

MAKALAH
ARSITEKTUR ENTERPRISE



PERANCANGAN STRATEGI SISTEM INFORMASI
PENJUALAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN TOGAF ADM

Oleh :

Rino Kurniawanto (1461600094)

Nurkholis Dwi Endra Kusdiantoro (1461600061)

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
TAHUN 2019

Abstrak

Pemakaian teknologi komputer dalam segala bidang kehidupan sehari-hari tidak akan dapat dihindari. Demikian pula pada kemampuan komunikasi antara satu bidang dengan lainnya di tempat yang berbeda (terpisah pada jarak yang jauh) merupakan salah satu ciri era globalisasi mendatang. Dengan adanya E-commerce berbasis web ini maka dapat dikembangkan Web E-commerce, sebuah sistem berbasis WEB yang dapat dikembangkan dalam bidang pendidikan dengan memanfaatkan bahasa pemrograman dan jaringan yang ada. Banyak sekolah-sekolah yang sudah menggunakan WEB sebagai sarana informasi sekolah yang cepat dan efektif. Misalnya untuk orang tua siswa yang ingin mengetahui informasi tentang anaknya yang bersekolah disekolah tertentu, namun tidak mempunyai waktu untuk datang ke sekolah. Maka dengan memanfaatkan WEB akan sangat mudah bagi orang tua , orang yang ingin instant dan lain lain bahkan untuk siswa itu sendiri untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Hasil yang ingin dicapai dalam pengabdian ini adalah menghasilkan sistem Web E-commerce sehingga memudahkan untuk kita untuk berbelanja secara online.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Pendahuluan

Penerapan Enterprise Architecture belakangan ini banyak digunakan oleh para pelaku usaha baik instansi maupun organisasi. Perlu suatu adanya perancangan strategi yang terstruktur dan sistematis. Tentunya akan memudahkan dalam merencanakan bisnis dan prospek kedepannya, karena teknologi sistem informasi saat ini merupakan salah satu dari sekian komponen penunjang yang sangat berpengaruh dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis dan organisasi yang mereka naungi. Para pelaku usaha sekarang mereka berlomba lomba melakukan suatu penerapan akan perancangan strategi dalam membangun kebutuhan sistem informasi dan teknologi. Dari berbagai jenis bisnis yang saat ini di geluti salah satunya adalah bisnis penjualan alat alat perlengkapan komputer.

Tentu akan sangat membuka peluang sekaligus memudahkan seorang pengelola dalam proses pengambilan keputusan untuk memecahkan suatu permasalahan secara cepat, tepat dan akurat dalam mengelola usahanya dengan memanfaatkan teknologi sistem informasi. Logic Indonesia adalah salah satu sektor usaha kecil menengah yang bergerak di bidang penjualan perlengkapan dan alat alat komputer. Dalam proses aktifitasnya sudah mulai mengimplementasikan perencanaan strategi namun dalam prospek perencanaannya masih kurang tepat sasaran sehingga tidak dapat terealisasi dengan baik, salah satu kekurangan dari sarana penunjang aktivitas yaitu belum memiliki perencanaan terkait SI dan TI. Dengan adanya kendala tersebut, maka akan mempersulit perkembangan kinerja suatu perusahaan dalam proses bisnisnya.

Untuk proses penyelesaian masalah yang terjadi, maka dirancanglah perencanaan akan penerapan Enterprise Architecture dengan memanfaatkan teknologi sistem informasi. Enterprise Architecture merupakan salah satu solusi terbaik untuk merencanakan strategi bisnis yang dibutuhkan, sehingga nantinya kegiatan bisnis yang dilakukan akan terintegrasi dengan baik. Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis akan melakukan pengidentifikasian, perancangan, dan perancangan yang menggabungkan kedua komponen antara sistem informasi dan teknologi yang dapat membantu memecahkan permasalahan yang dihadapi. Sesuai dengan uraian diatas penulis membuat sebuah topik dengan judul **“Perancangan Strategi Sistem Informasi Penjualan Menggunakan Pendekatan Togaf Adm”**

1.1.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas adapun rumusan masalah yang dapat diidentifikasi sebagai bahan pengkajian adalah :

1. Logic Indonesia belum memiliki arsitektur sistem informasi yang menggabungkan

antara perencanaan strategi bisnis dan teknologi.

2. Mengetahui keunggulan Togaf ADM dalam membantu perencanaan strategi dan proses bisnis di Logic Indonesia.

Berdasarkan pengidentifikasian masalah yang telah dijabarkan diatas maka dapat disimpulkan bahwa seperti apa penggabungan antara Togaf ADM sehingga penerapan perencanaan strategi sistem informasi penjualan di Logic Indonesia dapat memecahkan berbagai masalah yang ada.

1.1.2 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah ruang lingkup permasalahan pada penelitian ini di spesifikasikan melalui pembatasan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Objek observasi dan penelitian yaitu Logic Indonesia yang merupakan sektor usaha kecil menengah dalam bidang Sanitary dengan cara meninjau langsung proses bisnis dilapangan
2. Penelitian dilakukan dengan cara pendekatan Togaf ADM yang dibatasi dengan beberapa fase dalam penelitian ini, antara lain yaitu dari fase pendahuluan, fase manajemen kebutuhan, fase visi arsitektur sampai dengan fase arsitektur teknologi.
3. Hasil dari penerapan berupa sistem informasi penjualan berbasis web.

1.1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sesuai dengan uraian latar belakang serta rumusan masalah yang telah ditemukan, oleh karena itu penelitian dilakukan dengan tujuan yaitu menghasilkan usaha perencanaan strategi System penjualan dengan menggunakan Togaf ADM untuk menunjang aktivitas bisnis usaha yang sedang berjalan. Perencanaan arsitektur dengan menggunakan metode Togaf ADM yang terdiri dari arsitektur bisnis, arsitektur aplikasi, asitektur data, arsitektur teknologi.

BAB II LANDASAN TEORI

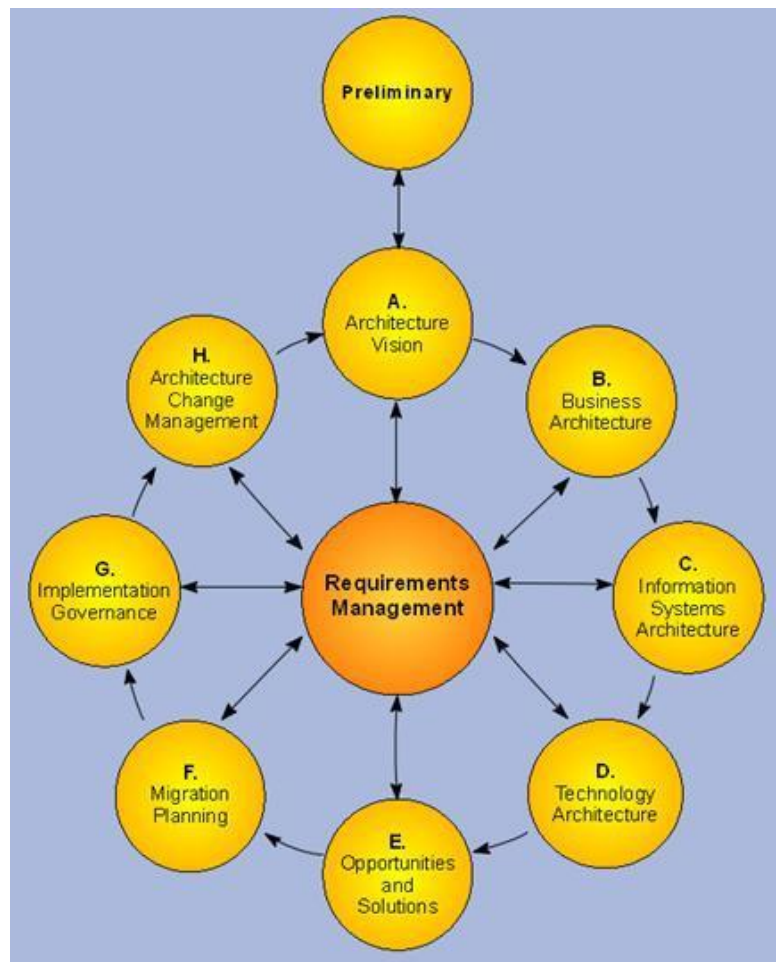
2 Landasan Teori

2.1. Pengertian Arsitektur Enterprise

2.2. Pengertian TOGAF ADM

Menurut The Open Group (2009), the Open Group Architecture Framework (TOGAF) adalah kerangka kerja arsitektur yang menyediakan metode dan tools untuk membantu dalam penerimaan, produksi, penggunaan dan pemeliharaan arsitektur enterprise. TOGAF didasarkan pada proses yang berulang-ulang yang didukung oleh best practices dan penggunaan kembali aset-aset arsitektur yang sudah ada.

TOGAF berperan penting dalam membantu proses pengembangan arsitektur, memungkinkan pengguna IT membangun solusi berbasis sistem terbuka untuk kebutuhan bisnis mereka. ADM adalah fitur penting yang memungkinkan perusahaan mendefinisikan kebutuhan bisnis dan membangun arsitektur spesifik untuk memenuhi kebutuhan itu. ADM terdiri dari tahapan-tahapan yang dibutuhkan dalam membangun arsitektur enterprise, tahapan-tahapan ADM.



1 Preliminary Framework and Principle

Tahapan persiapan (Preliminary Stage) merupakan tahapan untuk menentukan ruang lingkup Enterprise Architecture (EA) yang akan dikembangkan serta menentukan komitmen dengan manajemen dalam pengembangan EA.

2 Architecture Vision (Tahap A)

Menciptakan keseragaman pandangan mengenai pentingnya arsitektur enterprise untuk mencapai tujuan organisasi yang dirumuskan dalam bentuk strategi serta menentukan lingkup dari arsitektur yang akan dikembangkan. Pada tahapan ini berisikan kebutuhan-kebutuhan berkenaan dengan perancangan arsitektur sistem informasi yaitu profil organisasi, pendefinisian visi dan misi organisasi, tujuan organisasi, proses bisnis organisasi, dan kondisi arsitektur saat ini.

3 Business Architecture (Tahap B)

Mendefinisikan kondisi awal arsitektur bisnis, menentukan model bisnis atau aktivitas bisnis yang diinginkan berdasarkan skenario bisnis. Pada tahap ini tools dan method umum untuk pemodelan seperti: Integration DEfinition (IDEF) bisa digunakan untuk membangun model yang diperlukan.

4 Information System Architecture (Tahap C)

Pada tahapan ini lebih menekankan pada aktivitas bagaimana arsitektur sistem informasi dikembangkan. Pendefinisian arsitektur sistem informasi dalam tahapan ini meliputi arsitektur data dan arsitektur aplikasi yang akan digunakan oleh organisasi. Arsitektur data lebih memfokuskan pada bagaimana data digunakan untuk kebutuhan fungsi bisnis, proses dan layanan.

5 Technology Architecture (Tahap D)

Membangun arsitektur teknologi yang diinginkan, dimulai dari penentuan jenis kandidat teknologi yang diperlukan menggunakan Technology Portfolio Catalog yang meliputi perangkat lunak dan perangkat keras. Dalam tahapan ini juga mempertimbangkan alternatif-alternatif yang diperlukan dalam pemilihan teknologi.

6 Opportunities and Solution (Tahap E)

Pada tahapan ini lebih menekan pada manfaat yang diperoleh dari arsitektur enterprise yang meliputi arsitektur bisnis, arsitektur data, arsitektur aplikasi dan arsitektur teknologi, sehingga menjadi dasar bagi stakeholder untuk memilih dan menentukan arsitektur yang akan diimplementasikan.

7 Migration Planning (Tahap F)

Pada tahapan ini akan dilakukan penilaian dalam menentukan rencana migrasi dari suatu sistem informasi. Biasanya pada tahapan ini untuk pemodelannya menggunakan matrik penilaian dan keputusan terhadap kebutuhan utama dan pendukung dalam organisasi terhadap implementasi sistem informasi.

8 Implementation Governance (Tahap G)

Menyusun rekomendasi untuk pelaksanaan tatakelola implementasi yang sudah dilakukan, tatakelola yang dilakukan meliputi tatakelola

organisasi, tatakelola teknologi informasi, dan tatakelola arsitektur.

9 Architecture Change Management (Tahap H)

Menetapkan proses arsitektur manajemen perubahan untuk enterprise architecture baru dan secara berkelanjutan memonitor proses perkembangan teknologi dan perubahan lingkungan organisasi serta menentukan apakah akan dilakukan siklus pengembangan enterprise architecture berikutnya.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

- **Wawancara**

Wawancara dilakukan dengan cara membuat janji dengan pihak perusahaan, kemudian bertemu secara langsung dan melakukan tanya jawab mengenai hal-hal terkait penelitian.

- **Observasi**

Observasi dilakukan untuk meninjau langsung aktivitas di Nama Perusahaan berlokasi di Alamat Perusahaan. Tujuan dari observasi kali ini adalah untuk mendapatkan informasi seputar aktivitas yang sedang berjalan setiap harinya.

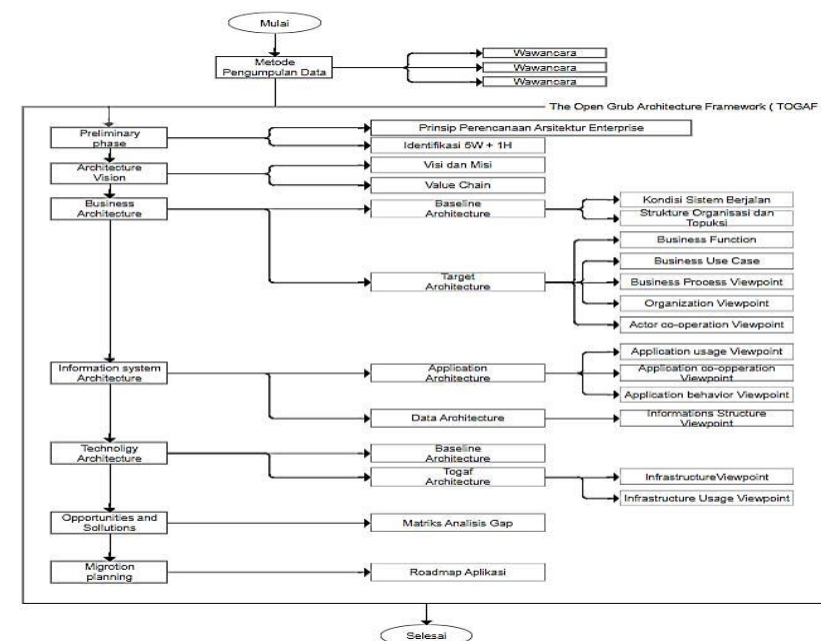
- **Studi Pustaka**

Studi Pustaka dilakukan sebagai bahan dalam memudahkan penelitian untuk menggali, mengkaji dan menggunakan teori-teori yang akan digunakan dalam pelaksanaan penelitian, serta membandingkan dengan penelitian yang sudah ada.

3.2 Metode Perencanaan Arsitektur Enterprise

Pada perancangan ini penulis menggunakan Togaf ADM, yang mana pada pelaksanaannya hal yang harus dilakukan adalah dengan mendefinisikan arsitektur dan strategi yang sangat dibutuhkan oleh Nama Perusahaan. Dalam penelitian Togaf ADM ini maka pembahasan yang akan dilakukan diantaranya adalah preliminary phase, architecture vision, business architecture, information system architecture, technology architecture, opportunities and solution, dan migration planning.

3.3 Kerangka Berpikir



BAB IV

PERENCANAAN ARSITEKTUR ENTERPRISE

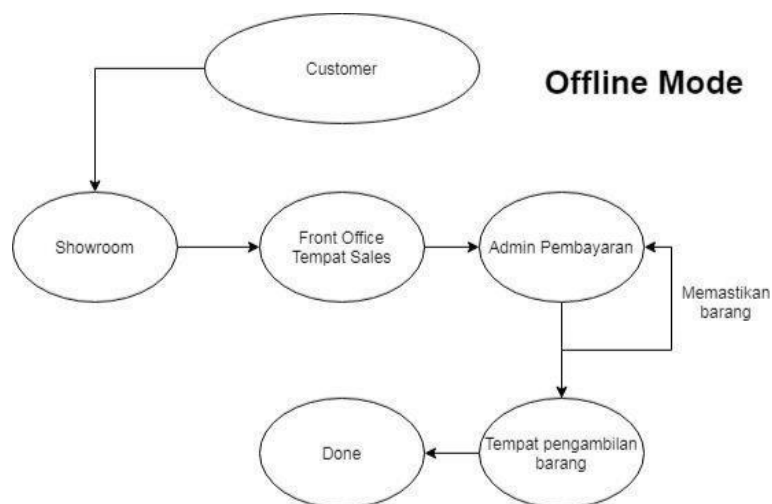
4. Perancangan Arsitektur Enterprise

4.1 Preliminary phase

Untuk kali ini kita menemukan yang dimana sebuah perusahaan Logic Indonesia belum menemukan hal yang efisien yang dimana dia menjual product sanitary tetapi belum benar benar fast moving, yang dimana kendalanya ada didalam bisnis marketing nya yang sebelum nya OFFLINE, tetapi dengan ini saya bisa dan berikan saran untuk bisnis marketing kepada owner nya didalam Platform yang dimana itu memudahkan mereka untuk berjualan apa lagi ingin mencapai tujuan ya itu product fast moving.

4.2 Architecture vision

Untuk Offline transaksi melalui Showroom maka kita gunakan untuk metode dimana kita memberikan arahan ke customer yang dimana dia harus seperti ini dan itu, Itu lah kelemahan offline ribet, tetapi Kita juga buatkan untuk web e commers jadi disana customer bias melakukan transaksi tanpa datang ke showroom terlebih dahulu, untuk barang dikirimkan melalui delivery atau bisa juga menggunakan cargo atau antar barang yang lain seperti JNE, J&T, Tiki dll.



4.3 Business Architecture

Bisnis ini dilakukan oleh offline dan Online melalui platform dan juga melalui web yang dimana untuk memudahkan Customer, Ketika kita menggunakan platform misalkan Tokopedia, Shopee dll, diakan dikenakan max limit barang yg diantar kalau untuk di Web kita bisa antar yang dimana kita sendiri antar atau memberikan opsi Cargo, Misal kan Customer A membeli Meja dengan jumlah 50 meja untuk keperluan nya, Nah disana kita bisa Kasih “cupon pembelian banyak” yang untuk diskon yang kita buat jika pembelian lebih dari 20pcs atau yang lain nya, untuk cupon nya sendiri kita masih membuat nya untuk Margin suatu barang dan untuk untung dan rugi nya.

LOGIC

[Home](#) [Shop](#) [Product List](#) [Contact Us](#)

		Product	Price	Quantity	Subtotal
		PREMIO 100 W	Rp499.000	↓ 1 ↑	Rp499.000

APPLY COUPON

UPDATE CART

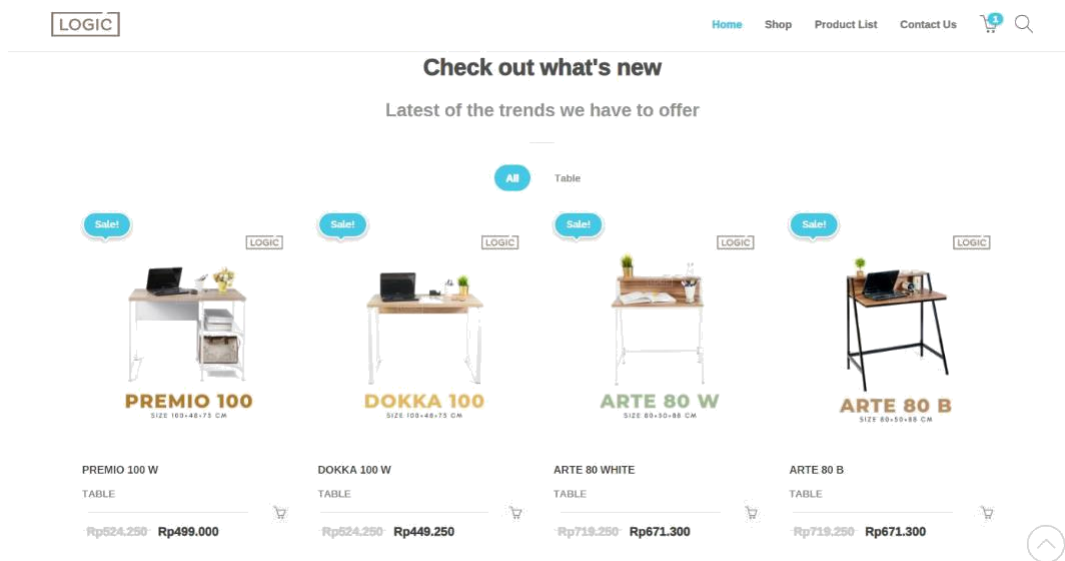
Cart totals

Subtotal	Rp499.000
Total	Rp499.000

PROCEED TO CHECKOUT

4.4 Information System Architecture

Kita menggunakan System Web untuk memudahkan customer yang mau beli banyak dan juga jika menyediakan untuk pengiriman Pribadi, disitu sangat memudahkan customer, tapi kendalanya adalah kita kesusahan untuk dipercayai customer dengan cara cuman mengandalan Web E Commers saja, nah kita cross dengan Platform seperti Tokopedia dan Shopee disana kita tarik perhatian customer dan disana kita bias dapatkan kepercayaan customer.



4.5 Technology Architecture

Teknologi apa aja yang terlibat dalam ini? Semua teknologi hampir terlibat, contohnya, Kita menggunakan Handphone, PC, Leptop atau pun teknologi Bank, Kita juga saran kan untuk menggunakan M Banking karena memudahkan untuk customer transaksi tanpa harus jalan jalan ke ATM dan juga ke Bank, dan kita menggunakan metode pengecheck an Ongkos Kirim menggunakan teknologi Plugin yang dimana kita ambil plugin dari Ongkos Kirim atau Tonjoostudio, dan juga RajaOngkir.

[TONJOOSTUDIO] Theme Plugin Blog Forum Rinokurniawant Search on site...

Addons Tonjoo Studio / Addons / Plugin Ongkos Kirim

Plugin Ongkos Kirim

Description Installation FAQ Changelog

Plugin Ongkos Kirim adalah extension WooCommerce yang berfungsi untuk menghitung ongkos kirim seluruh Indonesia (JNE, POS, Tiki, J&T, dll). Dengan menggunakan extension ini, Anda tidak perlu memasukan data ongkos kirim secara manual, karena plugin sudah terintegrasi dengan data seluruh jasa ekspedisi secara real-time. Cukup aktifkan plugin, masukan API Plugin Ongkos Kirim, dan Woocommerce anda siap mengirim ke seluruh Indonesia.

Kami sangat menyarankan anda untuk mencoba versi trial terlebih dahulu (FREE) sebelum membeli plugin ini !

Preview Demo

Demo

Seberapa Cepat Woo Ongkir?

Checkout

Woo WOONGKIR

YOUR ORDER

Item 1 Rp 350.000

Item 2 Rp 25.000

TOTAL Rp 375.000

Free

Trial

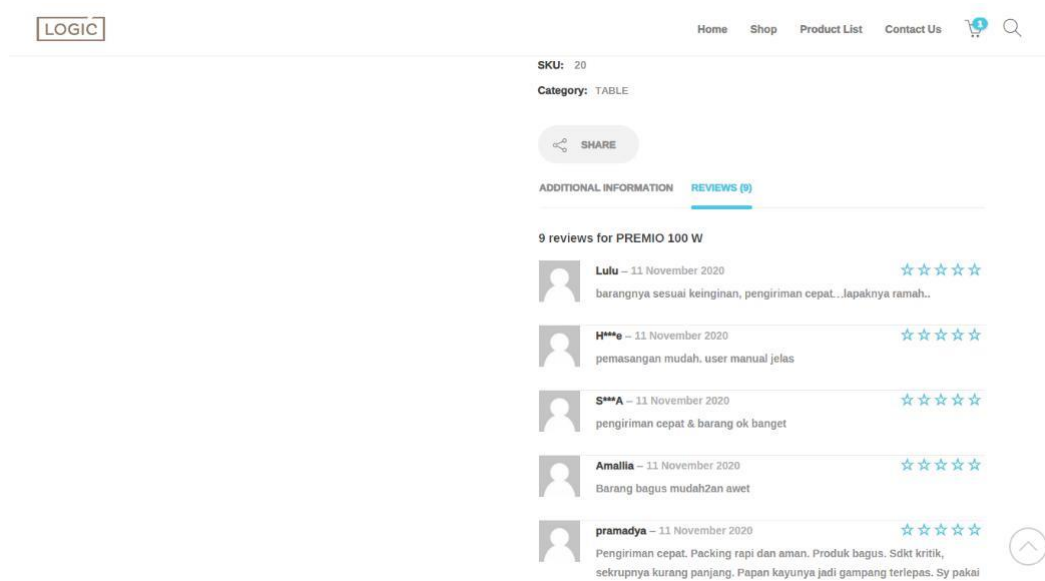
Personal (1 Site)

Multi (5 Sites)

Developer (25 Sites)

4.6 Opportunities and Solution

Peluang kita memajukan perusahaan itu sangat besar, dari perusahaan sendiri yang biasanya berjualan secara offline dan dengan sekarang menggunakan teknologi dimasa ini yang dimana diharuskan online karena bisa memikat perhatian para customer dengan cara mendaftarkan ke Iklan-Iklan yang ada di Platform atau pun kita iklan kan Web kita untuk mendapatkan kepercayaan customer itu dimana itulah tantangan kita, maka dari itu kita buat jalur yang dimana kita berjualan didalam web juga berjualan di platform seperti tokopedia dan juga shopee, disitu ketika customer tau kita jujur dan baik, mereka akan tidak ragu untuk mengunjungi situs kita dan membeli product didalam situs kita, yang dimakan dia bisa membeli barang tanpa limit barang seperti di platform.



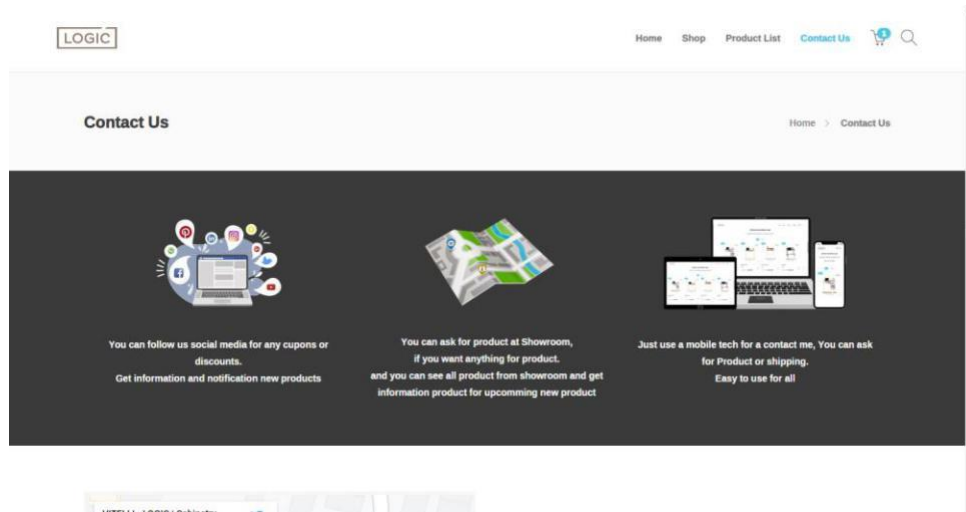
4.7 Identification

5W+1H

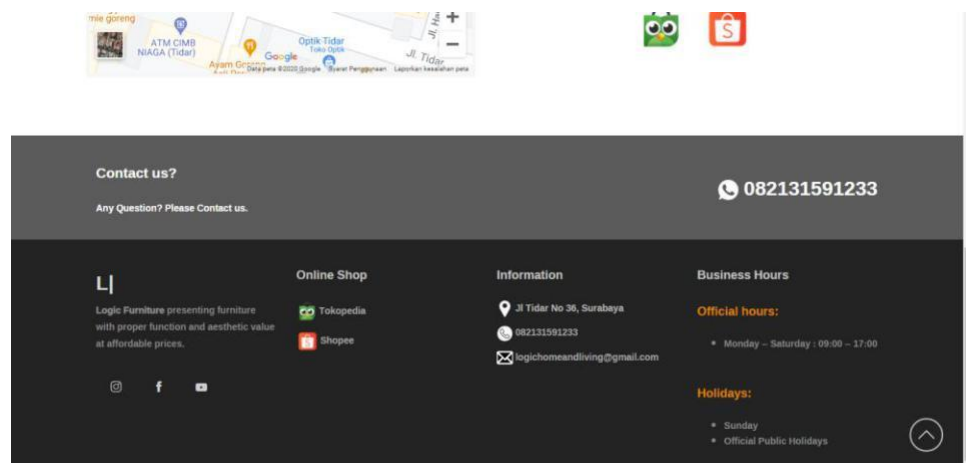
- | | |
|----------|--|
| 1. What | : Data Customer, Data Perusahaan, Alamat, Data Product. |
| 2. Who | : Struktur Logic Indonesia. |
| 3. Where | : Logic Indonesia |
| 4. When | : Pengaplikasian 2020 |
| 5. Why | : Terdapat flow yang tidak baik, Terdapat kesusahan saat mendapat informasi, Terdapat ketidak seimbangan dalam pengerjaan nya. |
| 6. How | : Perancangan Strategi Sistem Informasi Penjualan Online Menggunakan TOGAF |

4.8 Migration Planing

Migrasi planning disini kita bangun dulu struktur struktur untuk pembangunan yang dimana kita tinggalkan struktur lama tanpa menghapus struktur lama, Dan juga menambahkan apa yang sekiranya bisa ditambah, tujuan kita hanyalah untuk memberikan kemudahan bagi para customer yang ingin membeli tanpa harus ribet kesana dan kemari disitu kita bisa lihat dari respond banyak customer yang ingin sekali serba digital dan diharuskan, Bahkan customer bisa Tanya Tanya langsung dikita tanpa harus mengetahui kita dimana dan bagaimana.



Bagian Atas



Bagian bawah / footer.

BAB V

PENUTUP

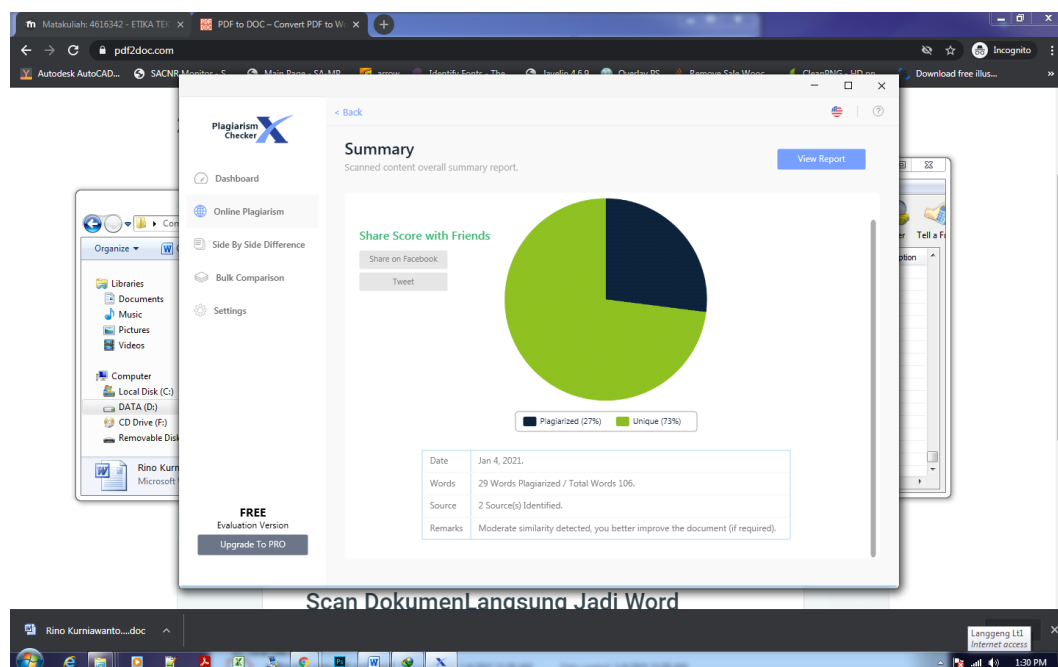
5 Kesimpulan

Kesimpulan dari teori teori dalam ini adalah dimana kita menggunakan metode TOGAF untuk memperkecil kemungkinan yang dimana kita sia sia kan barang yang sudah dibeli maupun dipakai, karena prinsipnya ialah penggunaan semua yang sudah diperincikan yang dimana kita harus strukturkan dengan benar benar agar tidak terjadi seperti itu dan kita bisa juga menggunakan metode waterfall yang dimana kita bisa efisien dalam waktu mengerjakan sesuatu tersebut.

6 Saran

Saran dari saya ialah dimana kita harus mempertimbangkan suatu system apa aja sih kendala kendala suatu system ketika kita sudah buat dan bug bug apa aja yang sudah kita ketahui dari system kita sendiri, setidaknya harus di uji White box dan Black box nya yang dimana kita harus benar benar tau dan yakin bug tidak se critical mungkin dan tidak ada yang harus buang begitu saja, dan lebih banyak konsultasi dan lebih banyak ide ide membantu kita untuk visi dan misinya, tanpa itu kita tidak bisa menyatukan ide ide yang dimana ide itu slalu menjadi suatu susunan yang tidak pernah luput dengan Saran dan Kritik.

PLAGIAT CHECK



DAFTAR PUSTAKA

Idhom, M., Alit, R., & Via, Y. V. (2018). Perancangan Desain Enterprise Arsitektur Dengan Menggunakan Framework Togaf Adm. SCAN - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi, 13(2), 3–6. <https://doi.org/10.33005/scan.v13i2.1161>

Purba, F. F., Saedudin, R. R., & Rahmad, B. (2017). Perancangan Enterprise Architecture Fungsi Pemasaran Dan Crm Pada Industri Pariwisata Di Perum Perhutani Unit Iii Dengan Menggunakan Framework Togaf. Jurnal Rekayasa Sistem & Industri (JRSI), 3(04), 38. <https://doi.org/10.25124/jrsi.v3i04.167>

Risan Wikata, E., Setiawan, N. Y., & Mursityo, Y. T. (2018). Perencanaan Sistem Penjualan Menggunakan Togaf Architecture Development Method (TOGAF-ADM) Studi Pada PT. Millennium Pharmacon International Tbk Cabang Malang. Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (J-PTIIK) Universitas Brawijaya, 2(9), 2589–2598. <http://j-ptiik.ub.ac.id>