuangan itu ada perhitungan yang kurang begitu kita kita pahami dalam artian disitu ada rumus yang memang privasi dari keuangan itu sendiri.

Pewawancara : Model arsitektur informasi seperti apa yang dimiliki oleh PT. Rambang apakah arsitektur tersebut telah sesuai dengan kinerja yang diharapkan dan sesuai dengan prosedur yang dimiliki perusahaan?

Narasumber : Untuk model arsitektur pengembangan sistem informasi yang kita pakai disini ialah eh.. model pengembangan yang dimana kita membutuhkan partisipasi dari pengguna dalam artian eh aplikasi tersebut akan selalu dilakukan revisi-revisi dan pengembangan-pengembangan sesuai dengan hingga sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari pengguna.

Pewawancara : Bagaimana proses monitoring terhadap bidang TI guna menjaga integritas data yang ada?

Narasumber : Untuk memonitoring data kita menggunakan eh.. otorisasi user jadi antara user 1 dengan user yang lainnya mempunyai otorisasi terhadap folder yang berbeda-beda dalam artiannya sebagai contoh misalnya eh.. user A hanya bisa mengakses di folder A tetapi tidak bisa mengakses ke folder B dengan demikian maka eh.. keamanan dan kerahasiaan data akan lebih terjaga.

Pewawancara : Bagaimana control perusahaan terhadap pemeliharaan aplikasi software yang ada?

Narasumber : Untuk pemeliharaan dan keamanan software, seluruh software dan risensinya kita copy ke storage kita yang ada di qnet kita yang ada di jadi seandainya ada software yang butuh di install kita copy atau kita install dari server software kita.

Pewawancara : Apa ada pengembangan aplikasi atau sistem pada perusahaan, jika ada pengembangan aplikasi atau sistem apa yang pernah dilakukan?

Narasumber : Untuk saat ini pengembangan sistem yang kita lakukan adalah aplikasi quality objective unit kerja umum.

Pewawancara : Bagaimana perencanaan yang dilakukan oleh PT. Rambang dalam memelihara infrastruktur TI yang ada?

Narasumber : kalau infrastruktur IT kita lakukan pembersihan itu 3 sampai 5 bulan sekali jadi di jangkau 3 sampe 5 bulan itu di kalau ada kerusakan kita akan perbaiki dan juga eh.. sesuai dengan jadwal yang ada per 3 atau 5 bulan.

Pewawancara : Bagaimana standarisasi yang dimiliki oleh perusahaan dalam pengendalian dan pengembangan untuk mendapatkan infrastruktur fasilitas hardware, software dan layanan TI yang dibutuhkan dalam proses bisnis?

Narasumber : Kalau standarisasi dari infrastruktur IT atau software IT kita selalu menggunakan standarisasi update terakhir eh.. dalam misalnya software kita selalu menggunakan selalu eh.. memberikan update an terakhir agar semua fitur di software itu bisa digunakan oleh sih pengguna.

Pewawancara : Bagaimanakah standarisasi yang dimiliki oleh PT. Rambang dalam penyusunan permintaan perubahan terhadap aplikasi dan proses sistem tentang pemasaran yang telah berjalan?

Narasumber : Untuk pengusulan sistem informasi yang sedang berjalan, kita selalu eh mengusulkan software yang yang sangat dibutuhkan oleh pengguna misalnya untuk desain, kita mengusulkan untuk

update terakhir karena desain dari bisnis itu akan menentukan bagus tidaknya eh.. eh.. kualitas dari desain PT. Rambang.

Pewawancara : PT. Rambang mempunyai website yang bernama Rambang Online seberapa besar pengaruh website tersebut terhadap lingkungan bisnis, dan apa yang membedakan website tersebut dengan website yang lain?

Narasumber : Kalau untuk website Rambang Online itu eh.. sekarang kurang begitu optimal karena jarang eh.. kita gak mengaktifkan e commerce nya, perbedaannya Rambang Online dengan website yang lainnya, kalau Rambang Online itu bisa di akses dengan menggunakan internet akan tetapi aplikasi bisnis yang lainnya hanya bisa digunakan di local kita aja atau intranet.

Pewawancara : Saya melihat ada menu-menu yang di websie tersebut salah satunya ada menu e commerce, e commerce di website ini diartikan seperti apa dan adakan pemesanan order melalui website selama ini, jika ada kira-kira berapa persentase yang dilakukan secara online daripada secara offline?

Narasumber : Untuk Rambang Online tersebut fasilitas e commerce nya belum kita aktifkan akan tetapi fiturnya sudah ada eh..hingga saat ini Rambang Online untuk hanya berupa company profile saja.



Pewawancara : Bagaimana progres TI di perusahaan ini

Narasumber : Untuk progres pekerjaan IT eh.. kita selalu eh.. mengadakan atau membuat revisi-revisi dari aplikasi yang sudah di pakai oleh karyawan dan juga dalam hal eksternal kita membangun, membantu eh.. perusahaan lain untuk membangun dan untuk merancang bangun sistem informasi mereka. Kalau untuk infrastruktur eh.. seperti yang telah dikemukakan tadi kita lakukan perawatan dalam jangka 5, 3 atau 5 bulan sekali dan juga apabila ada kerusakan kita selalu maintenance komputer yang mengalami kerusakan tersebut.

Pewawancara : Menurut kakak, PT. Rambang butuh tidak perencanaan strategis sistem informasi untuk kedepannya?

Narasumber : Kalau menurut saya kedepannya Rambang pasti sangat membutuhkan itu karena dengan strategis sistem informasi dari TI eh.. akan bisa membantu proses bisnis dari PT. Rambang.

Pewawancara : Pertanyaan terakhir, apa harapan kakak untuk perusahaan ini kedepannya?

Narasumber : Harapan saya kepada PT. Rambang kedepannya, semoga PT. Rambang lebih mengembangkan proses bisnisnya lagi dan juga semakin jaya.

**Lampiran 15****WAWANCARA 5**

Pewawancara : Dwi Gusti Noviana

Narasumber : Yunita Sari

Bagian : Kepala Bagian Pemasaran

Tempat : PT. Rambang

Alamat : Jln. Mayor Ruslan No. 18 Palembang 30126

Hari / Tanggal : Senin / 11 Juni 2018

---

Pewawancara : Menurut mbak, bagaimana kondisi bisnis PT. Rambang saat ini?

Narasumber : Bisnis apo nih, secara keseluruhan?

Pewawancara : Iya

Narasumber : Bisnis Rambang bagus, so far bagus gak ada masalah tetep berjalan dengan semestinya.

Pewawancara : Menurut mbak, apa kekuatan bisnis yang dimiliki PT. Rambang?

Narasumber : Rambang, pertama dari eh.. usia, Rambang kan didirikan tahun 1953 sampe sekarang tetep eksis yang kedua lokasi ya, lokasi kito strategis di tengah kota jadi faktor pengalaman faktor lokasi itu yang udah nilai tambah dibandingin kompetitor yang lainnya.

Pewawancara : Adakah kelemahan yang dialami PT. Rambang saat ini?

Narasumber : Kelemahan mungkin kelemahan tapi bisa dikatakan kelemahan tapi bisa dikatakan kelebihan karno Rambang itu punya kualitas dengan adanya kualitas itu otomatis hargo agak sedikit tinggi dibanding yang lain tapi kan pelanggan sekarang nih sudah jeli, mereka kadang hargo dak masalah yang penting kualitas mereka terpenuhi.

Pewawancara : Upaya untuk meminimalisir kelemahan tersebut apa mbak?

Narasumber : Eh.. dari sisi bahan baku kito cubo untuk tekani harga-harga kita tekan dari supplier supaya beda antara harga Rambang dengan harga kompetitor tidak terlalu jauh.

Pewawancara: Faktor apa saja yang menunjang keberhasilan PT. Rambang ?

Narasumber : Nama besar Rambang, kerja sama dengan perusahaan lain, TI. Ya..kali itu aja.

Pewawancara : Untuk bagian pemasaran ada berapa karyawan mbak?

Narasumber : Pemasaran ada 12

Pewawancara : Dan ada tidak pembagian pengerjaan pada setiap karyawan?

Narasumber : Oh.. ada, ada sales, ada desain, ada IT jadi mereka masing-masing punya job dis sendiri.

Pewawancara : Ada bagian marketing dan komunikasi?

Narasumber : Ado ado ado orang 5

Pewawancara : Apa saja produk yang dapat dibuat bagian pemasaran?

Narasumber : Balik ke bes apa kor bisnis Rambang itu kan percetakan cuma sekarang kita dak cuma melulu cetak di atas kertas tapi udah banyak yang lain jadi cetak agrilet bahan kaca, bahan kayu itu kita udah bisa lakukan.

Pewawancara : Bagaimana alur proses pemasaran sampai untuk di produksi?

Narasumber : Proses pemasaran sejak order masuk itu terbagi 2 yaitu eh.. proses eh..order yang ready to print atau order yang memang perlu di desain jadi kalau untuk yang ready to print jadi kita tinggal bawa file kemudian kita langsung cetak, kalau perlu finishing di finishing, finishing itu kan artinya di lem di jait atau di laminating kalau untuk yang order yang idak ready to print perlu di desain kita bawa ke desain dulu dari desain sudah siap baru ke produksi proses cetak terlebih dahulu kito kordinasi dengan umum untuk kesediaan bahan baku.

Pewawancara : Berapa lama waktu pengerjaan setiap produk?

Narasumber : Tergantung dari respect, kalau yang standar-standar itu biso sehari selesai, kalau misal majalah itu tergantung dari finishing dengan oplah, oplah itu jumlah eksemplah jadi eh.. untuk eh.. penyelesaian itu tergantung dari rispec order.

Pewawancara : Apakah selama ini dalam proses pemasaran tidak ada kendala?

Narasumber : Pemasaran, kendala itu pastilah, pasti ada dimana-mana, macem-macem kendala mulai dari eh.. bahan baku yang idak sesuai kemudian dari produksi yang kadang-kadang oplahnya kurang ataupun eh.. dari sisi ini ya, pembayaran pelanggan.

Pewawancara : Bagaimana pemasaran khususnya untuk bagian marketing dan komunikasi dalam melayani pelanggan?

Narasumber : yang lebih spesifik, apa tuh maksudnya?

Pewawancara : untuk penawaran produk ke pelanggan itu, ada gak mbak?

Narasumber : Penawaran, penawaran eh.. dari beberapa customer yang loyal itu kita idak perlu lagi datangi mereka tapi kalau misalnya new customer itu yang kita lakukan eh.. peluang-peluang itu yang kita cari ya kita pasti pasang-pasang mata pasang telinga dimanado prospek misal contoh terakhir itu, eh.. Palembang ini kan lagi banyak pembangunan tuh hotel-hotel terutama hotel-hotel jadi kita coba jajakin hotel-hotel baru yang ada di Palembang nah itu kita coba dating kito prospek mereka kito bawak be beberapa sample cetakan kito dateng ke hotel dan coba kito tawarkan untuk cetakan.

Pewawancara : Bagaimana peranan TI dalam proses pemasaran saat ini?

Narasumber : TI pegang peranan untuk IT eh.. program, program. Jadi segala sesuatu mulai dari eh.. input order entri form sampek dengan barang diterima oleh pelanggan itu lewat program itu TI yang bikin, cukup bagus.

Pewawancara : Adakah bagian pemasaran yang mengalami penurunan dalam kinerja?

Narasumber : Owh.. maksudnya personil?

Pewawancara : Iya

Narasumber : Itu..ehm..ada beberapa, cuman tetep di support secara di motivasilah supaya mereka eh..eh.. idak turun semangat jadi yang perlu dijaga adalah kompak team kekompakan team.

Pewawancara : Bagaimana pembagian pengerjaan order yang masuk kepada karyawan bagian pemasaran desain?

Narasumber : Desain, eh.. kita kan namanya ado LKH itu jadi, si A si B itu kita lihat, lihat lagi ngerjoi apo jadi kalau misalnyo eh..ado yang sudah hampir selesai nah itu kito di distribusike ni baru eh.. order baru untuk di desain.

Pewawancara : Jika TI tidak ada dalam bagian pemasaran, apakah pekerjaan akan terhambat?

Narasumber : Oh.. iya, TI tuh penting karena yang untuk yang program TI, kemudian untuk koneksi jaringan juga TI, eh.. sangat penting kalau misalnyo dak katek TI ya, jadi agak sedikit terhambat.

Pewawancara : Adakah target-target pada bagian pemasaran setiap tahunnya?

Narasumber : Ado target. Kito punyo target, dari masing-masing sales tuh ado target, mala perbulan bukan pertahun.

Pewawancara : Apakah setiap target sudah mencapai maksimal?

Narasumber : So far, eh.. ada beberapa yang lose ada yang beberapa yang bisa kito penuhi target.

Pewawancara : Adakah standarisasi kualitas produk pada bagian pemasaran?

Narasumber : Standarisasi kualitas produk ya itu, di ini dengan, dengan produksi maksudnya eh.. speknya itu harus jelas apa yang di minta pelanggan itu harus sesuai dan itu kita coba kordinasikan dengan umum sebagai penyedia bahan baku maupun produksi sebagai eh.. finishing dari suatu order jadi ukuran itu harus sesuai harus pas sesuai dengan yang dimintak oleh pelanggan jumlah oplahnya juga harus sesuai maupun dari spek-spek detail itu harus sesuai.

Pewawancara : Pernah tidak bagian pemasaran, mendapatkan keluhan dari pelanggan atau intern perusahaan?

Narasumber : Pernah.

Pewawancara : Lebih mengenai ke keluhan seperti apa mbak?

Narasumber : Eh.. pelanggan itu biasanya mereka complain karena pengerjaan yang cukup lama, pengerjaan yang cukup lama kemudian material yang kadang-kadang beda.

Pewawancara : Siapa yang bertanggung jawab atas kesalahan-kesalahan yang dilakukan bagian pemasaran?

Narasumber : Yang bertanggung jawab seluruh bagian seluruh personil yang terlibat itu harus bertanggung jawab.

Pewawancara : Apa strategi pemasaran untuk dapat meningkatkan pendapatan perusahaan?

Narasumber : Strategi? Ehm.. pemasaran itu selalu update apa yang jadi kebutuhan eh.. pelanggan apa yang jadi yang yang up to date up to date apa namonyo? Eh..apo lah istilahnyo? Trend. Ya Apa yang lagi trend sekarang ini, kita harus ngikuti jadi kito buka wawasan lewat internet lewat eh..saling eh.. apa? ngobrol antar sesama cetakan ini yang lagi trend nih apo nih, kito coba itu, kito coba, apo namonyo? kumpulkan dan itu kito bikin strategi baru.

Pewawancara : Menurut mbak, apakah TI sangat berpengaruh besar di kegiatan bisnis PT. Rambang?

Narasumber : Sangat. Sangat berpengaruh besar, karena itu tadi balik tadi karena kita sistimnya sudah pakek jaringan sudah pakek ini, apa ya? program jadi eh.. pengaruhnya tuh luar biasa, biso jadi kadang-kadang kalau jaringannyo sudah eh.. idak apo namonyo? Idak biso di akses ya, semua kerjaan jadi terhambat.

Pewawancara : Menurut mbak, adakah terobosan baru untuk TI sebagai penunjang nanti pemasaran?



Narasumber : TI mungkin akan dulu pernah, pernah ada wacana cuma sekarang akan di giatkan lagi kedepan jadi kita akan bikin semacam penjualan secara online dan TI akan handle itu.

Pewawancara : Pertanyaan terakhir, apa harapan mbak untuk PT. Rambang kedepannya?

Narasumber : Ya, lebih sukses lebih maju lebih solid lagi eh.. jadi biso, apo namonyo? Jadi leader diantara percetakan-percetakan lain.

**Lampiran 16****WAWANCARA 6**

Pewawancara : Dwi Gusti Noviana

Narasumber : Yustina Sari, S. E

Bagian : Kepala Bagian Keuangan

Tempat : PT. Rambang

Alamat : Jln. Mayor Ruslan No. 18 Palembang 30126

Hari / Tanggal : Rabu / 20 Juni 2018

Pewawancara : Menurut ibu, bagaimana kondisi bisnis PT. Rambang saat ini?

Narasumber : Normal. Masih bisa mendapatkan profit.

Pewawancara : Apa saja kekuatan yang dimiliki PT. Rambang?

Narasumber : Nama besar PT. Rambang, mesin canggih, lokasi gedung strategis

Pewawancara : Apa saja kelemahan yang ada di PT. Rambang saat ini?

Narasumber : Belum ada kantor cabang di dalam kota dan harga masih tinggi untuk oplah rendah.

Pewawancara: Faktor apa saja yang menunjang keberhasilan PT. Rambang ?

Narasumber : faktor keberhasilan ya? eh.. kualitas, disiplin, IT, SDM ya. udah cukup

Pewawancara : Apakah PT. Rambang mempunyai kerja sama dengan bank atau perusahaan lain mengenai keuangan? Jika iya, kerja sama dengan siapa saja?

Narasumber : Tidak ada.

Pewawancara : Berapa kisaran harga untuk setiap produk cetak?

Narasumber : Tergantung jenis cetakan dan spec order.

Pewawancara : Bagaimana sistem pembayaran pada PT. Rambang?

Narasumber : Pertama, bagian pemasaran membuat SPC (Surat Pesanan Cetak), OEF (Order Entry Form), surat pengantar diberikan ke pembukuan. Kedua, bagian pembukuan membuat faktur penjualan, faktur pajak standar. Ketiga, Dari pembukuan diberikan ke keuangan, keuangan membuat surat tagihan, kwitansi, tanda terima tagihan. Keempat, semua berkas-berkas tersebut, baru diberikan ke pelanggan untuk di proses tagihan.

Pewawancara : Apakah ada potongan harga atau diskon kepada pelanggan?

Narasumber : Diskon harga ada. (yang tau diskon harga juga pemasaran, karena yang kalkulasi, negosiasi, jangka waktu pembayaran yang nentuin juga pemasaran)

Pewawancara : Berapa lama waktu yang diberikan PT. Rambang ke pelanggan untuk melunasi pembayaran?

Narasumber : 1-2 bulan. Tergantung kontrak/tender dan PO. Kalau tender rata-rata di atas 1 bulan.

Pewawancara : Pembayaran bisa dilakukan melalui apa saja?

Narasumber : Pembayaran bisa dilakukan secara cash, transfer ke bank rekening perusahaan, cek, bilyet giro.

Pewawancara : Adakah strategi bagian keuangan dalam hal pendanaan, supaya dana yang dibutuhkan bisa didapat?

Narasumber : Membuat perjanjian pembayaran/kontrak. Misalnya: kalau lewat JT pembayaran di kenakan denda. Atau ada jaminan misalnya BPKB mobil, sertifikat tanah. Kalau gak bayar, jaminan di jual.

Pewawancara : Berapa kisaran pengeluaran untuk semua kebutuhan per harinya?

Narasumber : Rata-rata 500 juta sampai dengan 800 juta per bulan bagi aja 24 hari.

Pewawancara : Menurut ibu, bagaimana omzet PT. Rambang saat ini?

Narasumber : Sampai periode Juni stabil di banding tahun sebelumnya. Hampir sama.

Pewawancara : Apakah omzet untuk saat ini mendapatkan profit?

Narasumber : Masih ada profit.

Pewawancara : Bagaimana kondisi pendapatan PT. Rambang di beberapa tahun terakhir ini? Jika menurun, apa penyebab utamanya membuat pendapatan menurun?

Narasumber : Stabil.

Pewawancara : Apa saja yang menjadi kendala dalam pembayaran?

Narasumber : Sistem dan prosedur di perusahaan pelanggan.

Pewawancara : Apakah bagian *Quality Control* juga mengontrol keuangan perusahaan?

Narasumber : Tidak. QC hanya pemasaran sampai dengan produksi.

Pewawancara : Adakah produk baru yang akan ditawarkan PT. Rambang kepada pelanggan?

Narasumber : Ada.

Pewawancara : Apakah harga yang ditawarkan PT. Rambang sudah mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis?

Narasumber : Belum. Harga Rambang untuk produk kebutuhan masih umum masih tinggi. Misalnya: undangan pernikahan, keuntungan order di Rambang adalah, apabila jumlah oplahnya banyak, harga Rambang temurah di banding percetakan lainnya. Semakin banyak oplahnya, maka harga semakin murah.

Pewawancara : Menurut ibu, apakah sejauh ini PT. Rambang masih menjadi percetakan yang unggul dari perusahaan cetak lainnya?

Narasumber : Masih. Karena Rambang satu-satunya percetakan yang mampu menerima cetakan di berbagai jenis media (kertas, plastik, kayu, keramik, kain dan acrylic). Sedangkan percetakan lain hanya focus pada beberapa jenis media saja, misalnya: hanya mencetak dengan bahan kertas saja, atau acrylic saja.

Pewawancara : Menurut ibu, bagaimana peran SI/TI yang ada di PT. Rambang saat ini?

Narasumber : Sangat bermanfaat, sangat membantu kelancaran/percepatan laporan di semua bagian.

Pewawancara : SI/TI berpengaruh tidak untuk kinerja karyawan?

Narasumber : Sangat berpengaruh. Portal membuat karyawan mudah mencari data/info, merekap/merangkum data/info, sehingga mudah mengevaluasi, menganalisa pekerjaan.

Pewawancara : Adakah solusi untuk bagian IT, supaya dapat berperan besar dalam peningkatan omzet perusahaan?

Narasumber : Menjual jasa IT (membuat program/aplikasi)

Pewawancara : Apa yang dibutuhkan bagian keuangan saat ini kepada bagian TI?

Narasumber : Program kalkulasi biaya dan akuntansi biaya.

Pewawancara : Apa harapan ibu, untuk PT. Rambang kedepannya?

Narasumber : Harapan kedepan, omzet meningkat, kesejahteraan karyawan meningkat.

## Lampiran 17

**BERITA ACARA KUESIONER**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH  
PALEMBANG FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikry No. 1 KM. 3,5 Palembang 30126  
Telp. (0711)353360 website : www.radenfatah.ac.id

**BERITA ACARA KUESIONER**

Telah dilaksanakan pembagian kuesioner yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan untuk memenuhi Skripsi Strata Satu (S1).

Tempat : PT. Rambang

Hari/Tanggal : Rabu / 18 Juli 2018

Pihak peneliti melakukan pembagian kuesioner kepada karyawan PT. Rambang yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan di PT. Rambang, kemudian karyawan memberikan jawaban yang berkaitan dengan pernyataan yang diajukan oleh peneliti. Adapun pernyataan dan pilihan jawaban yang diajukan terlampir.

Peneliti

(Dwi Gusti Noviana)

Palembang, 18 Juli 2018

Kepala Bagian Umum

(H.M. Antonie Yuhoko)

## Lampiran 18

**KUESIONER SWOT****KUESIONER RISET SWOT  
PADA PT. RAMBANG****Profil Responden**

Nama Responden :

Divisi / Bagian :

Email / No. HP :

Apakah Anda bersedia dihubungi? (beri lingkaran pada salah satu jawaban):

(1) Ya      (2) Tidak

**Isu Strategis****Sebutkan masalah utama yang saat ini sedang dihadapi oleh perusahaan ini:**

---

---

---

---

---

---

**Riset SWOT**

Bagian ini terdiri dari dua bagian, yaitu:

1. Kondisi internal, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan ini.
2. Kondisi eksternal, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman perusahaan ini.







No.	Indikator ANCAMAN	Penilaian Kondisi Saat Ini					Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	1	2	3	4
1.	Munculnya perusahaan dalam bidang yang sejenis dengan harga yang lebih terjangkau									
2.	Kenaikan harga bahan baku dan BBM mempengaruhi daya beli yang tinggi									
3.	Semua pengolahan data belum terintegrasi dengan baik dalam sistem informasi									
4.	Sering terjadinya turun-naik suku bunga									
5.	Kemajuan teknologi membuat masyarakat lebih memilih melihat informasi dan teknologi dari pada media cetak									
7.	Anda diminta untuk menyebutkan minimal dua faktor ancaman lainnya, yang saat ini dimiliki perusahaan ini.									
	1.									
	2.									

#### Solusi untuk *Action Plan*

Anda diminta untuk memberikan saran, menyebutkan minimal tiga alternatif program kerja (*action plan*) yang harus dilakukan oleh perusahaan ini, sehingga permasalahan yang dihadapi saat ini dapat diminimalisir:

No.	Program Kerja ( <i>Action Plan</i> )	Tujuan	Caranya (Inisiatif strategi)
1.			
2.			
3.			

## Lampiran 19

**KUESIONER QSPM**

**KUESIONER PENELITIAN PENENTUAN STRATEGI TERPILIH  
DENGAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX* (QSPM)  
PADA PT. RAMBANG**

**Tujuan:**

Untuk menetapkan kemenarikan relatif dari alternatif-alternatif strategi yang telah diperoleh melalui analisis matriks SWOT, guna menetapkan strategi yang terbaik untuk direkomendasikan kepada perusahaan.

<b>Alternatif Strategi</b>	
1	Meningkatkan kualitas dan pelayanan yang baik untuk menarik pelanggan
2	Memanfaatkan sistem informasi untuk monitoring proses order dan promosi produk
3	Meningkatkan kemampuan SDM dan kerjasama untuk mencapai tujuan perusahaan
4	Memanfaatkan media sosial secara maksimal untuk promosi
5	Membuat sistem informasi untuk proses order
6	Menjalin kerjasama dengan perusahaan lain agar visi dan misi perusahaan dapat tercapai
7	Pengoptimalan kerja website untuk menarik pelanggan baru
8	Restrukturisasi hutang untuk mempercepat proses pengadaan material
9	Percepatan penarikan piutang untuk memperkuat cash flow permodalan
10	Membuat sistem pembayaran, pendataan gaji karyawan dan penjualan online dengan memanfaatkan teknologi informasi
11	Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melihat ketersediaan bahan baku
12	Meningkatkan kualitas dengan harga yang terjangkau
13	Mengembangkan sistem informasi untuk membantu kinerja karyawan
14	Memberikan diskon khusus kepada pelanggan baru
15	Pengembangan sistem informasi untuk meningkatkan eksistensi perusahaan
16	Menyempurnakan tata kelola dan budaya kinerja



















## Lampiran 20

**HASIL PERHITUNGAN MATRIKS****1. MATRIKS IFE**

<i>Strength</i>	Responden						JUMLAH	RATING	BOBOT %	BOBOT X RATING
	1	2	3	4	5	6				
1	3	3	3	3	3	2	17	2.8	0.055	0.15
2	3	3	3	3	2	3	17	2.8	0.055	0.15
3	2	3	3	2	3	3	16	2.7	0.052	0.14
4	2	3	4	2	3	3	17	2.8	0.055	0.15
5	2	3	4	3	2	3	17	2.8	0.055	0.15
6	3	3	3	3	3	3	18	3	0.058	0.17
7	3	4	4	2	3	3	19	3.2	0.061	0.19
8	3	3	4	2	3	3	18	3	0.058	0.17
<b>Total</b>									<b>0.449</b>	<b>1.27</b>
<i>Weaknesses</i>	Responden						JUMLAH	RATING	BOBOT %	BOBOT X RATING
	1	2	3	4	5	6				
1	3	3	3	3	3	3	18	3	0.058	0.17
2	3	3	3	3	4	3	19	3.2	0.061	0.19
3	3	3	3	3	3	3	18	3	0.058	0.17
4	3	3	3	3	3	3	18	3	0.058	0.17
5	2	4	3	2	2	3	16	2.7	0.052	0.14
6	2	3	3	3	4	3	18	3	0.058	0.17
7	2	3	3	2	2	2	14	2.3	0.045	0.1
8	3	3	3	3	2	3	17	2.8	0.055	0.15
9	2	3	3	3	2	2	15	2.5	0.048	0.12
10	3	3	3	3	3	3	18	3	0.058	0.17
<b>Total</b>									<b>0.551</b>	<b>1.55</b>
<b>Total Hasil untuk Faktor Internal</b>							<b>310</b>		<b>1</b>	<b>2.82</b>

## 2. MATRIKS EFE

<i>Opportunities</i>	Responden						JUMLAH	RATING	BOBOT %	BOBOT X RATING
	1	2	3	4	5	6				
1	4	3	3	3	3	3	19	3.2	0.095	0.3
2	3	3	3	3	2	3	17	2.8	0.09	0.25
3	3	3	3	2	3	2	16	2.7	0.08	0.22
4	2	3	3	2	2	3	15	2.5	0.075	0.19
5	3	3	3	4	3	2	18	3	0.09	0.27
6	3	3	3	3	3	3	18	3	0.09	0.27
<b>Total</b>									<b>0.52</b>	<b>1.5</b>
<i>Threats</i>	Responden						JUMLAH	RATING	BOBOT %	BOBOT X RATING
	1	2	3	4	5	6				
1	4	3	2	3	4	3	19	3.2	0.095	0.3
2	4	3	3	2	3	3	18	3	0.09	0.27
3	3	3	3	3	4	3	19	3.2	0.095	0.3
4	3	3	2	3	4	3	18	3	0.09	0.27
5	4	3	4	4	4	3	22	3.7	0.11	0.41
<b>Total</b>									<b>0.48</b>	<b>1.55</b>
<b>Total Hasil untuk Faktor Eksternal</b>							<b>199</b>		<b>1</b>	<b>3.05</b>

## 3. MATRIKS QSPM

Strategi 1											
Faktor Internal dan Eksternal	Responden						Bobot	Nilai AS	AS	Nilai TAS	TAS
	1	2	3	4	5	6					
S1	3	3	3	3	4	4	0.055	3.333333	3.333	0.183315	0.183
S2	4	3	4	4	4	4	0.055	3.833333	3.833	0.210815	0.211
S3	2	2	3	2	2	3	0.052	2.333333	2.333	0.121316	0.121
S4	3	3	3	3	3	3	0.055	3	3	0.165	0.165
S5	3	2	3	2	3	3	0.055	2.666667	2.667	0.146685	0.147
S6	4	4	3	4	4	4	0.058	3.833333	3.833	0.222314	0.222
S7	3	2	3	3	3	2	0.061	2.666667	2.667	0.162687	0.163
S8	3	3	3	2	2	3	0.058	2.666667	2.667	0.154686	0.155
W1	3	4	3	3	4	4	0.058	3.5	3.5	0.203	0.203
W2	4	3	2	3	4	3	0.061	3.166667	3.167	0.193187	0.193
W3	3	3	3	3	3	4	0.058	3.166667	3.167	0.183686	0.184
W4	2	3	2	3	3	2	0.058	2.5	2.5	0.145	0.145
W5	4	4	3	4	4	4	0.052	3.833333	3.833	0.199316	0.199
W6	1	2	1	2	2	2	0.058	1.666667	1.667	0.096686	0.097
W7	1	2	1	1	1	1	0.045	1.166667	1.167	0.052515	0.053
W8	1	1	1	2	2	2	0.055	1.5	1.5	0.0825	0.083
W9	3	4	3	4	3	4	0.048	3.5	3.5	0.168	0.168
W10	3	3	3	2	3	2	0.058	2.666667	2.667	0.154686	0.155
O1	3	3	4	3	4	4	0.095	3.5	3.5	0.3325	0.333
O2	3	3	3	4	3	4	0.09	3.333333	3.333	0.29997	0.299
O3	3	3	3	3	3	3	0.08	3	3	0.24	0.24
O4	1	2	2	1	2	2	0.075	1.666667	1.667	0.125025	0.125
O5	3	3	4	3	3	3	0.09	3.166667	3.167	0.28503	0.285
O6	3	4	3	3	4	4	0.09	3.5	3.5	0.315	0.315
T1	4	4	4	4	4	4	0.095	4	4	0.38	0.38
T2	1	2	1	2	1	2	0.09	1.5	1.5	0.135	0.135
T3	2	3	3	2	3	3	0.095	2.666667	2.667	0.253365	0.253
T4	3	3	3	3	4	2	0.09	3	3	0.27	0.27
T5	3	4	4	4	4	4	0.11	3.833333	3.833	0.42163	0.422
<b>Total</b>											<b>5.904</b>

Strategi 2											
Faktor Internal dan Eksternal	Responden						Bobot	Nilai AS	AS	Nilai TAS	TAS
	1	2	3	4	5	6					
S1	4	4	3	4	4	4	0.055	3.833333	3.833	0.210815	0.211
S2	2	2	1	1	2	1	0.055	1.5	1.5	0.0825	0.083
S3	1	1	2	1	1	1	0.052	1.166667	1.167	0.060684	0.061
S4	2	1	2	2	2	1	0.055	1.666667	1.667	0.091685	0.092
S5	2	1	1	1	1	1	0.055	1.166667	1.167	0.064185	0.064
S6	3	3	4	4	3	3	0.058	3.333333	3.333	0.193314	0.193
S7	4	3	4	3	3	4	0.061	3.5	3.5	0.2135	0.214
S8	3	3	3	2	3	3	0.058	2.833333	2.833	0.164314	0.164
W1	4	3	4	4	4	4	0.058	3.833333	3.833	0.222314	0.222
W2	1	2	2	2	2	2	0.061	1.833333	1.833	0.111813	0.112
W3	2	3	3	2	3	4	0.058	2.833333	2.833	0.164314	0.164
W4	4	4	4	4	4	4	0.058	4	4	0.232	0.232
W5	3	4	3	4	3	3	0.052	3.333333	3.333	0.173316	0.173
W6	1	2	2	1	1	2	0.058	1.5	1.5	0.087	0.087
W7	1	1	1	1	1	1	0.045	1	1	0.045	0.045
W8	4	4	4	4	4	4	0.055	4	4	0.22	0.22
W9	4	4	3	4	3	4	0.048	3.666667	3.667	0.176016	0.176
W10	4	4	4	4	4	4	0.058	4	4	0.232	0.232
O1	3	3	4	4	3	3	0.095	3.333333	3.333	0.316635	0.317
O2	4	4	3	3	3	3	0.09	3.333333	3.333	0.29997	0.299
O3	1	2	1	1	2	2	0.08	1.5	1.5	0.12	0.12
O4	3	3	3	4	3	3	0.075	3.166667	3.167	0.237525	0.238
O5	4	4	4	4	4	4	0.09	4	4	0.36	0.36
O6	4	4	4	4	4	4	0.09	4	4	0.36	0.36
T1	2	3	3	3	3	3	0.095	2.833333	2.833	0.269135	0.269
T2	1	1	1	1	1	2	0.09	1.166667	1.167	0.10503	0.105
T3	2	1	3	2	2	1	0.095	1.833333	1.833	0.174135	0.174
T4	1	1	1	1	1	1	0.09	1	1	0.09	0.09
T5	4	3	3	3	3	4	0.11	3.333333	3.333	0.36663	0.367
<b>Total</b>											<b>5.444</b>



Strategi 3											
Faktor Internal dan Eksternal	Responden						Bobot	Nilai AS	AS	Nilai TAS	TAS
	1	2	3	4	5	6					
S1	2	2	2	2	2	1	0.055	1.833333	1.833	0.100815	0.101
S2	2	3	3	3	2	3	0.055	2.666667	2.667	0.146685	0.147
S3	1	1	2	2	2	1	0.052	1.5	1.5	0.078	0.078
S4	3	2	2	2	2	2	0.055	2.166667	2.167	0.119185	0.119
S5	1	3	3	2	2	2	0.055	2.166667	2.167	0.119185	0.119
S6	3	4	3	3	4	3	0.058	3.333333	3.333	0.193314	0.193
S7	4	3	3	3	3	3	0.061	3.166667	3.167	0.193187	0.193
S8	4	4	4	4	4	4	0.058	4	4	0.232	0.232
W1	4	3	3	3	4	3	0.058	3.333333	3.333	0.193314	0.193
W2	2	3	2	3	3	3	0.061	2.666667	2.667	0.162687	0.163
W3	1	2	1	1	1	1	0.058	1.166667	1.167	0.067686	0.068
W4	3	3	3	3	3	4	0.058	3.166667	3.167	0.183686	0.184
W5	3	4	3	4	4	4	0.052	3.666667	3.667	0.190684	0.191
W6	2	1	1	1	1	1	0.058	1.166667	1.167	0.067686	0.068
W7	2	2	2	2	2	3	0.045	2.166667	2.167	0.097515	0.098
W8	2	3	3	3	3	3	0.055	2.833333	2.833	0.155815	0.156
W9	2	2	3	3	3	3	0.048	2.666667	2.667	0.128016	0.128
W10	2	2	3	2	2	2	0.058	2.166667	2.167	0.125686	0.126
O1	3	4	4	3	4	3	0.095	3.5	3.5	0.3325	0.332
O2	4	4	4	4	4	4	0.09	4	4	0.36	0.36
O3	2	4	3	3	4	4	0.08	3.333333	3.333	0.26664	0.267
O4	2	3	4	2	3	3	0.075	2.833333	2.833	0.212475	0.212
O5	2	2	2	3	3	3	0.09	2.5	2.5	0.225	0.225
O6	4	4	3	4	4	4	0.09	3.833333	3.833	0.34497	0.345
T1	1	1	1	1	2	1	0.095	1.166667	1.167	0.110865	0.111
T2	3	4	3	4	4	4	0.09	3.666667	3.667	0.33003	0.33
T3	3	3	2	3	4	2	0.095	2.833333	2.833	0.269135	0.269
T4	3	3	3	3	3	3	0.09	3	3	0.27	0.27
T5	3	4	3	3	4	4	0.11	3.5	3.5	0.385	0.385
<b>Total</b>											<b>5.663</b>

Strategi 4											
Faktor Internal dan Eksternal	Responden						Bobot	Nilai AS	AS	Nilai TAS	TAS
	1	2	3	4	5	6					
S1	2	2	3	2	3	4	0.055	2.666667	2.667	0.146685	0.147
S2	1	1	2	1	1	2	0.055	1.333333	1.333	0.073315	0.073
S3	1	1	1	1	2	2	0.052	1.333333	1.333	0.069316	0.069
S4	1	1	2	1	2	1	0.055	1.333333	1.333	0.073315	0.073
S5	1	1	1	1	1	1	0.055	1	1	0.055	0.055
S6	2	3	3	3	2	3	0.058	2.666667	2.667	0.154686	0.155
S7	1	1	2	2	2	2	0.061	1.666667	1.667	0.101687	0.102
S8	3	4	3	4	4	4	0.058	3.666667	3.667	0.212686	0.213
W1	4	4	3	4	4	4	0.058	3.833333	3.833	0.222314	0.222
W2	1	2	2	2	1	1	0.061	1.5	1.5	0.0915	0.092
W3	1	2	2	2	2	2	0.058	1.833333	1.833	0.106314	0.106
W4	1	1	2	2	1	2	0.058	1.5	1.5	0.087	0.087
W5	3	3	3	3	2	3	0.052	2.833333	2.833	0.147316	0.147
W6	1	1	1	1	1	1	0.058	1	1	0.058	0.058
W7	1	2	2	1	2	2	0.045	1.666667	1.667	0.075015	0.075
W8	2	2	3	2	2	3	0.055	2.333333	2.333	0.128315	0.128
W9	4	4	3	4	4	4	0.048	3.833333	3.833	0.183984	0.184
W10	4	4	4	4	4	4	0.058	4	4	0.232	0.232
O1	4	4	4	4	4	4	0.095	4	4	0.38	0.38
O2	3	4	3	4	3	3	0.09	3.333333	3.333	0.29997	0.299
O3	3	4	4	3	3	4	0.08	3.5	3.5	0.28	0.28
O4	4	4	4	3	4	4	0.075	3.833333	3.833	0.287475	0.287
O5	4	4	4	4	4	4	0.09	4	4	0.36	0.36
O6	3	3	4	4	3	4	0.09	3.5	3.5	0.315	0.315
T1	1	1	1	1	2	1	0.095	1.166667	1.167	0.110865	0.111
T2	1	1	2	1	1	2	0.09	1.333333	1.333	0.11997	0.119
T3	1	1	1	1	2	1	0.095	1.166667	1.167	0.110865	0.111
T4	4	4	4	4	4	4	0.09	4	4	0.36	0.36
T5	4	3	3	4	4	4	0.11	3.666667	3.667	0.40337	0.403
<b>Total</b>											<b>5.243</b>

Strategi 5											
Faktor Internal dan Eksternal	Responden						Bobot	Nilai AS	AS	Nilai TAS	TAS
	1	2	3	4	5	6					
S1	3	4	4	3	4	4	0.055	3.666667	3.667	0.201685	0.202
S2	2	3	3	3	3	3	0.055	2.833333	2.833	0.155815	0.156
S3	1	1	1	1	1	2	0.052	1.166667	1.167	0.060684	0.061
S4	1	2	2	1	2	2	0.055	1.666667	1.667	0.091685	0.092
S5	1	1	1	1	1	1	0.055	1	1	0.055	0.055
S6	2	3	2	2	3	3	0.058	2.5	2.5	0.145	0.145
S7	3	4	4	4	4	4	0.061	3.833333	3.833	0.233813	0.234
S8	2	3	3	2	2	3	0.058	2.5	2.5	0.145	0.145
W1	3	4	4	3	4	4	0.058	3.666667	3.667	0.212686	0.213
W2	2	3	3	3	4	4	0.061	3.166667	3.167	0.193187	0.193
W3	1	2	2	1	1	1	0.058	1.333333	1.333	0.077314	0.077
W4	2	3	4	2	3	3	0.058	2.833333	2.833	0.164314	0.164
W5	4	4	4	3	4	4	0.052	3.833333	3.833	0.199316	0.199
W6	1	2	2	2	3	2	0.058	2	2	0.116	0.116
W7	2	3	3	2	3	3	0.045	2.666667	2.667	0.120015	0.12
W8	4	4	4	4	4	4	0.055	4	4	0.22	0.22
W9	1	3	3	2	3	3	0.048	2.5	2.5	0.12	0.12
W10	1	2	2	2	3	2	0.058	2	2	0.116	0.116
O1	3	3	4	4	4	4	0.095	3.666667	3.667	0.348365	0.348
O2	1	3	4	2	4	3	0.09	2.833333	2.833	0.25497	0.255
O3	2	4	4	3	4	4	0.08	3.5	3.5	0.28	0.28
O4	2	3	4	2	3	3	0.075	2.833333	2.833	0.212475	0.212
O5	4	4	4	4	4	4	0.09	4	4	0.36	0.36
O6	1	2	3	1	3	3	0.09	2.166667	2.167	0.19503	0.195
T1	3	3	4	3	4	4	0.095	3.5	3.5	0.3325	0.333
T2	1	1	2	1	2	2	0.09	1.5	1.5	0.135	0.135
T3	3	3	3	3	3	3	0.095	3	3	0.285	0.285
T4	1	1	1	1	1	2	0.09	1.166667	1.167	0.10503	0.105
T5	2	3	4	2	2	3	0.11	2.666667	2.667	0.29337	0.293
Total											5.429

Strategi 6											
Faktor Internal dan Eksternal	Responden						Bobot	Nilai AS	AS	Nilai TAS	TAS
	1	2	3	4	5	6					
S1	2	2	2	2	2	2	0.055	2	2	0.11	0.11
S2	1	1	2	2	2	2	0.055	1.666667	1.667	0.091685	0.092
S3	2	2	3	3	3	3	0.052	2.666667	2.667	0.138684	0.139
S4	3	4	4	3	3	4	0.055	3.5	3.5	0.1925	0.193
S5	2	3	3	2	2	2	0.055	2.333333	2.333	0.128315	0.128
S6	3	3	3	3	3	3	0.058	3	3	0.174	0.174
S7	2	3	4	3	2	2	0.061	2.666667	2.667	0.162687	0.163
S8	3	4	4	3	4	3	0.058	3.5	3.5	0.203	0.203
W1	4	4	4	4	4	4	0.058	4	4	0.232	0.232
W2	4	4	3	3	3	4	0.061	3.5	3.5	0.2135	0.214
W3	4	4	4	4	4	4	0.058	4	4	0.232	0.232
W4	4	4	4	3	4	3	0.058	3.666667	3.667	0.212686	0.213
W5	2	3	3	3	4	3	0.052	3	3	0.156	0.156
W6	1	1	1	1	2	1	0.058	1.166667	1.167	0.067686	0.068
W7	1	2	2	1	1	1	0.045	1.333333	1.333	0.059985	0.059
W8	1	2	2	2	3	2	0.055	2	2	0.11	0.11
W9	2	3	3	2	3	2	0.048	2.5	2.5	0.12	0.12
W10	3	4	4	4	3	4	0.058	3.666667	3.667	0.212686	0.213
O1	4	4	4	4	4	4	0.095	4	4	0.38	0.38
O2	4	4	4	4	4	4	0.09	4	4	0.36	0.36
O3	4	4	4	4	4	4	0.08	4	4	0.32	0.32
O4	3	4	4	3	4	4	0.075	3.666667	3.667	0.275025	0.275
O5	2	3	3	2	3	3	0.09	2.666667	2.667	0.24003	0.24
O6	2	3	3	4	3	4	0.09	3.166667	3.167	0.28503	0.285
T1	3	4	4	4	4	4	0.095	3.833333	3.833	0.364135	0.364
T2	2	2	2	2	3	2	0.09	2.166667	2.167	0.19503	0.195
T3	1	2	2	1	2	2	0.095	1.666667	1.667	0.158365	0.158
T4	3	3	2	2	3	2	0.09	2.5	2.5	0.225	0.225
T5	3	4	4	3	4	4	0.11	3.666667	3.667	0.40337	0.403
<b>Total</b>											<b>6.024</b>

Strategi 7											
Faktor Internal dan Eksternal	Responden						Bobot	Nilai AS	AS	Nilai TAS	TAS
	1	2	3	4	5	6					
S1	3	4	4	4	4	4	0.055	3.833333	3.833	0.210815	0.211
S2	1	2	2	2	2	2	0.055	1.833333	1.833	0.100815	0.101
S3	1	1	2	1	2	2	0.052	1.5	1.5	0.078	0.078
S4	2	2	2	2	2	2	0.055	2	2	0.11	0.11
S5	1	1	2	2	1	1	0.055	1.333333	1.333	0.073315	0.073
S6	4	4	4	4	4	4	0.058	4	4	0.232	0.232
S7	1	2	2	1	2	2	0.061	1.666667	1.667	0.101687	0.102
S8	3	3	4	3	4	4	0.058	3.5	3.5	0.203	0.203
W1	2	3	3	3	2	3	0.058	2.666667	2.667	0.154686	0.155
W2	1	1	1	1	1	2	0.061	1.166667	1.167	0.071187	0.071
W3	2	1	1	1	1	1	0.058	1.166667	1.167	0.067686	0.068
W4	1	2	2	2	2	1	0.058	1.666667	1.667	0.096686	0.097
W5	4	4	4	4	4	4	0.052	4	4	0.208	0.208
W6	1	2	2	1	2	1	0.058	1.5	1.5	0.087	0.087
W7	3	3	3	2	3	3	0.045	2.833333	2.833	0.127485	0.127
W8	2	2	3	2	2	3	0.055	2.333333	2.333	0.128315	0.128
W9	4	4	4	4	4	4	0.048	4	4	0.192	0.192
W10	3	3	3	3	3	4	0.058	3.166667	3.167	0.183686	0.184
O1	4	4	4	4	4	4	0.095	4	4	0.38	0.38
O2	3	3	3	3	3	3	0.09	3	3	0.27	0.27
O3	2	1	2	2	1	1	0.08	1.5	1.5	0.12	0.12
O4	3	4	4	3	4	4	0.075	3.666667	3.667	0.275025	0.275
O5	1	2	1	1	1	1	0.09	1.166667	1.167	0.10503	0.105
O6	1	1	1	1	2	2	0.09	1.333333	1.333	0.11997	0.119
T1	4	4	4	4	4	4	0.095	4	4	0.38	0.38
T2	1	1	1	1	2	1	0.09	1.166667	1.167	0.10503	0.105
T3	2	2	2	1	2	2	0.095	1.833333	1.833	0.174135	0.174
T4	1	1	1	1	2	2	0.09	1.333333	1.333	0.11997	0.119
T5	3	3	4	3	4	4	0.11	3.5	3.5	0.385	0.385
<b>Total</b>											<b>4.859</b>

Strategi 8											
Faktor Internal dan Eksternal	Responden						Bobot	Nilai AS	AS	Nilai TAS	TAS
	1	2	3	4	5	6					
S1	2	2	2	2	2	2	0.055	2	2	0.11	0.11
S2	2	2	3	2	3	3	0.055	2.5	2.5	0.1375	0.138
S3	2	1	2	2	3	3	0.052	2.166667	2.167	0.112684	0.113
S4	1	1	3	2	2	3	0.055	2	2	0.11	0.11
S5	2	2	3	3	3	3	0.055	2.666667	1.667	0.091685	0.092
S6	1	1	2	2	1	2	0.058	1.5	1.5	0.087	0.087
S7	4	4	4	4	4	4	0.061	4	4	0.244	0.244
S8	2	2	2	2	3	2	0.058	2.166667	2.167	0.125686	0.126
W1	4	4	4	4	4	4	0.058	4	4	0.232	0.232
W2	4	4	4	4	3	3	0.061	3.666667	3.667	0.223687	0.224
W3	4	4	4	4	4	4	0.058	4	4	0.232	0.232
W4	4	3	3	3	3	3	0.058	3.166667	3.167	0.183686	0.184
W5	2	2	2	3	2	1	0.052	2	2	0.104	0.104
W6	1	1	1	1	1	1	0.058	1	1	0.058	0.058
W7	1	2	2	2	3	2	0.045	2	1	0.045	0.045
W8	2	2	2	1	2	2	0.055	1.833333	1.833	0.100815	0.101
W9	2	3	2	2	2	2	0.048	2.166667	2.167	0.104016	0.104
W10	1	1	2	3	3	2	0.058	2	2	0.116	0.116
O1	3	3	4	4	4	4	0.095	3.666667	3.667	0.348365	0.348
O2	1	2	2	2	1	2	0.09	1.666667	1.667	0.15003	0.15
O3	4	4	3	3	4	3	0.08	3.5	3.5	0.28	0.28
O4	1	2	2	2	2	2	0.075	1.833333	1.833	0.137475	0.137
O5	2	1	1	2	2	2	0.09	1.666667	1.667	0.15003	0.15
O6	4	4	4	3	4	4	0.09	3.833333	3.833	0.34497	0.345
T1	4	4	4	4	4	4	0.095	4	4	0.38	0.38
T2	3	3	4	3	4	3	0.09	3.333333	3.333	0.29997	0.299
T3	2	1	3	1	2	2	0.095	1.833333	1.833	0.174135	0.174
T4	2	1	1	2	2	2	0.09	1.666667	1.667	0.15003	0.15
T5	2	2	2	2	2	2	0.11	2	2	0.22	0.22
<b>Total</b>											<b>5.053</b>

Strategi 9											
Faktor Internal dan Eksternal	Responden						Bobot	Nilai AS	AS	Nilai TAS	TAS
	1	2	3	4	5	6					
S1	2	1	2	2	1	2	0.055	1.666667	1.667	0.091685	0.092
S2	2	2	2	2	2	2	0.055	2	2	0.11	0.11
S3	2	1	1	1	2	2	0.052	1.5	1.5	0.078	0.078
S4	3	3	3	3	3	3	0.055	3	3	0.165	0.165
S5	2	2	2	2	2	2	0.055	2	2	0.11	0.11
S6	3	4	4	4	3	4	0.058	3.666667	3.667	0.212686	0.213
S7	2	2	2	1	2	2	0.061	1.833333	1.833	0.111813	0.112
S8	4	4	4	4	3	4	0.058	3.833333	3.833	0.222314	0.222
W1	4	4	3	3	4	4	0.058	3.666667	3.667	0.212686	0.213
W2	4	4	4	4	4	4	0.061	4	4	0.244	0.244
W3	1	1	2	2	1	2	0.058	1.5	1.5	0.087	0.087
W4	4	3	4	3	3	3	0.058	3.333333	3.333	0.193314	0.193
W5	2	1	2	2	2	2	0.052	1.833333	1.833	0.095316	0.095
W6	1	1	2	3	2	3	0.058	2	2	0.116	0.116
W7	2	2	2	2	2	2	0.045	2	2	0.09	0.09
W8	1	2	2	2	1	2	0.055	1.666667	1.667	0.091685	0.092
W9	2	2	2	2	2	2	0.048	2	2	0.096	0.096
W10	2	2	2	2	1	1	0.058	1.666667	1.667	0.096686	0.097
O1	2	3	2	2	2	2	0.095	2.166667	2.167	0.205865	0.206
O2	1	1	1	2	2	2	0.09	1.5	1.5	0.135	0.135
O3	4	4	3	3	4	4	0.08	3.666667	3.667	0.29336	0.293
O4	2	2	2	2	2	2	0.075	2	2	0.15	0.15
O5	1	2	1	2	2	2	0.09	1.666667	1.667	0.15003	0.15
O6	2	2	3	3	2	3	0.09	2.5	2.5	0.225	0.225
T1	4	4	4	4	4	3	0.095	3.833333	3.833	0.364135	0.364
T2	3	4	3	4	4	4	0.09	3.666667	3.667	0.33003	0.33
T3	2	1	2	2	1	1	0.095	1.5	1.5	0.1425	0.143
T4	3	3	3	4	4	4	0.09	3.5	3.5	0.315	0.315
T5	2	2	2	1	2	3	0.11	2	2	0.22	0.22
<b>Total</b>											<b>4.956</b>

Strategi 10											
Faktor Internal dan Eksternal	Responden						Bobot	Nilai AS	AS	Nilai TAS	TAS
	1	2	3	4	5	6					
S1	4	4	4	4	4	4	0.055	4	4	0.22	0.22
S2	2	2	2	3	1	2	0.055	2	2	0.11	0.11
S3	1	1	2	2	2	3	0.052	1.833333	1.833	0.095316	0.095
S4	2	1	1	2	2	2	0.055	1.666667	1.667	0.091685	0.092
S5	2	2	2	2	2	2	0.055	2	2	0.11	0.11
S6	4	4	3	4	4	4	0.058	3.833333	3.833	0.222314	0.222
S7	2	1	1	1	2	2	0.061	1.5	1.5	0.0915	0.092
S8	2	2	2	2	2	2	0.058	2	2	0.116	0.116
W1	3	4	3	4	3	4	0.058	3.5	3.5	0.203	0.203
W2	4	4	4	4	4	4	0.061	4	4	0.244	0.244
W3	2	1	2	2	2	1	0.058	1.666667	1.667	0.096686	0.097
W4	2	2	2	1	1	2	0.058	1.666667	1.667	0.096686	0.097
W5	4	4	4	4	4	4	0.052	4	4	0.208	0.208
W6	4	4	4	4	4	4	0.058	4	4	0.232	0.232
W7	2	1	2	2	2	1	0.045	1.666667	1.667	0.075015	0.075
W8	2	2	2	2	2	2	0.055	2	2	0.11	0.11
W9	4	4	4	3	4	4	0.048	3.833333	3.833	0.183984	0.184
W10	1	2	2	1	2	2	0.058	1.666667	1.667	0.096686	0.097
O1	3	3	3	3	3	3	0.095	3	3	0.285	0.285
O2	3	4	4	3	4	4	0.09	3.666667	3.667	0.33003	0.33
O3	4	4	4	4	4	3	0.08	3.833333	3.833	0.30664	0.307
O4	4	4	3	4	4	4	0.075	3.833333	3.833	0.287475	0.287
O5	2	2	1	1	1	2	0.09	1.5	1.5	0.135	0.135
O6	3	3	3	4	3	4	0.09	3.333333	3.333	0.29997	0.299
T1	3	4	3	3	3	3	0.095	3.166667	3.167	0.300865	0.301
T2	4	3	4	3	3	3	0.09	3.333333	3.333	0.29997	0.299
T3	3	3	3	3	3	3	0.095	3	3	0.285	0.285
T4	1	2	2	2	3	2	0.09	2	2	0.18	0.18
T5	2	2	2	2	2	3	0.11	2.166667	2.167	0.23837	0.238
<b>Total</b>											<b>5.550</b>



Strategi 11											
Faktor Internal dan Eksternal	Responden						Bobot	Nilai AS	AS	Nilai TAS	TAS
	1	2	3	4	5	6					
S1	4	4	4	3	4	4	0.055	3.833333	3.833	0.210815	0.211
S2	2	2	2	2	1	2	0.055	1.833333	1.833	0.100815	0.101
S3	3	2	3	3	2	1	0.052	2.333333	2.333	0.121316	0.121
S4	3	4	4	4	4	4	0.055	3.833333	3.833	0.210815	0.211
S5	2	2	2	2	2	2	0.055	2	2	0.11	0.11
S6	1	1	2	1	2	2	0.058	1.5	1.5	0.087	0.087
S7	3	4	4	4	4	3	0.061	3.666667	3.667	0.223687	0.224
S8	1	2	2	2	2	2	0.058	1.833333	1.833	0.106314	0.106
W1	4	3	3	4	4	4	0.058	3.666667	3.667	0.212686	0.213
W2	2	3	2	2	1	2	0.061	2	2	0.122	0.122
W3	1	1	2	2	2	3	0.058	1.833333	1.833	0.106314	0.106
W4	4	4	4	4	4	4	0.058	4	4	0.232	0.232
W5	2	1	2	2	1	2	0.052	1.666667	1.667	0.086684	0.087
W6	2	2	2	2	2	2	0.058	2	2	0.116	0.116
W7	1	2	2	3	2	2	0.045	2	2	0.09	0.09
W8	2	2	1	2	2	3	0.055	2	2	0.11	0.11
W9	2	1	1	1	1	1	0.048	1.166667	1.167	0.056016	0.056
W10	2	3	2	1	2	2	0.058	2	2	0.116	0.116
O1	3	3	3	2	3	3	0.095	2.833333	2.833	0.269135	0.269
O2	3	3	3	3	3	3	0.09	3	3	0.27	0.27
O3	2	2	3	3	3	2	0.08	2.5	2.5	0.2	0.2
O4	1	2	2	1	1	2	0.075	1.5	1.5	0.1125	0.113
O5	3	4	4	3	4	4	0.09	3.666667	3.667	0.33003	0.33
O6	2	2	2	2	2	2	0.09	2	2	0.18	0.18
T1	4	4	3	3	3	4	0.095	3.5	3.5	0.3325	0.333
T2	2	2	2	1	1	2	0.09	1.666667	1.667	0.15003	0.15
T3	3	3	3	3	3	4	0.095	3.166667	3.167	0.300865	0.301
T4	1	2	2	2	2	2	0.09	1.833333	1.833	0.16497	0.165
T5	4	4	4	4	3	3	0.11	3.666667	3.667	0.40337	0.403
<b>Total</b>											<b>5.133</b>

Strategi 12											
Faktor Internal dan Eksternal	Responden						Bobot	Nilai AS	AS	Nilai TAS	TAS
	1	2	3	4	5	6					
S1	1	2	2	2	2	2	0.055	1.833333	1.833	0.100815	0.101
S2	4	4	3	4	4	4	0.055	3.833333	3.833	0.210815	0.211
S3	2	2	2	2	2	3	0.052	2.166667	2.167	0.112684	0.113
S4	3	4	4	4	4	3	0.055	3.666667	3.667	0.201685	0.202
S5	2	1	2	2	2	2	0.055	1.833333	1.833	0.100815	0.101
S6	4	3	4	3	3	3	0.058	3.333333	3.333	0.193314	0.193
S7	2	2	2	2	2	2	0.061	2	2	0.122	0.122
S8	3	3	3	3	3	3	0.058	3	3	0.174	0.174
W1	3	4	4	4	4	4	0.058	3.833333	3.833	0.222314	0.222
W2	1	2	2	2	1	2	0.061	1.666667	1.667	0.101687	0.102
W3	3	3	4	4	4	3	0.058	3.5	3.5	0.203	0.203
W4	4	4	4	3	4	3	0.058	3.666667	3.667	0.212686	0.213
W5	2	2	2	2	2	2	0.052	2	2	0.104	0.104
W6	1	2	2	2	1	1	0.058	1.5	1.5	0.087	0.087
W7	2	1	2	2	1	2	0.045	1.666667	1.667	0.075015	0.075
W8	3	3	4	3	3	3	0.055	3.166667	3.167	0.174185	0.174
W9	2	2	2	2	2	2	0.048	2	2	0.096	0.096
W10	1	1	2	1	1	1	0.058	1.166667	1.167	0.067686	0.068
O1	3	4	4	4	4	4	0.095	3.833333	3.833	0.364135	0.364
O2	3	3	4	3	3	3	0.09	3.166667	3.167	0.28503	0.285
O3	3	3	3	3	3	3	0.08	3	3	0.24	0.24
O4	2	2	2	2	3	2	0.075	2.166667	2.167	0.162525	0.163
O5	4	4	3	4	4	3	0.09	3.666667	3.667	0.33003	0.33
O6	2	2	2	2	2	2	0.09	2	2	0.18	0.18
T1	4	4	4	4	4	4	0.095	4	4	0.38	0.38
T2	3	3	2	3	4	3	0.09	3	3	0.27	0.27
T3	2	1	2	2	1	1	0.095	1.5	1.5	0.1425	0.143
T4	3	3	4	4	3	3	0.09	3.333333	3.333	0.29997	0.299
T5	2	2	2	2	2	2	0.11	2	2	0.22	0.22
<b>Total</b>											<b>5.435</b>

Strategi 13											
Faktor Internal dan Eksternal	Responden						Bobot	Nilai AS	AS	Nilai TAS	TAS
	1	2	3	4	5	6					
S1	4	4	4	4	4	4	0.055	4	4	0.22	0.22
S2	1	2	2	2	1	2	0.055	1.666667	1.667	0.091685	0.092
S3	2	2	2	2	2	2	0.052	2	2	0.104	0.104
S4	2	2	2	1	1	1	0.055	1.5	1.5	0.0825	0.083
S5	2	2	1	2	2	2	0.055	1.833333	1.833	0.100815	0.101
S6	3	4	4	4	4	3	0.058	3.666667	3.667	0.212686	0.213
S7	2	2	2	2	2	1	0.061	1.833333	1.833	0.111813	0.112
S8	4	4	4	4	4	4	0.058	4	4	0.232	0.232
W1	4	4	4	4	4	4	0.058	4	4	0.232	0.232
W2	1	2	1	1	2	2	0.061	1.5	1.5	0.0915	0.092
W3	2	2	2	2	1	2	0.058	1.833333	1.833	0.106314	0.106
W4	3	3	4	3	3	3	0.058	3.166667	3.167	0.183686	0.184
W5	3	3	3	3	3	3	0.052	3	3	0.156	0.156
W6	3	4	4	3	3	4	0.058	3.5	3.5	0.203	0.203
W7	1	2	2	1	2	2	0.045	1.666667	1.667	0.075015	0.075
W8	4	3	4	3	4	4	0.055	3.666667	3.667	0.201685	0.202
W9	2	2	2	2	2	2	0.048	2	2	0.096	0.096
W10	3	3	3	3	3	4	0.058	3.166667	3.167	0.183686	0.184
O1	4	4	3	3	4	4	0.095	3.666667	3.667	0.348365	0.348
O2	3	3	3	3	4	4	0.09	3.333333	3.333	0.29997	0.299
O3	2	2	2	2	2	1	0.08	1.833333	1.833	0.14664	0.147
O4	1	2	2	2	2	2	0.075	1.833333	1.833	0.137475	0.137
O5	4	4	3	4	4	3	0.09	3.666667	3.667	0.33003	0.33
O6	1	1	1	2	1	1	0.09	1.166667	1.167	0.10503	0.105
T1	2	2	2	2	2	2	0.095	2	2	0.19	0.19
T2	1	1	1	1	1	1	0.09	1	1	0.09	0.09
T3	4	4	4	4	4	4	0.095	4	4	0.38	0.38
T4	1	2	2	2	1	2	0.09	1.666667	1.667	0.15003	0.15
T5	3	3	3	4	3	3	0.11	3.166667	3.167	0.34837	0.348
<b>Total</b>											<b>5.211</b>

Strategi 14											
Faktor Internal dan Eksternal	Responden						Bobot	Nilai AS	AS	Nilai TAS	TAS
	1	2	3	4	5	6					
S1	2	2	2	1	2	1	0.055	1.666667	1.667	0.091685	0.092
S2	1	2	2	2	2	2	0.055	1.833333	1.833	0.100815	0.101
S3	1	2	2	2	2	1	0.052	1.666667	1.667	0.086684	0.087
S4	2	2	2	2	2	2	0.055	2	2	0.11	0.11
S5	1	1	2	2	1	1	0.055	1.333333	1.333	0.073315	0.073
S6	3	4	4	4	4	3	0.058	3.666667	3.667	0.212686	0.213
S7	2	2	2	2	1	2	0.061	1.833333	1.833	0.111813	0.112
S8	3	3	3	3	3	3	0.058	3	3	0.174	0.174
W1	4	4	4	4	3	4	0.058	3.833333	3.833	0.222314	0.222
W2	1	2	2	2	1	2	0.061	1.666667	1.667	0.101687	0.102
W3	3	3	4	3	4	4	0.058	3.5	3.5	0.203	0.203
W4	1	1	2	2	2	2	0.058	1.666667	1.667	0.096686	0.097
W5	3	3	3	3	3	3	0.052	3	3	0.156	0.156
W6	2	1	2	2	2	2	0.058	1.833333	1.833	0.106314	0.106
W7	1	1	2	2	2	1	0.045	1.5	1.5	0.0675	0.068
W8	2	2	2	2	2	2	0.055	2	2	0.11	0.11
W9	1	2	1	2	2	2	0.048	1.666667	1.667	0.080016	0.08
W10	3	4	4	3	3	4	0.058	3.5	3.5	0.203	0.203
O1	4	4	4	4	4	4	0.095	4	4	0.38	0.38
O2	4	4	4	4	4	4	0.09	4	4	0.36	0.36
O3	4	4	4	3	4	4	0.08	3.833333	3.833	0.30664	0.307
O4	1	1	2	2	2	2	0.075	1.666667	1.667	0.125025	0.125
O5	2	2	2	1	1	2	0.09	1.666667	1.667	0.15003	0.15
O6	4	4	3	3	3	4	0.09	3.5	3.5	0.315	0.315
T1	3	4	4	4	4	4	0.095	3.833333	3.833	0.364135	0.364
T2	1	2	1	1	1	2	0.09	1.333333	1.333	0.11997	0.119
T3	1	2	1	1	2	2	0.095	1.5	1.5	0.1425	0.143
T4	2	2	2	2	2	2	0.09	2	2	0.18	0.18
T5	4	4	3	4	4	4	0.11	3.833333	3.833	0.42163	0.422
<b>Total</b>											<b>5.174</b>

Strategi 15											
Faktor Internal dan Eksternal	Responden						Bobot	Nilai AS	AS	Nilai TAS	TAS
	1	2	3	4	5	6					
S1	4	4	4	4	4	4	0.055	4	4	0.22	0.22
S2	1	2	2	2	1	2	0.055	1.666667	1.667	0.091685	0.092
S3	2	2	2	2	2	2	0.052	2	2	0.104	0.104
S4	1	2	2	1	2	2	0.055	1.666667	1.667	0.091685	0.092
S5	1	1	1	1	2	1	0.055	1.166667	1.167	0.064185	0.064
S6	4	3	3	4	3	3	0.058	3.333333	3.333	0.193314	0.193
S7	2	2	2	2	2	2	0.061	2	2	0.122	0.122
S8	3	3	3	3	3	3	0.058	3	3	0.174	0.174
W1	4	4	3	3	4	4	0.058	3.666667	3.667	0.212686	0.213
W2	2	2	1	1	1	2	0.061	1.5	1.5	0.0915	0.092
W3	1	1	2	2	2	2	0.058	1.666667	1.667	0.096686	0.097
W4	2	2	2	2	2	2	0.058	2	2	0.116	0.116
W5	3	4	4	4	4	4	0.052	3.833333	3.833	0.199316	0.199
W6	3	3	3	3	3	3	0.058	3	3	0.174	0.174
W7	1	2	2	1	2	2	0.045	1.666667	1.667	0.075015	0.075
W8	4	4	4	4	3	3	0.055	3.666667	3.667	0.201685	0.202
W9	4	4	4	4	4	4	0.048	4	4	0.192	0.192
W10	2	2	2	1	2	2	0.058	1.833333	1.833	0.106314	0.106
O1	3	3	3	4	3	4	0.095	3.333333	3.333	0.316635	0.317
O2	3	3	3	3	4	4	0.09	3.333333	3.333	0.29997	0.299
O3	2	3	2	2	2	2	0.08	2.166667	2.167	0.17336	0.173
O4	3	3	3	3	3	3	0.075	3	3	0.225	0.225
O5	4	4	4	4	4	4	0.09	4	4	0.36	0.36
O6	3	3	3	2	3	3	0.09	2.833333	2.833	0.25497	0.255
T1	4	4	4	4	4	4	0.095	4	4	0.38	0.38
T2	1	2	2	2	1	2	0.09	1.666667	1.667	0.15003	0.15
T3	4	4	4	4	4	4	0.095	4	4	0.38	0.38
T4	2	2	2	2	2	2	0.09	2	2	0.18	0.18
T5	3	4	4	4	4	4	0.11	3.833333	3.833	0.42163	0.422
<b>Total</b>											<b>5.668</b>

Strategi 16											
Faktor Internal dan Eksternal	Responden						Bobot	Nilai AS	AS	Nilai TAS	TAS
	1	2	3	4	5	6					
S1	4	4	4	4	4	4	0.055	4	4	0.22	0.22
S2	4	4	4	4	4	3	0.055	3.833333	3.833	0.210815	0.211
S3	2	1	2	1	2	2	0.052	1.666667	1.667	0.086684	0.087
S4	2	2	2	2	2	2	0.055	2	2	0.11	0.11
S5	1	1	2	2	1	1	0.055	1.333333	1.333	0.073315	0.073
S6	4	3	4	3	4	4	0.058	3.666667	3.667	0.212686	0.213
S7	4	4	3	4	4	3	0.061	3.666667	3.667	0.223687	0.224
S8	3	3	3	3	4	4	0.058	3.333333	3.333	0.193314	0.193
W1	4	4	4	4	4	4	0.058	4	4	0.232	0.232
W2	4	3	4	4	3	3	0.061	3.5	3.5	0.2135	0.214
W3	2	1	1	2	2	2	0.058	1.666667	1.667	0.096686	0.097
W4	3	3	3	3	3	4	0.058	3.166667	3.167	0.183686	0.184
W5	3	3	3	3	3	3	0.052	3	3	0.156	0.156
W6	4	4	3	4	3	4	0.058	3.666667	3.667	0.212686	0.213
W7	3	3	3	3	3	3	0.045	3	3	0.135	0.135
W8	4	3	3	4	4	4	0.055	3.666667	3.667	0.201685	0.202
W9	4	4	4	4	4	4	0.048	4	4	0.192	0.192
W10	3	3	3	3	3	4	0.058	3.166667	3.167	0.183686	0.184
O1	2	2	3	3	2	2	0.095	2.333333	2.333	0.221635	0.222
O2	4	3	4	4	4	4	0.09	3.833333	3.833	0.34497	0.345
O3	3	3	4	3	3	3	0.08	3.166667	3.167	0.25336	0.253
O4	4	4	4	4	4	4	0.075	4	4	0.3	0.3
O5	3	3	3	3	3	4	0.09	3.166667	3.167	0.28503	0.285
O6	4	4	4	4	4	4	0.09	4	4	0.36	0.36
T1	4	4	4	4	4	4	0.095	4	4	0.38	0.38
T2	1	2	2	1	1	2	0.09	1.5	1.5	0.135	0.135
T3	3	3	3	3	3	3	0.095	3	3	0.285	0.285
T4	1	1	1	2	2	1	0.09	1.333333	1.333	0.11997	0.119
T5	3	3	4	4	4	4	0.11	3.666667	3.667	0.40337	0.403
<b>Total</b>											<b>6.227</b>