

**PERANCANGAN *ENTERPRISE ARCHITECTURE* FUNGSI PEMASARAN DAN
CRM PADA INDUSTRI PARIWISATA DI PERUM PERHUTANI UNIT III DENGAN
MENGUNAKAN *FRAMEWORK* TOGAF**

ARSITEKTUR ENTERPRISE (R)

Supangat, S.Kom., M.Kom., ITIL., COBIT.,



Oleh :

Achmad Irvan Amsyari

1461800197

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

FAKULTAS TEKNIK INFORMATIKA

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2021

LATAR BELAKANG

Pemasaran destinasi wisata merupakan alat strategis bagi manajemen pariwisata untuk menyeimbangkan tujuan pemangku kepentingan dalam mengembangkan pariwisata di daerah dengan tujuan memastikan keberlanjutan sumber daya destinasi wisata dalam Perum Perhutani Unit III berfokus pada penciptaan citra dan promosi dengan tujuan untuk meningkatkan pengunjung domestik dan internasional, serta customer relationship management (CRM) yang baik dengan pelanggan agar tetap loyal terhadap produk yang ditawarkan dalam jangka panjang. Fokus pada menjalin komunikasi yang baik. semester. Dalam hal ini, penting bagi perusahaan untuk mengenal pelanggan agar dapat mengenalinya dan membuatnya lebih menarik. Mengumpulkan informasi dan mengumpulkannya dalam database pelanggan.

Sayangnya Perum Perhutani Unit III belum terdapat rancangan enterprise architecture buat menunjang pemasaran destinasi wisata & pengelolaan interaksi pelanggan. Wana Wisata Perum Perhutani Unit III galat satunya yaitu: Pantai Karangniri, Menurut Koordinator Pengelola Wana Wisata Pantai Karangniri aktivitas kenaikan pangkat yang dilakukan masih kurang, lantaran media kenaikan pangkat yang dipakai hanya melalui website internet Wana Wisata Perum Perhutani. Perum Perhutani Unit III jua kurang concern terhadap penanganan keluhan yang hanya melalui hotline & penyebaran berita umum secara manual dan implementasi management interaksi pelanggan (CRM) yang bisa menaikkan kepuasan & loyalitas pelanggan.

Karena permasalahan yang ada, Perum Perhutani Unit III membutuhkan desain arsitektur enterprise yang menggunakan teknologi informasi untuk menyelaraskan. Arsitektur enterprise dirancang menggunakan framework TOGAF sebagai panduan desain. Kami memilih TOGAF ADM sebagai framework untuk merancang arsitektur enterprise kami karena TOGAF ADM bersifat iteratif, bervariasi, dan beradaptasi dengan industri pariwisata Perum Perhutani Unit III yang terus berkembang.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Arsitektur perusahaan

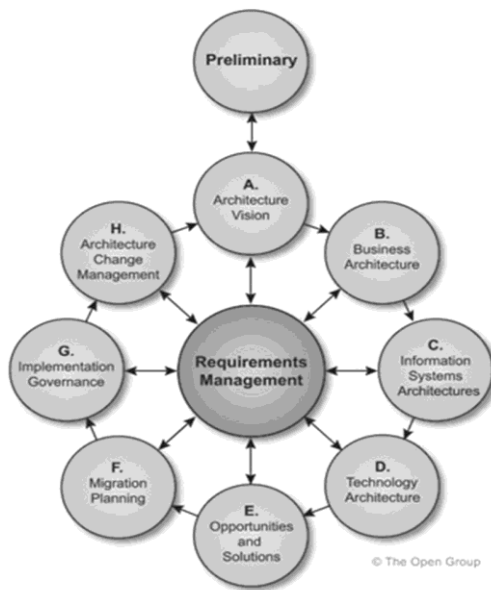
Arsitektur perusahaan merupakan praktik manajemen yang mengintegrasikan strategi perencanaan, bisnis, dan teknologi sehingga pandangan perusahaan akan membantu perusahaan dalam membuat rencana dan keputusan yang lebih baik. Arsitektur perusahaan menggambarkan perencanaan teknologi, dengan menambahkan strategi perencanaan sebagai pendorong utama dari perusahaan, dan perencanaan bisnis sebagai kebutuhan dari sumber daya

B. Framework

Framework adalah struktur untuk memodelkan bisnis dan IT suatu perusahaan dengan mengidentifikasi ruang lingkup dan hubungan dari area arsitektur. Framework dapat mempermudah untuk merancang dan juga pengembangan sistem, dikarenakan beberapa tahap, metode dan struktur logistik yang telah disediakan oleh framework. Terdapat beberapa framework sebagai metodologi untuk memodelkan arsitektur enterprise yaitu: EAP, TOGAF, DODAF, Gartner dan FEA. Perbandingan antar kerangka kerja arsitektur enterprise dipetakan ke dalam tiga kategori yaitu: konsep, model, dan proses.

C. TOGAF ADM

TOGAF Architecture Development Method (ADM) adalah sebuah metode yang berfungsi mengembangkan dan mengelola siklus hidup suatu arsitektur perusahaan dan mengintegrasikan elemen TOGAF serta aset arsitektur untuk memenuhi kebutuhan bisnis dan TI dari suatu organisasi. TOGAF ADM juga menyediakan proses iteratif yang memungkinkan perusahaan mendefinisikan kebutuhan bisnis dan membangun arsitektur secara spesifik.

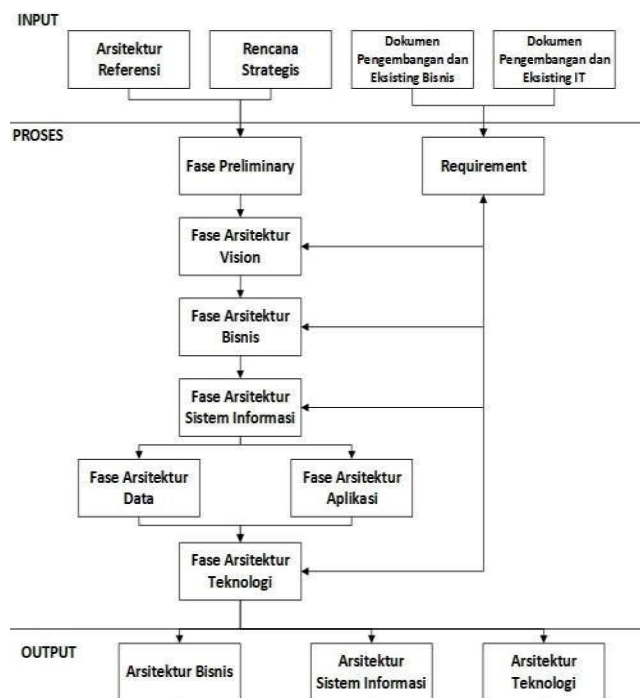


Gambar 1 Architecture Development Cycle

Gambar 1 menjelaskan mengenai tahapan-tahapan TOGAF ADM dalam membangun arsitektur enterprise, yang terdiri dari: fase awal, arsitektur visi, arsitektur bisnis, arsitektur sistem informasi, arsitektur teknologi, peluang dan solusi, perencanaan migrasi, tata kelola implementasi, manajemen perubahan arsitektur, dan kebutuhan manajemen.

PEMBAHASAN

Metodologi yang digunakan menggunakan model konseptual yang merupakan gambaran terstruktur berdasarkan teori dan hipotesis yang berkaitan dengan penelitian yang sedang di lakukan. Model ini menjelaskan serangkaian kerangka berpikir yang terstruktur secara ringkat untuk menghasilkan output yang sesuai dengan tujuan penelitian.



Gambar 2 Model Konseptual

Gambar 2 merupakan model konseptual yang memiliki tiga elemen utama yaitu input, proses, dan output.

A. Fase Preliminary

Fase preliminary merupakan tahap persiapan dalam melakukan inisiasi aktivitas aktivitas yang diperlukan untuk memenuhi tujuan bisnis. Fase ini akan menghasilkan principles catalog yang berisi prinsip-prinsip arsitektur yang digunakan sebagai dasar dan panduan dalam membuat rancangan enterprise architecture. Tabel I merupakan principle catalog dari Perum Perhutani Unit III.

TABEL I PRINCIPLECATALOG

Principles	Business Principles
Pemanfaatan teknologi informasi	Menerapkan proses TI dan infrastruktur untuk memenuhi solusi kebutuhan yang ditetapkan serta tingkat layanan seperti adanya sentralisasi reservasi.
	Mempromosikan destinasi wisata melalui pemanfaatan media sosial.
	Menyediakan kemudahan bagi pelayanan untuk membeli penawaran jasa pariwisata melalui pembelian <i>multichannel</i> menggunakan <i>website</i> , <i>mobile apps</i> , dan <i>partner</i> penjualan <i>online</i> .
<i>Customer relationship</i>	Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan pembentukan bagian layanan pelanggan sehingga dapat menangani keluhan secara transparan.
	Meningkatkan kepuasan pelanggan dengan melakukan perbaikan kinerja melalui <i>feedback</i> pelanggan.
Pemeliharaan fasilitas	Menyediakan fasilitas yang memberikan kenyamanan bagi pelanggan.
Pengembangan bisnis dan penentuan target	Memastikan keselarasan hasil pencapaian target dengan tujuan perusahaan
	Melakukan perencanaan dan pengembangan bisnis guna meningkatkan ekspansi pasar.
Principles	Data Principles
Data aset	Data merupakan sumber daya Perum Perhutani sebagai data pengelolaan data maupun informasi.
<i>Sharing data</i>	Data dibagi ke seluruh fungsi perusahaan dan organisasi terkait.
Data dapat diakses	Data dapat diakses bagi pengguna untuk melakukan fungsi.
Data terpercaya	Data sesuai dengan informasi yang sebenarnya.
Principles	Application Principles
<i>Easy-of-Use</i>	Aplikasi dan <i>web</i> yang digunakan Perum Perhutani mudah digunakan baik bagi customer maupun pegawai berbasis <i>user friendly</i> .
Integrasi	Aplikasi dapat mengintegrasikan antar proses bisnis dan antar data.
<i>Technology independence</i>	Teknologi aplikasi yang dapat beroperasi digunakan pada berbagai <i>platform</i> .
Principles	Technology Principles
<i>Payment</i>	Pembayaran dapat dilakukan menggunakan sistem pembayaran elektronik (<i>e-payment</i>)
<i>Interoperability</i>	Software dan hardware yang digunakan sesuai dengan standar yang dibutuhkan pada interoperabilitas untuk data, aplikasi dan teknologi.
<i>Responsive Change Management</i>	Perubahan Informasi Perum Perhutani dapat update secara tepat waktu guna untuk memberi informasi yang akurat.

B. Fase architecture vision

Architecture Vision Phase merupakan fase pertama dalam pengembangan arsitektur enterprise di TOGAFADM. Fase Visi Arsitektur menjelaskan bagaimana arsitektur perusahaan yang Anda buat dapat mencapai tujuan bisnis dan strategis perusahaan Anda. Pada fase ini, artefak dibuat dalam bentuk kanvas model bisnis dan diagram konsep solusi.

1. Business Model Canvas

Kanvas Model Bisnis dicapai dengan menggambarkan elemen-elemen kunci: mitra utama, proposisi nilai aktivitas utama, hubungan pelanggan, segmen pelanggan, sumber daya utama, saluran, aliran pendapatan, dan struktur biaya.

TABEL II BUSINESS MODEL CANVAS

Key Partners <ul style="list-style-type: none"> • Sekolah • Perusahaan • Shuttle • Travel Agent • Online Travel Agent & Hotel • Airline • Hotel • Pusat Oleh-oleh 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> • Destinasi Wisata Alam • Rekreasi & Hiburan • Hotel & Resorts • Tour Guide • Customer Service • Culture Exhibition 	Value Proposition <ul style="list-style-type: none"> • Pariwisata sumber daya hutani • Dikenal di masyarakat luas • Pilihan paket bervariasi • Pelayanan ramah • Harga terjangkau • Kemudahan akses • Pelanggan dapat membuat paket destinasi wisata sendiri 	Customer Relationships <ul style="list-style-type: none"> • Hotline • Potongan harga membership • Penanganan keluhan melalui website • Pemesanan layanan jasa dari berbagai Channel: Website, Mobile App, dan Partner • Pengiklitan layanan melalui informasi Komunitas Online 	Customer Segments <ul style="list-style-type: none"> • Keluarga • Pelajar/ Mahasiswa • Anak-anak • Pasangan muda • Traveler • Perusahaan
	Key Resources <ul style="list-style-type: none"> • Brand • Sumber Daya Manusia • Potential Partner 		Channels <ul style="list-style-type: none"> • Hotline • Website • Partner • Social Media • Mobile Apps 	
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> • Upah tenaga kerja • Pemeliharaan penunjang operasional • Biaya Promosi : Baliho, Spanduk, Poster • Social Media Advertising • Website maintenance 		Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan Tiket • Penjualan Souvenir • Pendapatan Hotel & Resorts • Penyewaan Akomodasi • Pemesanan Online 		

2. Solution Concept Diagram

Diagram konseptual solusi menunjukkan konsep yang diusulkan untuk diterapkan. Saran diuraikan untuk menunjukkan solusi yang diharapkan perusahaan. Diagram konseptual solusi terdiri dari empat lapisan: saluran, kantor depan, kantor tengah, dan kantor belakang.

Channel ini menunjukkan bagaimana pengguna mengakses front office berupa mobile westjavatourism, westjavatourism.co.id, dan partner interface pihak ketiga melalui internet, intranet, mobile, dan media sosial. Kantor tengah adalah bagian yang mendukung implementasi dan perencanaan bisnis kegiatan bisnis perusahaan seperti operasi, pemasaran, dan CRM yang diperlukan untuk mengimplementasikan situs web, aplikasi seluler, dan aplikasi internal.

C.Fase Business Architecture

Fase Arsitektur Bisnis merupakan fase kedua dalam pengembangan arsitektur enterprise di TOGAFADM. Arsitektur bisnis menggambarkan strategi bisnis, manajemen, organisasi, dan proses bisnis terpenting yang terjadi di perusahaan. Kemampuan pemasaran memerlukan aplikasi pemasaran yang dapat membantu kegiatan bisnis menangkap data survei sehingga dapat diproses dengan lebih mudah dan digunakan untuk keperluan lain. Anda juga dapat menggunakan aplikasi pemasaran untuk menyimpan dan meninjau laporan penelitian, mitra layanan, kegiatan strategi pemasaran yang diusulkan, dan laporan hasil proposal tersebut. Untuk mendukung aplikasi tersebut, pemasaran membutuhkan situs web dan aplikasi seluler yang menyediakan informasi tentang layanan, harga layanan, dan melakukan kegiatan promosi untuk memudahkan pelanggan menemukan.

Proses bisnis dari fungsi CRM adalah penambahan proses bisnis untuk menangani keluhan, mengelola umpan balik, dan menyediakan pendaftaran keanggotaan dan penghargaan pelanggan. Proses bisnis baru, pendaftaran keanggotaan dan penghargaan pelanggan tambahan, bertujuan untuk menjaga hubungan pelanggan dan menghargai loyalitas pelanggan sebelumnya. Fungsi CRM memerlukan aplikasi CRM untuk memproses data keluhan, mengelola data kompensasi anggota dan pelanggan, dan memproses data survei. Untuk mendukung aplikasi tersebut, CRM merupakan website dan mobile yang memungkinkan pelanggan untuk mengajukan keluhan, mengisi kuesioner, mendaftar sebagai anggota, dan mengetahui status keluhan dan jumlah poin reward bagi pelanggan.

TABEL III

PROCESS BUSINESS CATALOG

No	Proses Bisnis	Deskripsi
Pemasaran		
1	Proses bisnis penyusunan <i>marketing plan</i>	Proses bisnis penyusunan <i>marketing plan</i> dilakukan untuk mengolah data survei kondisi, pasar, pelanggan, dan pesaing yang digunakan untuk menghasilkan rekomendasi perbaikan dan target pemasaran.
2	Proses bisnis perekrutan <i>partner</i> layanan jasa	Proses bisnis perekrutan <i>partner</i> layanan jasa dilakukan untuk mengolah data <i>partner</i> layanan dalam melakukan diversifikasi layanan jasa melalui layanan jasa yang dimiliki oleh <i>partner</i> .
3	Proses bisnis pengembangan layanan jasa baru	Salah satu sub proses dalam menentukan strategi pemasaran adalah pengembangan layanan jasa baru. Layanan jasa baru dibuat sesuai dengan kondisi pasar dan keinginan pelanggan sehingga dapat memuaskan kebutuhan pelanggan.
4	Proses bisnis penentuan harga layanan jasa	Salah satu sub proses dalam menentukan strategi pemasaran adalah penentuan harga layanan jasa. Harga layanan jasa baru dibuat sesuai dengan kondisi pasar, pesaing dan keinginan pelanggan sehingga dapat menarik pelanggan untuk membeli layanan jasa tersebut.
5	Proses bisnis promosi	Salah satu sub proses dalam menentukan strategi pemasaran adalah menentukan promosi. Promosi merupakan hal yang penting karena dapat membantu dalam memberikan informasi tentang jasa layanan dan menarik pelanggan untuk membeli layanan jasa tersebut.
CRM		
6	Proses bisnis penanganan keluhan	Proses penanganan keluhan dilakukan untuk menampung dan menangani setiap masalah yang dihadapi oleh pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan
7	Proses bisnis pengelolaan <i>feedback</i>	Proses pengelolaan <i>feedback</i> dilakukan untuk melihat bagaimana kepuasan pelanggan terhadap layanan jasa yang diberikan.
8	Proses bisnis pendaftaran <i>membership</i>	Proses bisnis pendaftaran <i>membership</i> merupakan proses bisnis usulan yang dilakukan untuk menjaga hubungan baik dan meningkatkan loyalitas pelanggan.
9	Proses bisnis pemberian <i>reward</i> pelanggan	Pelanggan yang mendaftar menjadi <i>member</i> akan mendapatkan <i>reward</i> berupa <i>point</i> penawaran untuk diskon pembelian layanan jasa.

D. Fase Information System Architecture

Fase information system merupakan tahapan ketiga dalam fase TOGAF ADM. Fase ini menjelaskan alur distribusi data dan aplikasi yang dibutuhkan untuk mendukung proses bisnis perusahaan.

1. Fase Data Architecture

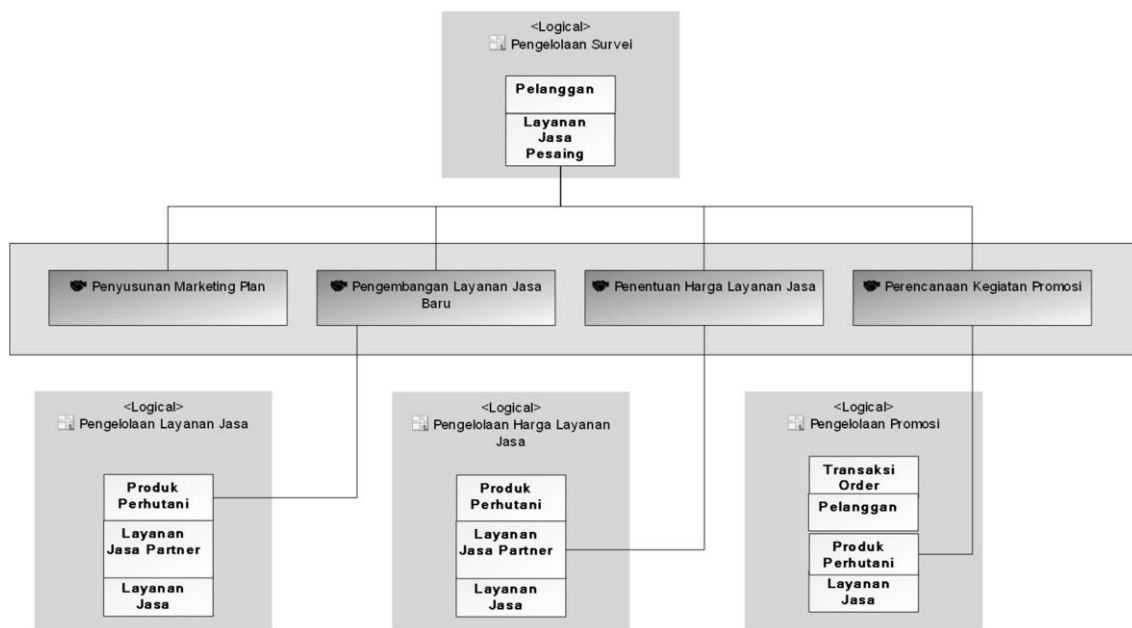
Fase data architecture merupakan bagian dari fase information system architecture. Fase ini bertujuan untuk mengidentifikasi kandidat entitas data di perusahaan serta memetakan entitas tersebut ke dalam logical application component. Dalam mengidentifikasi entitas data dapat dilakukan dengan memetakan proses bisnis dengan data input yang dibutuhkan saat melakukan proses bisnis dan data output yang menjadi hasil dari proses bisnis tersebut. Tabel IV menjelaskan hasil pemetaan antara proses bisnis dengan data input dan data output.

TABEL VI
IDENTIFIKASI DATAENTITY

Proses Bisnis	Data Input	Data Output
Pemasaran		
Penyusunan <i>marketing plan</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pesaing • Pelanggan • Potensial pelanggan • Kondisi pasar 	<ul style="list-style-type: none"> • Target pemasaran • Rekomendasi perbaikan
Perekrutan <i>partner layanan jasa</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Potensial <i>partner layanan jasa</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Partner layanan jasa</i> • Perjanjian kerja sama
Pengembangan layanan jasa baru	<ul style="list-style-type: none"> • Pesaing • Pelanggan • Potensial pelanggan • Kondisi pasar • Layanan jasa • Produk Perhutani • Layanan jasa <i>partner</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Usulan layanan jasa
Penentuan harga layanan jasa	<ul style="list-style-type: none"> • Pesaing • Pelanggan • Potensial pelanggan • Kondisi pasar • Layanan jasa • Produk Perhutani • Layanan jasa <i>partner</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Usulan harga layanan jasa
Perencanaan kegiatan promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Target pemasaran • Pesaing • Pelanggan • Potensial pelanggan • Kondisi pasar • Produk Perhutani • Layanan jasa • <i>Partner</i> penjualan • History order 	<ul style="list-style-type: none"> • Usulan kegiatan promosi personal • Usulan kegiatan promosi produk Perhutani • Usulan kegiatan promosi layanan jasa • Usulan kegiatan promosi <i>partner</i> penjualan
CRM		
Penangan Keluhan	<ul style="list-style-type: none"> • Pelanggan • Transaksi <i>order</i> • Keluhan • Tindak lanjut keluhan • <i>History</i> keluhan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tindak lanjut keluhan • History keluhan

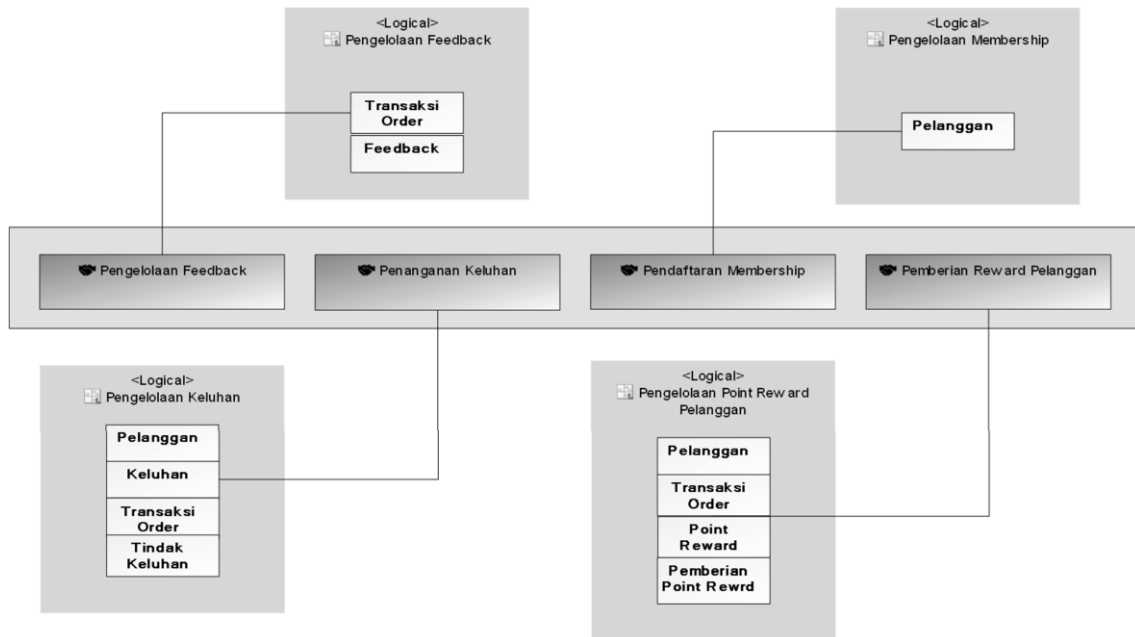
Pengelolaan <i>feedback</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Transaksi <i>order</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Feedback</i>
Pendaftaran <i>membership</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Membership</i>
Pemberian <i>point reward</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pelanggan • Transaksi <i>order</i> • <i>Point</i> layanan jasa • <i>Point</i> produk Perhutani 	<ul style="list-style-type: none"> • Penerimaan <i>point reward</i>

Berdasarkan identifikasi di atas, maka entitas data pada fungsi pemasaran dan CRM Perum Perhutani Unit III telah diketahui dan dapat digunakan untuk menghasilkan artifak berupa data dissemination diagram. Data dissemination diagram merupakan diagram yang menggambarkan hubungan antara business service, entitas data, dan komponen aplikasi. Gambar 4 merupakan data dissemination diagram pada fungsi pemasaran di Perum Perhutani Unit III. Fungsi pemasaran memiliki empat business service, yaitu: penyusunan marketing plan, pengembangan layanan jasa baru, penentuan harga layanan jasa, dan perencanaan kegiatan promosi.



Gambar 4 Data Dissemination Diagram Fungsi Pemasaran

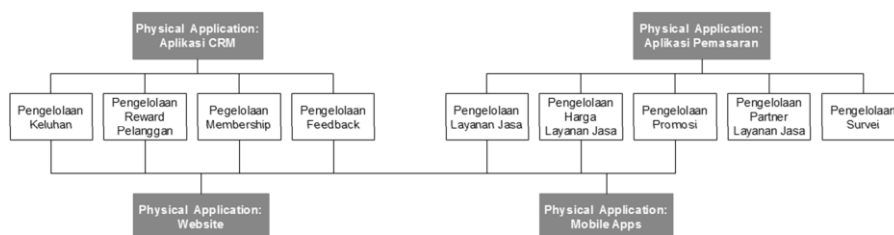
Gambar 5 merupakan data dissemination diagram pada fungsi CRM di Perum Perhutani Unit III. Fungsi CRM memiliki empat business service, yaitu: penanganan keluhan, pengelolaan feedback, pendaftaran membership, dan pemberian reward pelanggan.



Gambar 5 Data Dissemination Diagram Fungsi CRM

2. Fase Application Architecture

Fase application architecture merupakan bagian dari fase information system architecture. Fase ini bertujuan untuk menentukan jenis dari aplikasi yang diperlukan untuk memproses data dan mendukung jalannya aktivitas bisnis. Fase ini akan menghasilkan artefak berupa application communication diagram. Application communication diagram merupakan diagram yang menggambarkan hubungan antara logical application component dengan physical application component. Gambar 6 merupakan application communication diagram pada fungsi pemasaran dan CRM Perum Perhutani Unit III. Physical application component yang akan digunakan yaitu: website, mobile apps, aplikasi pemasaran, dan aplikasi CRM.



Gambar 6 Application Communication Diagram

E. Fase Technology Architecture

Fase technology architecture merupakan fase keempat pada TOGAF ADM. Fase ini bertujuan untuk membangun arsitektur teknologi berupa software, hardware, dan jaringan infrastruktur yang dibutuhkan untuk mendukung sharing data/ informasi di lingkungan perusahaan. Fase ini menghasilkan artifak, yaitu system/technology matrix, dan environments and locations diagram.

1. System//Technology Matrix

System/Technology Matrix digunakan untuk menggambarkan hubungan antara physical application component dan technology component. Tabel V merupakan system/technology matrix pada Perum Perhutani Unit III.

TABEL V

SYSTEM/TECHNOLOGY MATRIX

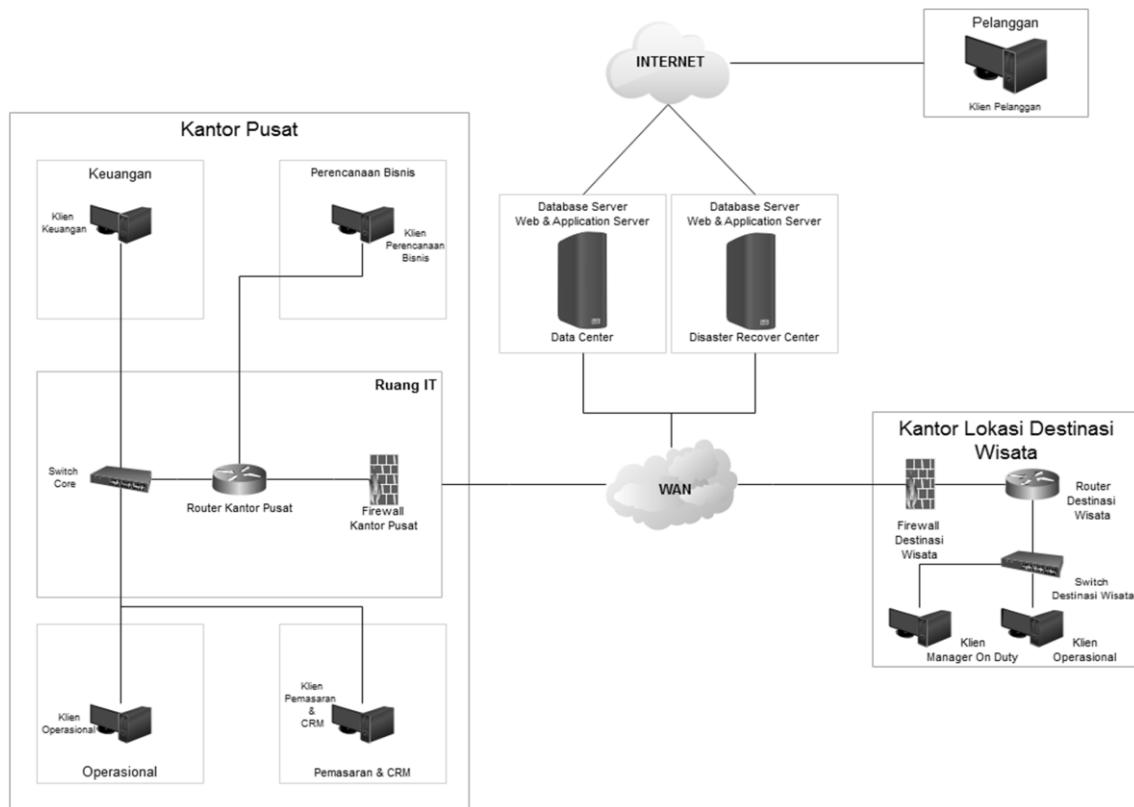
<i>Physical Application Component</i>	<i>Logical Technology Component</i>	<i>Physical Technology Component</i>
Aplikasi Internal	<ul style="list-style-type: none">• Java• MYSQL• Web Service	<ul style="list-style-type: none">• PC Client• Router• Switch
Website	<ul style="list-style-type: none">• HTML• PHP• Apache• MYSQL• Web Service	<ul style="list-style-type: none">• Database Server• Web & Application Server
Mobile Apps	<ul style="list-style-type: none">• Java• Android Studio• Swift• Apache• MYSQL	<ul style="list-style-type: none">• Firewall• Internet Service Provider

2. Environments and Location Diagram

Environments and location diagram digunakan untuk menggambarkan pemetaan infrastruktur technology yang akan diterapkan dalam mendukung aplikasi serta kebutuhan bisnis yang sesuai dengan gambaran lokasi perusahaan. Gambar 7 merupakan environments and location diagram pada Perum Perhutani Unit III. Diagram ini menggambarkan integrasi antar kantor pusat dan lokasi destinasi wisata yang berbeda kota dengan pusat data center dan disaster recovery center yang dikelola oleh pihak ketiga.

Pada kantor pusat terdapat bagian perencanaan bisnis, layanan pelanggan, operasional, CRM, keuangan, dan IT yang dihubungkan ke switch core dan router kantor pusat. Switch core dan router kantor pusat digunakan bagian IT sebagai monitoring dan control jaringan yang ada di perusahaan termasuk pada data center, disaster recovery center dan kantor lokasi destinasi wisata. Kantor lokasi destinasi wisata menggunakan aplikasi operasional sehingga harus terhubung dengan kantor pusat. Agar terhubung dengan kantor pusat, perusahaan menggunakan jaringan wide area network dengan menggunakan metode virtual private network. Kantor pusat dan kantor lokasi destinasi wisata harus dapat terhubung dengan data center dan disaster recovery center sehingga

membutuhkan jaringan wide area network dengan menggunakan metode virtual private network. Seluruh pelanggan dapat melakukan akses website dan mobile apps perusahaan dengan terhubung ke jaringan internet.



Gambar 7 Environments and Location Diagram

V. KESIMPULAN dan SARAN

Dari hasil analisis perancangan model bisnis dan enterprise architecture pada fungsi pemasaran dan CRM di Perum Perhutani Unit III, maka dapat diambil kesimpulan bahwa rancangan enterprise architecture menghasilkan arsitektur bisnis, arsitektur sistem informasi dan arsitektur teknologi yang dapat dijadikan pedoman perusahaan untuk menjalankan aktivitas bisnis dan mendukung tercapainya tujuan perusahaan. Penelitian ini hanya terbatas pada fase preliminary sampai dengan fase technology sehingga diharapkan penelitian berikutnya dapat memenuhi semua fase TOGAF ADM.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Singh, *Marketing Management*. 2018.
- [2] S. Supangat and ..., "Artikel Ilmiah Efektivitas Marketing Digital Di Masa Pandemi," ... *Mark. Digit. Di ...*, no. 1151700200, 2021, [Online]. Available: <http://repository.untag-sby.ac.id/7424/>.
- [3] The Open Group, "The TOGAF® Standard, Version 9.2," *Open Gr.*, p. 504, 2018.
- [4] D. L. Amajida and M. S. Dr. Prasetyo Isbandono, S.Sos., "Strategi Perum Perhutani Kph Malang Dalam Mengembangkan Objek Wisata Coban Talunkota Batu," *Publika*, vol. 4.7, 2016.
- [5] S. Bernard, "Using Enterprise Architecture to Integrate Strategic, Business, and Technology Planning," *J. Enterp. Archit.*, no. November, pp. 11–28, 2006.
- [6] M. Sotiriadis, "Tourism Destination Marketing: Academic Knowledge," *Encyclopedia*, vol. 1, no. 1, pp. 42–56, 2020, doi: 10.3390/encyclopedia1010007.
- [7] R. Indriani, M. Murahartawaty, and R. Hanafi, "Analisis Dan Perancangan Technology Architecture Menggunakan the Open Group Architecture Framework Architecture Development Method (Togaf Adm) Pada Pt Shafco Multi Trading," *J. Rekayasa Sist. Ind.*, vol. 3, no. 01, p. 1, 2016, doi: 10.25124/jrsi.v3i01.34.
- [8] B. D. Rouhani, M. N. ri Mahrin, F. Nikpay, and P. Nikfard, "A comparison enterprise architecture implementation methodologies," *Proc. - 2013 Int. Conf. Informatics Creat. Multimedia, ICICM 2013*, pp. 1–6, 2013, doi: 10.1109/ICICM.2013.9.
- [9] C. W. Wijaya, "Perancangan Enterprise Architecture Pada PT. XYZ Dengan Menggunakan Metode TOGAF ADM," *Repository.Its.Ac.Id*, p. 211, 2017, [Online]. Available: <http://repository.its.ac.id/41827/>.

CEK PLAGIASI ONLINE

Plagiarism Checker X Originality Report



Plagiarism Quantity: 17% Duplicate

Date	Sabtu, Desember 25, 2021
Words	464 Plagiarized Words / Total 2695 Words
Sources	More than 22 Sources Identified.
Remarks	Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

PERANCANGAN ENTERPRISE ARCHITECTURE FUNGSI PEMASARAN DAN CRM PADA INDUSTRI PARIWISATA DI PERUM PERHUTANI UNIT III DENGAN MENGGUNAKAN FRAMEWORK TOGAF ARSITEKTUR ENTERPRISE (R) Supangat, S.Kom., M.Kom., ITIL., COBIT., Oleh : Achmad Ivan Amsyari
1461800197 PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA FAKULTAS TEKNIK INFORMATIKA UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945 SURABAYA 2021 LATAR BELAKANG Pemasaran destinasi wisata merupakan alat strategis bagi manajemen pariwisata untuk menyeimbangkan tujuan pemangku kepentingan dalam mengembangkan pariwisata di daerah dengan tujuan memastikan keberlanjutan sumber daya destinasi wisata dalam Perum Perhutani Unit III berfokus pada penciptaan citra dan promosi dengan tujuan untuk meningkatkan pengunjung domestik dan internasional, serta customer relationship management (CRM) yang baik dengan pelanggan agar tetap loyal terhadap produk yang ditawarkan dalam jangka panjang. Fokus pada menjalin komunikasi yang baik. semester.

Dalam hal ini, penting bagi perusahaan untuk mengenal pelanggan agar dapat mengenalinya dan membuatnya lebih menarik. Mengumpulkan informasi dan mengumpulkannya dalam database pelanggan. Sayangnya Perum Perhutani Unit III belum terdapat rancangan enterprise architecture buat menunjang pemasaran destinasi wisata & pengelolaan interaksi pelanggan. Wana Wisata Perum Perhutani Unit III galat satunya yaitu: Pantai Karangniri, Menurut Koordinator Pengelola Wana Wisata Pantai Karangniri aktivitas kenaikan pangkat yang dilakukan masih kurang, lantaran media kenaikan pangkat yang dipakai hanya melalui website internet Wana Wisata Perum Perhutani.

Perum Perhutani Unit III jua kurang concern terhadap penanganan keluhan yang hanya melalui hotline & penyebaran berita umum secara manual dan implementasi management interaksi pelanggan (CRM) yang bisa menaikkan kepuasan & loyalitas pelanggan. Karena permasalahan yang ada, Perum Perhutani Unit III membutuhkan desain arsitektur enterprise yang menggunakan teknologi informasi untuk menyelaraskan. Arsitektur enterprise dirancang menggunakan framework TOGAF sebagai panduan desain. Kami memilih TOGAF ADM sebagai framework untuk merancang arsitektur enterprise kami karena TOGAF ADM bersifat iteratif, bervariasi, dan beradaptasi dengan industri pariwisata Perum Perhutani Unit III yang terus berkembang. TINJAUAN PUSTAKA A. Arsitektur perusahaan Arsitektur perusahaan merupakan praktik manajemen yang mengintegrasikan strategi perencanaan, bisnis, dan teknologi sehingga pandangan perusahaan akan membantu perusahaan dalam membuat rencana dan keputusan yang lebih baik.

Arsitektur perusahaan menggambarkan perencanaan teknologi, dengan menambahkan strategi perencanaan sebagai pendorong utama dari perusahaan, dan perencanaan bisnis sebagai kebutuhan dari sumber daya B. Framework Framework adalah struktur untuk memodelkan bisnis dan IT suatu perusahaan dengan mengidentifikasi ruang lingkup dan hubungan dari area arsitektur. Framework dapat mempermudah untuk merancang dan juga pengembangan sistem, dikarenakan beberapa tahap, metode dan struktur logistik yang telah disediakan oleh framework. Terdapat beberapa framework sebagai metodologi untuk memodelkan arsitektur enterprise yaitu: EAP, TOGAF, DODAF, Gartner dan FEA. Perbandingan antar kerangka kerja arsitektur enterprise dipetakan ke dalam tiga kategori yaitu: konsep, model, dan proses.

C.

TOGAF ADM TOGAF Architecture Development Method (ADM) adalah sebuah metode yang berfungsi mengembangkan dan mengelola siklus hidup suatu arsitektur perusahaan dan mengintegrasikan elemen TOGAF serta aset arsitektur untuk memenuhi kebutuhan bisnis dan TI dari suatu organisasi. TOGAF ADM juga menyediakan proses iteratif yang memungkinkan perusahaan mendefinisikan kebutuhan bisnis dan membangun arsitektur secara spesifik. / Gambar 1 Architecture Development Cycle Gambar 1 menjelaskan mengenai tahapan-tahapan TOGAF ADM dalam membangun arsitektur enterprise, yang terdiri dari: fase awal, arsitektur visi, arsitektur bisnis, arsitektur sistem informasi, arsitektur teknologi, peluang dan solusi, perencanaan migrasi, tata kelola implementasi, manajemen perubahan arsitektur, dan kebutuhan manajemen.

PEMBAHASAN Metodologi yang digunakan menggunakan model konseptual yang merupakan gambaran terstruktur berdasarkan teori dan hipotesis yang berkaitan dengan penelitian yang sedang di lakukan. Model ini menjelaskan serangkaian kerangka berpikir yang terstruktur secara ringkat untuk menghasilkan output yang sesuai dengan tujuan penelitian. Gambar 2 Model Konseptual Gambar 2 merupakan model konseptual yang memiliki tiga elemen utama yaitu input, proses, dan output. A. Fase Preliminary Fase preliminary merupakan tahap persiapan dalam melakukan inisiasi aktivitas aktivitas yang diperlukan untuk memenuhi tujuan bisnis.

Fase ini akan menghasilkan principles catalog yang berisi prinsip-prinsip arsitektur yang digunakan sebagai dasar dan panduan dalam membuat rancangan enterprise architecture. Tabel I merupakan principle catalog dari Perum Perhutani Unit III. TABEL I PRINCIPLECATALOG Principles Business Principles Pemanfaatan teknologi informasi Menerapkan proses TI dan infrastruktur untuk memenuhi solusi kebutuhan yang ditetapkan serta tingkat layanan seperti adanya sentralisasi reservasi. Mempromosikan destinasi wisata melalui pemanfaatan media sosial. Menyediakan kemudahan bagi pelayanan untuk membeli penawaran jasa pariwisata melalui pembelian multichannel menggunakan website, mobile apps, dan partner penjualan online. Customer relationship Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan pembentukan bagian layanan pelanggan sehingga dapat menangani keluhan secara transparan.

Meningkatkan kepuasan pelanggan dengan melakukan perbaikan kinerja melalui feedback pelanggan. Pemeliharaan fasilitas Menyediakan fasilitas yang memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Pengembangan bisnis dan penentuan target Memastikan keselarasan hasil pencapaian target dengan tujuan perusahaan Melakukan perencanaan dan pengembangan bisnis guna meningkatkan ekspansi pasar. Principles Data Principles Data aset Data merupakan sumber daya Perum Perhutani sebagai data pengelolaan data maupun informasi. Sharing data Data dibagi ke seluruh fungsi perusahaan dan organisasi terkait. Data dapat diakses Data dapat diakses bagi pengguna untuk melakukan fungsi. Data terpercaya Data sesuai dengan informasi yang sebenarnya

Principles Application Principles Easy-of-Use Aplikasi dan web yang digunakan Perum Perhutani mudah digunakan baik bagi customer maupun pegawai berbasis user friendly. Integrasi Aplikasi dapat mengintegrasikan antar proses bisnis dan antar data. Technology independence Teknologi aplikasi yang dapat beroperasi digunakan pada berbagai platform. Principles Technology Principles Payment Pembayaran dapat dilakukan menggunakan sistem pembayaran elektronik (e-payment) Interoperability Software dan hardware yang digunakan sesuai dengan standar yang dibutuhkan pada interoperabilitas untuk data, aplikasi dan teknologi. Responsive Change Management Perubahan Informasi Perum Perhutani dapat update secara tepat waktu guna untuk memberi informasi yang akurat. B.

Fase architecture vision Architecture Vision Phase merupakan fase pertama dalam pengembangan arsitektur enterprise di TOGAFADM. Fase Visi Arsitektur menjelaskan bagaimana arsitektur perusahaan yang Anda buat dapat mencapai tujuan bisnis dan strategis perusahaan Anda. Pada fase ini, artefak dibuat dalam bentuk kanvas model bisnis dan diagram konsep solusi. 1. Business Model Canvas Kanvas Model Bisnis dicapai dengan menggambarkan elemen-elemen kunci: mitra utama, proposisi nilai aktivitas utama, hubungan pelanggan, segmen pelanggan, sumber daya utama, saluran, aliran pendapatan, dan struktur biaya. TABEL II BUSINESS MODEL CANVAS / 2. Solution Concept Diagram Diagram konseptual solusi menunjukkan konsep yang diusulkan untuk diterapkan. Saran diuraikan untuk menunjukkan solusi yang diharapkan perusahaan.

Diagram konseptual solusi terdiri dari empat lapisan: saluran, kantor depan, kantor tengah, dan kantor belakang. Channel ini menunjukkan bagaimana pengguna mengakses front office berupa mobile westjavatourism, westjavatourism.co.id, dan partner interface pihak ketiga melalui internet, intranet, mobile, dan media sosial. Kantor tengah adalah bagian yang mendukung implementasi dan perencanaan bisnis kegiatan bisnis perusahaan seperti operasi, pemasaran, dan CRM yang diperlukan untuk mengimplementasikan situs web, aplikasi seluler, dan aplikasi internal. C.Fase Business Architecture Fase Arsitektur Bisnis merupakan fase kedua dalam pengembangan arsitektur enterprise di TOGAFADM. Arsitektur bisnis menggambarkan strategi bisnis, manajemen, organisasi, dan proses bisnis terpenting yang terjadi di perusahaan.

Kemampuan pemasaran memerlukan aplikasi pemasaran yang dapat membantu kegiatan bisnis menangkap data survei sehingga dapat diproses dengan lebih mudah dan digunakan untuk keperluan lain. Anda juga dapat menggunakan aplikasi pemasaran untuk menyimpan dan meninjau laporan penelitian, mitra layanan, kegiatan strategi pemasaran yang diusulkan, dan laporan hasil proposal tersebut. Untuk mendukung aplikasi tersebut, pemasaran membutuhkan situs web dan aplikasi seluler yang menyediakan informasi tentang layanan, harga layanan, dan melakukan kegiatan promosi untuk memudahkan pelanggan menemukan. Proses bisnis dari fungsi CRM adalah penambahan proses bisnis untuk menangani keluhan, mengelola umpan balik, dan menyediakan pendaftaran keanggotaan dan penghargaan pelanggan.

Proses bisnis baru, pendaftaran keanggotaan dan penghargaan pelanggan tambahan, bertujuan untuk menjaga hubungan pelanggan dan menghargai loyalitas pelanggan sebelumnya. Fungsi CRM memerlukan aplikasi CRM untuk memproses data keluhan, mengelola data kompensasi anggota dan pelanggan, dan memproses data survei. Untuk mendukung aplikasi tersebut, CRM merupakan website dan mobile yang memungkinkan pelanggan untuk mengajukan keluhan, mengisi kuesioner, mendaftar sebagai anggota, dan mengetahui status keluhan dan jumlah poin reward bagi pelanggan. TABEL III No Proses Bisnis Deskripsi Pemasaran 1 Proses bisnis penyusunan marketing plan Proses bisnis penyusunan marketing plan dilakukan untuk mengolah data survei kondisi, pasar, pelanggan, dan pesaing yang digunakan untuk menghasilkan rekomendasi perbaikan dan target pemasaran.

2 Proses bisnis perekrutan partner layanan jasa Proses bisnis perekrutan partner layanan jasa dilakukan untuk mengolah data partner layanan dalam melakukan diversifikasi layanan jasa melalui layanan jasa yang dimiliki oleh partner. 3 Proses bisnis pengembangan layanan jasa baru Salah satu sub proses dalam menentukan strategi pemasaran adalah pengembangan layanan jasa baru. Layanan jasa baru dibuat sesuai dengan kondisi pasar dan keinginan pelanggan sehingga dapat memuaskan kebutuhan pelanggan. 4 Proses bisnis penentuan harga layanan jasa Salah satu sub proses dalam menentukan strategi pemasaran adalah penentuan harga layanan jasa.

Harga layanan jasa baru dibuat sesuai dengan kondisi pasar, pesaing dan keinginan pelanggan sehingga dapat menarik pelanggan untuk membeli layanan jasa tersebut. 5 Proses bisnis promosi Salah satu sub proses dalam menentukan strategi pemasaran adalah menentukan promosi. Promosi merupakan hal yang penting karena dapat membantu dalam memberikan informasi tentang jasa layanan dan menarik pelanggan untuk membeli layanan jasa tersebut. CRM 6 Proses bisnis penanganan keluhan Proses penanganan keluhan dilakukan untuk menampung dan menangani setiap masalah yang dihadapi oleh pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan 7 Proses bisnis pengelolaan feedback Proses pengelolaan feedback dilakukan untuk melihat bagaimana kepuasan pelanggan terhadap layanan jasa yang diberikan.

8 Proses bisnis pendaftaran membership Proses bisnis pendaftaran membership merupakan proses bisnis usulan yang dilakukan untuk menjaga hubungan baik dan meningkatkan loyalitas pelanggan. 9 Proses bisnis pemberian reward pelanggan Pelanggan yang mendaftar menjadi member akan mendapatkan reward berupa point penawaran untuk diskon pembelian layanan jasa. PROCESS BUSINESS CATALOG D. Fase Information System Architecture Fase information system merupakan tahapan ketiga dalam fase TOGAF ADM. Fase ini menjelaskan alur distribusi data dan aplikasi yang dibutuhkan untuk mendukung proses bisnis perusahaan. 1.Fase Data Architecture Fase data architecture merupakan bagian dari fase information system architecture. Fase ini bertujuan untuk mengidentifikasi kandidat entitas data di perusahaan serta memetakan entitas tersebut ke dalam logical application component.

Dalam mengidentifikasi entitas data dapat dilakukan dengan memetakan proses bisnis dengan data input yang dibutuhkan saat melakukan proses bisnis dan data output yang menjadi hasil dari proses bisnis tersebut. Tabel IV menjelaskan hasil pemetaan antara proses bisnis dengan data input dan data output. TABEL VI IDENTIFIKASI DATAENTITY Proses Bisnis Data Input Data Output Pemasaran Penyusunan marketing plan Pesaing Pelanggan Potensial pelanggan Kondisi pasar Target pemasaran Rekomendasi perbaikan Perekrutan partner layanan jasa Potensial partner layanan jasa Partner layanan jasa Perjanjian kerja sama Pengembangan layanan jasa baru Pesaing Pelanggan Potensial pelanggan Kondisi pasar Layanan jasa Produk Perhutani Layanan jasa partner Usulan layanan jasa Penentuan harga layanan jasa Pesaing Pelanggan Potensial pelanggan Kondisi pasar Layanan jasa Produk Perhutani Layanan jasa partner Usulan harga layanan jasa Perencanaan kegiatan promosi Target pemasaran Pesaing Pelanggan Potensial pelanggan Kondisi pasar Produk Perhutani Layanan jasa Partner penjualan History order Usulan kegiatan promosi personal Usulan kegiatan promosi produk Perhutani Usulan kegiatan promosi layanan jasa Usulan kegiatan promosi partner penjualan CRM Penangan Keluhan Pelanggan Transaksi order Keluhan Tindak lanjut keluhan History keluhan Tindak lanjut keluhan History keluhan Pengelolaan feedback Transaksi order Feedback Pendaftaran membership Pelanggan Membership Pemberian point reward Pelanggan Transaksi order Point layanan jasa Point produk Perhutani Penerimaan point reward Berdasarkan identifikasi di atas, maka entitas data pada fungsi pemasaran dan CRM Perum Perhutani Unit III telah diketahui dan dapat digunakan untuk menghasilkan artefak berupa data dissemination diagram. Data dissemination diagram merupakan diagram yang menggambarkan hubungan antara business service, entitas data, dan komponen aplikasi. Gambar 4 merupakan data dissemination diagram pada fungsi pemasaran di Perum Perhutani Unit III.

Fungsi pemasaran memiliki empat business service, yaitu: penyusunan marketing plan, pengembangan layanan jasa baru, penentuan harga layanan jasa, dan perencanaan kegiatan promosi. / Gambar 4 Data Dissemination Diagram Fungsi Pemasaran Gambar 5 merupakan data dissemination diagram pada fungsi CRM di Perum Perhutani Unit III. Fungsi CRM memiliki empat business service, yaitu: penanganan keluhan, pengelolaan feedback, pendaftaran membership, dan pemberian reward pelanggan. / Gambar 5 Data Dissemination Diagram Fungsi CRM 2. Fase Application Architecture Fase application architecture merupakan bagian dari fase information system architecture. Fase ini bertujuan untuk menentukan jenis dari aplikasi yang diperlukan untuk memproses data dan mendukung jalannya aktivitas bisnis.

Fase ini akan menghasilkan artefak berupa application communication diagram. Application communication diagram merupakan diagram yang menggambarkan hubungan antara logical application component dengan physical application component. Gambar 6 merupakan application communication diagram pada fungsi pemasaran dan CRM Perum Perhutani Unit III. Physical application component yang akan digunakan yaitu: website, mobile apps, aplikasi pemasaran, dan aplikasi CRM. / Gambar 6 Application Communication Diagram E. Fase Technology Architecture Fase technology architecture merupakan fase keempat pada TOGAF ADM. Fase ini bertujuan untuk membangun arsitektur teknologi berupa software, hardware, dan jaringan infrastruktur yang dibutuhkan untuk mendukung sharing data/ informasi di lingkungan perusahaan.

Fase ini menghasilkan artefak, yaitu system/technology matrix, dan environments and locations diagram.
 1. System//Technology Matrix System/Technology Matrix digunakan untuk menggambarkan hubungan antara physical application component dan technology component. Tabel V merupakan system/technology matrix pada Perum Perhutani Unit III.

Physical Application Component	Logical Technology Component
Aplikasi Internal	Java
Database	MySQL
Web & Application Server	Web Service
PC Client	Router
Switch	Database Server
Web & Application Server	Firewall
Internet Service Provider	Website
HTML	PHP
Apache	MySQL
Web Service	MySQL
Mobile Apps	Java
Android Studio	Swift
Apache	MySQL

SYSTEM/TECHNOLOGYMATRIX 2.

Environments and Location Diagram Environments and location diagram digunakan untuk menggambarkan pemetaan infrastruktur technology yang akan diterapkan dalam mendukung aplikasi serta kebutuhan bisnis yang sesuai dengan gambaran lokasi perusahaan. Gambar 7 merupakan environments and location diagram pada Perum Perhutani Unit III. Diagram ini menggambarkan integrasi antar kantor pusat dan lokasi destinasi wisata yang berbeda kota dengan pusat data center dan disaster recovery center yang dikelola oleh pihak ketiga. Pada kantor pusat terdapat bagian perencanaan bisnis, layanan pelanggan, operasional, CRM, keuangan, dan IT yang dihubungkan ke switch core dan router kantor pusat.

Switch core dan router kantor pusat digunakan bagian IT sebagai monitoring dan control jaringan yang ada di perusahaan termasuk pada data center, disaster recovery center dan kantor lokasi destinasi wisata. Kantor lokasi destinasi wisata menggunakan aplikasi operasional sehingga harus terhubung dengan kantor pusat. Agar terhubung dengan kantor pusat, perusahaan menggunakan jaringan wide area network dengan menggunakan metode virtual private network. Kantor pusat dan kantor lokasi destinasi wisata harus dapat terhubung dengan data center dan disaster recovery center sehingga membutuhkan jaringan wide area network dengan menggunakan metode virtual private network. Seluruh pelanggan dapat melakukan akses website dan mobile apps perusahaan dengan terhubung ke jaringan internet. / Gambar 7 Environments and Location Diagram V.

KESIMPULAN dan SARAN Dari hasil analisis perancangan model bisnis dan enterprise architecture pada fungsi pemasaran dan CRM di Perum Perhutani Unit III, maka dapat diambil kesimpulan bahwa rancangan enterprise architecture menghasilkan arsitektur bisnis, arsitektur sistem informasi dan arsitektur teknologi yang dapat dijadikan pedoman perusahaan untuk menjalankan aktivitas bisnis dan mendukung tercapainya tujuan perusahaan.

Penelitian ini hanya terbatas pada fase preliminary sampai dengan fase technology sehingga diharapkan penelitian berikutnya dapat memenuhi semua fase TOGAF ADM.

DAFTAR PUSTAKA [1] H. Singh, Marketing Management. 2018. [2] S. Supangat and ..., Artikel Ilmiah Efektivitas Marketing Digital Di Masa Pandemi, Mark. Digit. Di, no. 1151700200, 2021, [Online]. Available: <http://repository.untag-sby.ac.id/7424/>. [3] The Open Group, The TOGAF Standard, Version 9.2, Open Gr., p. 504, 2018. [4] D. L. Amajida and M. S. Dr. Prasetyo Isbandono, S.Sos., Strategi Perum Perhutani Kph Malang Dalam Mengembangkan Objek Wisata Coban Talunkota Batu, Publika, vol. 4.7, 2016. [5] S. Bernard, Using Enterprise Architecture to Integrate Strategic, Business, and Technology Planning, J. Enterp. Archit., no. November, pp. 11-28, 2006. [6] M. Sotiriadis, Tourism Destination Marketing: Academic Knowledge, Encyclopedia, vol. 1, no. 1, pp. 42-56, 2020, doi: 10.3390/encyclopedia1010007. [7] R. Indriani, M. Murahartawaty, and R. Hanafi, Analisis Dan Perancangan Technology Architecture Menggunakan the Open Group Architecture Framework Architecture Development Method (Togaf Adm) Pada Pt Shafco Multi Trading, J. Rekayasa Sist. Ind., vol. 3, no. 01, p. 1, 2016, doi: 10.25124/jrsi.v3i01.34. [8] B. D. Rouhani, M. N. ri Mahrin, F. Nikpay, and P. Nikfard, A comparison enterprise architecture implementation methodologies, Proc. - 2013 Int. Conf. Informatics Creat. Multimedia, ICICM 2013, pp. 1-6, 2013, doi: 10.1109/ICICM.2013.9. [9] C. W. Wijaya, Perancangan Enterprise Architecture Pada PT. XYZ Dengan Menggunakan Metode TOGAF ADM, Repository.lts.Ac.Id, p. 211, 2017, [Online]. Available: <http://repository.lts.ac.id/41827/>.