

PERANCANGAN *ENTERPRISE ARCHITECTURE* FUNGSI *MARKETING* DAN *PROMOTION* PT SMITHINDO MITRA MANDIRI MENGGUNAKAN TOGAF ADM

DESIGN OF ENTERPRISE ARCHITECTURE MARKETING AND PROMOTION FUNCTION IN PT SMITHINDO MITRA MANDIRI USING TOGAF ADM

Aldi Abriyanto¹, Yuli Adam Prasetyo, S.T., M.T², Asti Amalia Nur Fajrillah. BMM., M.Sc³

^{1,2,3}Prodi S1 Sistem Informasi, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

¹aldi.abriyanto05@yahoo.com, ²yuliadamprasetyo@gmail.com, ³astiamalianf@gmail.com

Abstrak

PT Smithindo Mitra Mandiri merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi dan penjualan produk *fashion* yang mengungusung konsep “*fashion as a Daily Outfit*” yang bertujuan untuk menjadikan setiap produk smith sebagai kebutuhan untuk beraktifitas sehari-hari. Dalam upaya untuk dapat berkompetisi dengan perusahaan *competitor*, smith harus melakukan pelaksanaan strategi yang berbeda dari perusahaan lain dan tentunya disesuaikan dengan kondisi dan tujuan/*goal* perusahaan. Dalam menjalankan proses bisnis perusahaan yang mengutamakan (*goods*) barang dan (*service*) layanan yang berkualitas, sehingga menuntut fungsi *marketing* dan *promotion* untuk mempunyai kinerja dan strategi pemasaran yang baik dan terstruktur. Agar strategi bisnis dan teknologi informasi dapat diselaraskan perusahaan memerlukan rancangan arsitektur *enterprise architecture* untuk dijadikan sebagai panduan *architecture reference*. Metodologi yang digunakan dalam perancangan *Enterprise Architecture* ini adalah TOGAF ADM. Tahapan dalam TOGAF ADM untuk penelitian ini berawal dari fase *Preliminary*, *Architecture Vision*, *Business Architecture*, *Information System Architecture*, *Technology Architecture*, *Opportunities and Solutions*, dan *Migration Planning*. Penelitian ini menghasilkan sebuah rancangan *enterprise architecture* pada PT Smithindo Mitra Mandiri untuk fungsi *marketing* dan *promotion*, idenifikasi *project* usulan dan *roadmap* untuk pengembangan TI perusahaan.

Kata Kunci : *Enterprise Architecture*, *marketing* dan *promotion*, TOGAF ADM

Abstract

PT Smithindo Mitra Mandiri is a company engaged in the production and sales of fashion products that carries the concept of “*Fashion as a Daily Outfit*” which aims to make every product produced by Smith as a requirement for daily activities. In an effort to compete with the competitor companies, Smith has to perform the implementation of a different strategy from other companies and clearly tailored to the conditions and goals of the company. In running their business process, the company prioritizes goods and service in the best quality, thus it demands the function of *marketing* and *promotion* to have a great performance and structured marketing strategies. In order for business strategy and information technology to be aligned, the company requires the design of *enterprise architecture* to serve as a guide *architecture reference*. The methodology used in the design of *Enterprise Architecture* is TOGAF ADM. The stages in TOGAF ADM for this research are *Preliminary phase*, *Architecture Vision*, *Business Architecture*, *Information System Architecture*, *Technology Architecture*, *Opportunities and Solutions*, and *Migration Planning*. This study resulted in an *Enterprise Architecture* design at PT Smithindo Mitra Mandiri for *marketing* and *promotion* functions, identification of proposed projects and *roadmap* for the enterprise of OT development.

Keywords: *Enterprise Architecture*, *marketing* and *promotion*, TOGAF ADM

1. Pendahuluan

PT. Smithindo Mitra Mandiri merupakan suatu perusahaan clothing line yang berpusat di kota Jawa Barat (Bandung) yang bergerak dalam bidang pembuatan dan pendistribusian produk *fashion* wanita dan pria. Pada PT. Smithindo Mitra Mandiri itu sendiri belum terdapat adanya panduan *architecture reference* dan IT governance yang berdampak pertukaran informasi yang kurang baik yang menyebabkan komunikasi antara user kurang efektif untuk bagian internal perusahaan. Seperti halnya di bidang pemasaran (*promotion*) dimana adanya kendala yang terdapat pada aplikasi, dimana belum terdapat aplikasi yang terintegrasi satu sama lainnya yang berdampak ke komunikasi antara user yang tidak berjalan efektif dan

pertukaran informasi yang kurang baik. Dari hal tersebut sering ditemukan permasalahan seperti *human error* atau *miss communication* antar sesama divisi karena tidak adanya pendokumentasian yang baik tentang segala hal yang berhubungan dengan promosi yang berdampak pada jalannya proses bisnis yang tidak efektif. sehingga hal ini bisa menjadi kendala yang cukup berpengaruh terhadap keberhasilan dalam mencapai goals dalam suatu perusahaan maupun divisi. Untuk membantu pemanfaatan teknologi di bidang sistem informasi untuk PT Smtihindo Mitra Mandiri yaitu salah satunya melakukan pendekatan *modern* dengan perancangan *Enterprise architecture*. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk melakukan pemodelan dan perancangan adalah TOGAF (*The Open Group Architecture Framework*) ADM (*Architecture Development Method*). Pemilihan TOGAF ADM karena pemodelan dan perancangan yang ada didalamnya sudah lengkap untuk menggambarkan sistem informasi yang mendukung kebutuhan dalam perusahaan dan dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah yang ada pada PT Smithindo Mitra Mandiri.

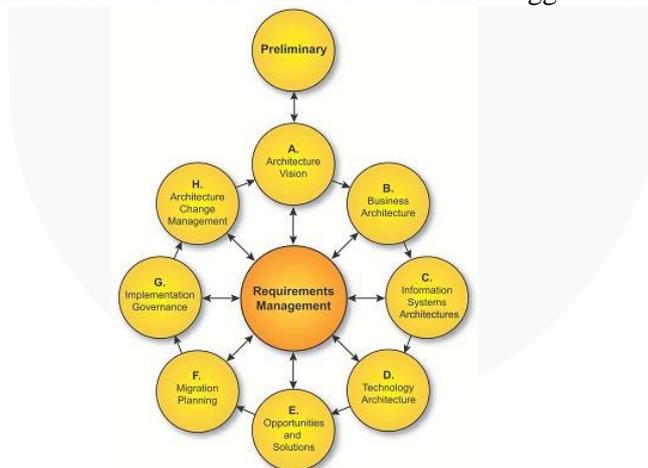
2. Tinjauan Pustaka

2.1 Enterprise Architecture

Enterprise Architecture merupakan suatu pekerjaan dan praktek manajemen yang didedikasikan untuk meningkatkan kinerja dari suatu Enterprise yaitu dengan cara membuat perusahaan tersebut mampu dalam mengintegrasikan dan menyelaraskan secara keseluruhan strategi, proses bisnis, alur informasi, serta sumberdaya teknologi yang digunakannya.[1] Keunggulan enterprise architecture di sektor perusahaan produksi yaitu untuk mengoptimalkan seluruh proses perusahaan (baik manual dan otomatis) seperti pertukaran informasi, komunikasi antara *user* dengan baik dan pemilihan aplikasi produksi yang lebih baik, sehingga dapat menciptakan lingkungan yang cepat tanggap terhadap setiap perubahan dan mendukung strategi bisnis yang lebih baik (The Open Group, 2011).[3]

2.2 TOGAF ADM

TOGAF *Architecture Development Method* (ADM) merupakan inti dari TOGAF yang menjelaskan metode untuk mengembangkan dan mengelola lifecycle dalam pengembangan arsitektur yang dibutuhkan perusahaan (The Open Group, 2009).[4] The Architecture Development Method (ADM) merupakan hasil kerjasama generik yang berisikan sekumpulan aktifitas yang mempresentasikan progresi dari setiap fase ADM dan model arsitektur yang digunakan dan dibuat selama tahap pengembangan Enterprise Architecture. Berikut Gambar 1 Fase TOGAF ADM dibawah ini menggambarkan fase-fasenya.

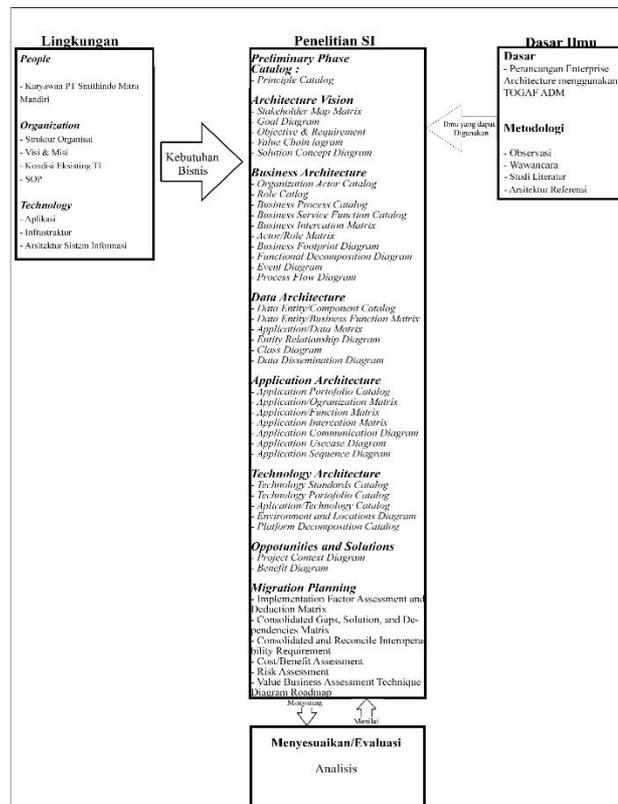


Gambar 1. TOGAF *Architecture Development Method* (The OpenGroup, 2009)

3. Metodologi Penelitian

Model konseptual merupakan rancangan yang terstruktur dari kumpulan konsep yang saling terkait untuk melihat relasi dan pengaruh antar konsep. Model konseptual ini memungkinkan kita untuk mengamati dan menghasilkan output yang sesuai dengan tujuan penelitian. Berikut model konseptual yang

diterapkan dalam perancangan *Enterprise Architecture* fungsi Marketing dan Promotion pada PT. Smithindo Mitra. Mandiri.



Gambar 2. Model Konseptual

4. Analisis dan Perancangan

4.1 Fase Preliminary

Fase *Preliminary* merupakan aktifitas perencanaan penyusunan *enterprise architecture* untuk perusahaan. Tujuan dari fase ini adalah untuk menganalisa *capabilities* yang dibutuhkan perusahaan dari hasil perancangan EA tersebut. Pada fase *preliminary* ini menghasilkan principle catalog.

Table 1 Principle Catalog

Arsitektur	Prinsip	Deskripsi
Business Architecture	Berorientasi profit	Bisnis perusahaan dijalankan dengan berorientasi profit.
	Keutamaan prinsip	Prinsip manajemen informasi berlaku untuk semua pihak yang berada di perusahaan.
	Manajemen Informasi merupakan kewajiban setiap orang	Seluruh pihak dalam perusahaan berpartisipasi dalam keputusan manajemen informasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan bisnis.
	Keberlangsungan bisnis	Jika terdapat gangguan pada sistem, bisnis perusahaan harus tetap berjalan.
	Kepatuhan hukum	Kegiatan yang dilakukan perusahaan harus sesuai dengan hukum dan regulasi yang telah ditetapkan sesuai perseroan terbatas yaitu UUPT (Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas)

Arsitektur	Prinsip	Deskripsi
Data Architecture	Data adalah aset	Penyimpanan dan pengelolaan data harus memiliki regulasi yang tepat untuk menjamin kerahasiaannya bagi perusahaan.
	Keamanan data	Memastikan database harus memiliki prosedur yang jelas yang membatasi pengaksesan dan penyimpanan data sesuai hak aksesnya.
	Keakuratan data	Memastikan bahwa data yang digunakan dan dihasilkan perusahaan dapat menciptakan informasi sesuai dengan fakta dan dapat dipertanggungjawabkan.
	Data dapat diakses dan dibagikan	Memastikan bahwa data pada perusahaan dapat digunakan oleh <i>stakeholder</i> sesuai dengan kebutuhannya.
Application Architecture	Aplikasi <i>accessible</i> sesuai kebutuhan	Aplikasi harus memiliki batasan dalam pengaksesannya yang sesuai dengan aktivitas dan kebutuhan perusahaan, yang ditentukan pada saat perancangan.
	Aplikasi userfriendly	Interface aplikasi mudah untuk dipelajari dan digunakan serta mendukung <i>user guide</i> baik melalui dokumen atau pelatihan.
	Kemandirian Aplikasi	Aplikasi bersifat mandiri. Aplikasi dapat digunakan pada berbagai <i>platform</i> teknologi.
	<i>Support System</i>	Aplikasi dapat mendukung fungsi operasional bisnis perusahaan.
Technology Architecture	<i>Interoperability</i>	<i>Software</i> dan <i>hardware</i> harus sesuai dengan standar perusahaan yang mendukung interoperabilitas data, aplikasi dan teknologi.
	Keamanan teknologi	Pengelolaan <i>hardware</i> dan <i>software</i> harus tepat untuk melindungi ancaman-ancaman yang dapat terjadi.
	Maintenance teknologi	Perusahaan harus memiliki <i>timeline</i> dalam <i>maintenance</i> untuk meminimalisir <i>error</i> .
	Perubahan sesuai kebutuhan	Teknologi dapat dilakukan perubahan sesuai dengan kebutuhan bisnis.

4.2 Fase Architecture Vision

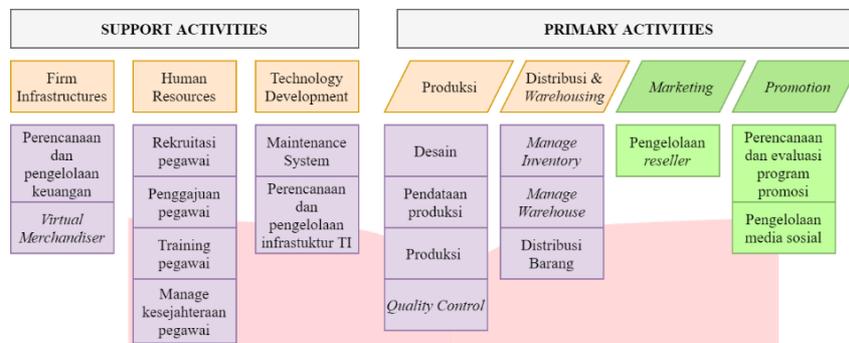
Value chain Diagram merupakan metode untuk menganalisis aktivitas-aktivitas pada perusahaan, baik aktivitas pendukung maupun aktivitas utama untuk menghasilkan value bagi customer. Value Chain Diagram dapat digunakan untuk menganalisis proses bisnis dalam pengambilan keputusan strategis dan value chain juga didasari pada analisa struktur organisasi pada perusahaan PT Smithindo Mitra Mandiri.



Gambar 3. Value Chain Diagram PT Smithindo Mitra Mandiri

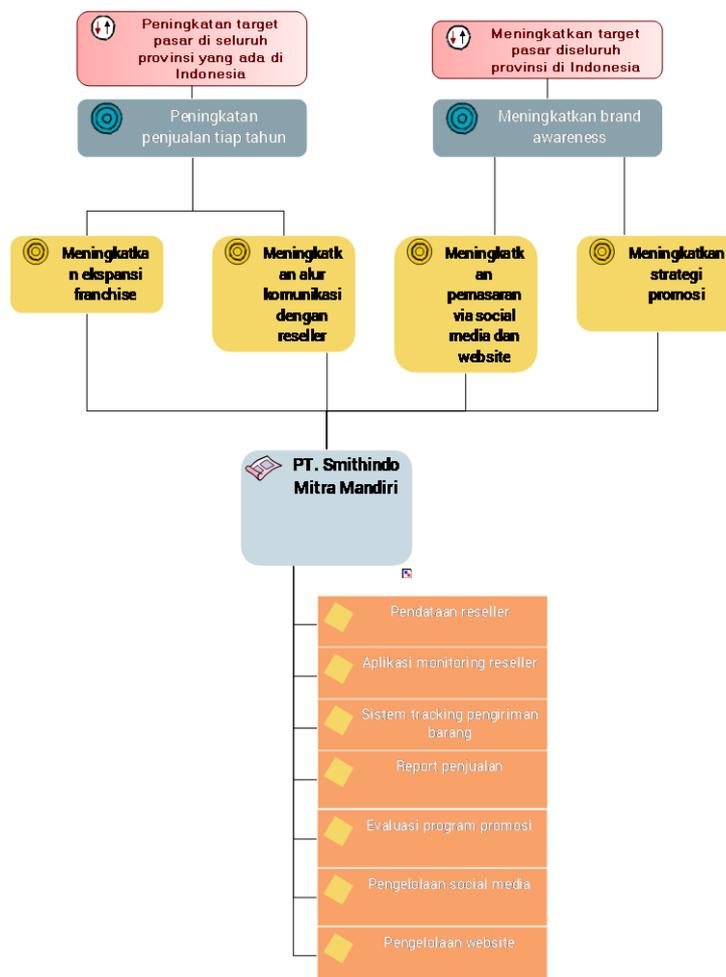
4.3 Fase Business Architecture

Fase *business architecture* ini merupakan fase kedua pada TOGAF ADM. Fase ini juga mendefinisikan strategi bisnis, pengelolaan bisnis, organisasi dan proses bisnis utama pada perusahaan. Tujuan utama dari fase ini adalah untuk mengembangkan target arsitektur bisnis yang dapat membantu mencapai *goal* perusahaan dan mengidentifikasi komponen *IT roadmap* untuk domain bisnis berdasarkan *gap analysis* yang dihasilkan pada fase ini.



Gambar 4. Functional Decomposition Diagram PT Smithindo Mitra Mandiri

Dan untuk mengetahui kemampuan perusahaan atau *capability* apa saja yang dihasilkan dari perancangan ini, dapat diketahui dari *business footprint diagram* yang memetakan antara *drivers*, *goals*, *objective* dan *capability* yang dihasilkan.



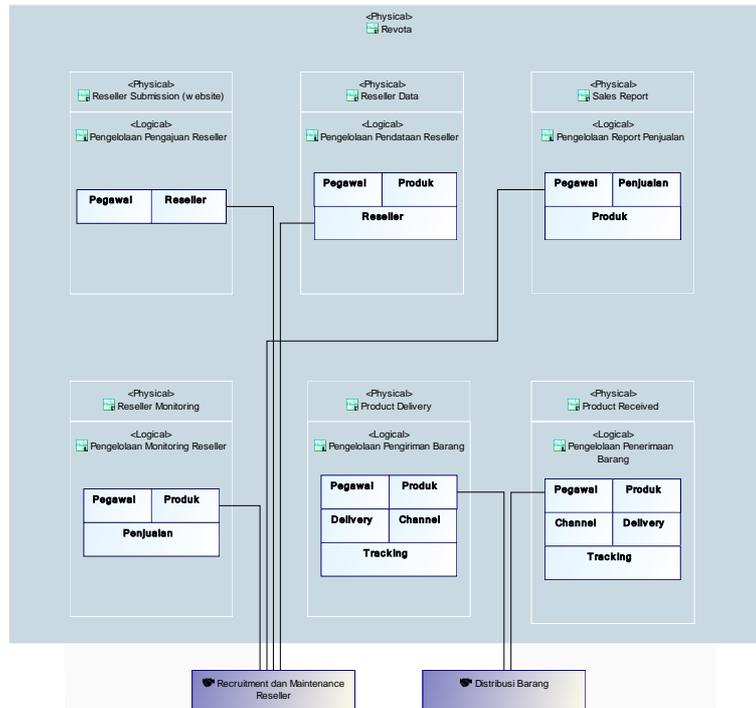
Gambar 5. Business Footprint Diagram Fungsi Marketing dan Promotion

4.4 Fase Information System Architecture

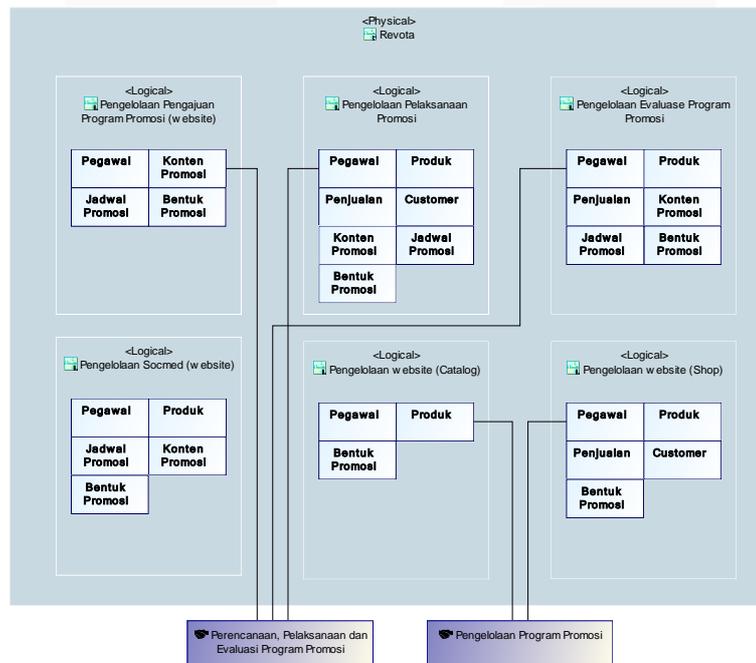
Fase ini menjelaskan alur distribusi data dan aplikasi yang dibutuhkan untuk mendukung proses bisnis perusahaan. Fase *information system* merupakan tahapan ketiga dalam fase TOGAF ADM.

1. Fase Data Architecture

Fase *Data architecture* merupakan fase ketiga pada TOGAF ADM. Fase ini mendeskripsikan pengembangan informasi (data) pada komponen data untuk mendukung *architecture vision* dan *business architecture* yang telah ditetapkan.



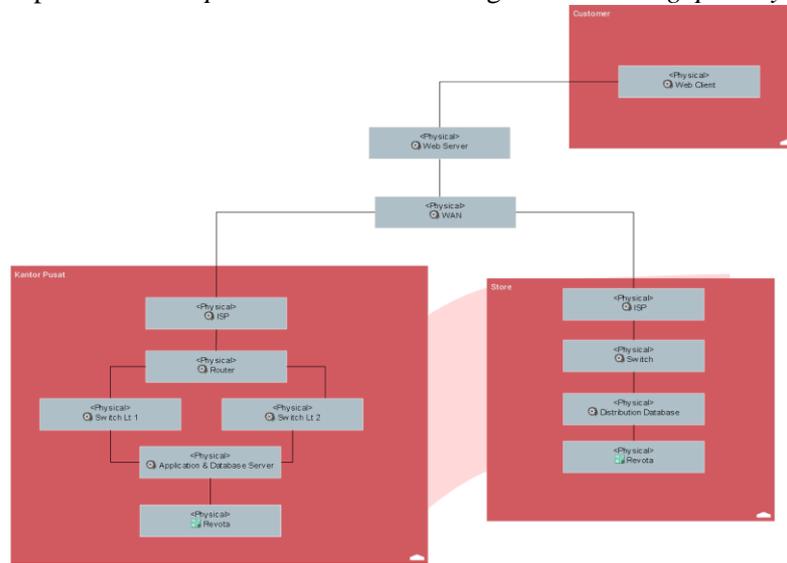
Gambar 6. Data Dissemination Diagram Fungsi Marketing



Gambar 7. Data Dissemination Diagram Fungsi Promotion

4.5 Fase Technology Architecture

Fase *Technology Architecture* merupakan pengembangan pada komponen teknologi baik dari *hardware* dan *software* untuk mendukung *business architecture*, *information system architecture* (data dan aplikasi) dan *architecture vision* yang telah ditentukan oleh perusahaan. Tujuan dari fase ini yakni untuk mengembangkan target arsitektur teknologi yang dapat membantu mencapai *goal* perusahaan dan mengidentifikasi komponen *roadmap* untuk domain teknologi berdasarkan *gap analysis* yang dihasilkan.



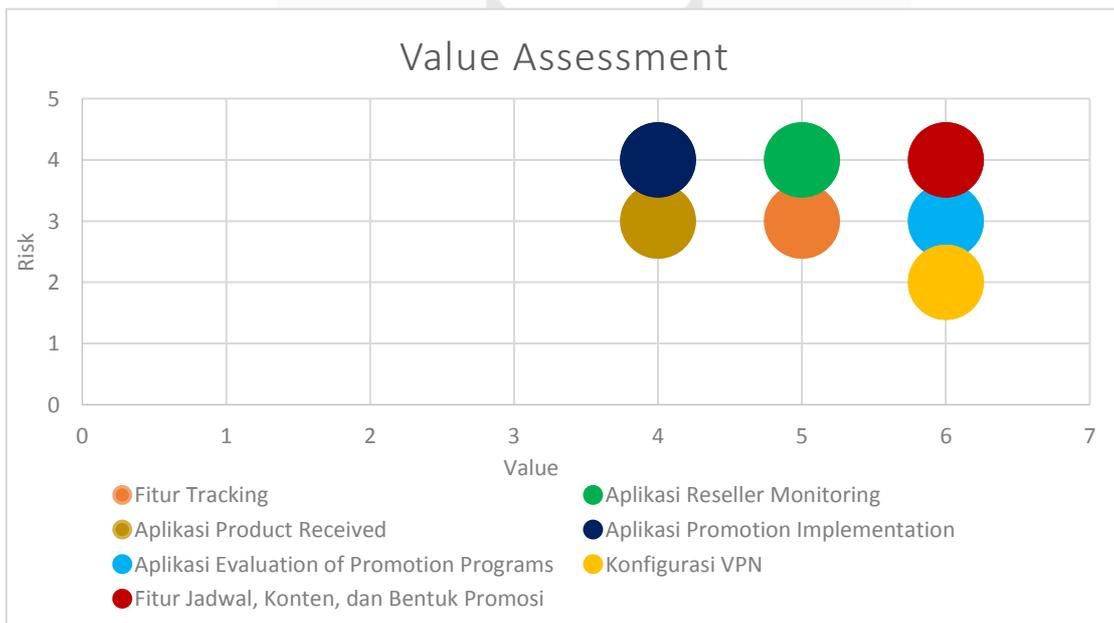
Gambar 8. Environment and Locations Diagram

4.6 Opportunities and Solutions

Pada fase ini dilakukannya evaluasi untuk fase *business architecture* sampai dengan fase *technology architecture* yang telah dianalisis sebelumnya.

4.6 Fase Migration Planning

Fase *migration planning* ini merupakan fase yang menunjukkan perencanaan migrasi dari aksitektur eksisting sampai ke arsitektur target yang sebelumnya telah diidentifikasi. Fase ini bertujuan untuk menentukan hasil akhir arsitektur *roadmap* berdasarkan solusi yang sudah diidentifikasi sebelumnya dan untuk menyampaikan nilai-nilai/value yang dihasilkan dari setiap arsitekturnya agar dapat dimengerti oleh setiap *stakeholder*.



Gambar 10. Business Value Assessment Technique Fungsi Marketing dan Promotion

5. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada fungsi marketing dan promotion PT Smithindo Mitra Mandiri. Dapat disimpulkan bahwa:

- a. Pada *business architecture*, dari hasil identifikasi dan analisis yang dilakukan terjadi penambahan proses bisnis pada fungsi marketing yakni *reseller monitoring* dan perancangan *flow* proses bisnis pengiriman barang dengan menambahkan aktivitas *tracking*. Dan pada fungsi promotion dilakukannya *flow* proses bisnis pelaksanaan promosi dan evaluasi program promosi dengan menambahkan aktivitas (jadwal, konten dan bentuk promosi).
- b. Pada *data architecture*, dari hasil identifikasi dan analisis yang dilakukan terjadi penambahan fitur *tracking* untuk mendukung proses bisnis pengiriman barang pada fungsi marketing dan penambahan fitur jadwal promosi, konten promosi dan bentuk promosi untuk mendukung proses bisnis pelaksanaan promosi dan evaluasi program promosi pada fungsi promotion.
- c. Pada *application architecture*, dari hasil identifikasi dan analisis yang dilakukan terjadi penambahan aplikasi *reseller monitoring* untuk memonitoring penjualan dan stok data reseller dan *product received* untuk memonitoring penerimaan barang pada reseller untuk fungsi marketing, dan pada fungsi promotion dilakukan perancangan aplikasi *promotion implementation* untuk memonitoring dan mendokumentasi aktivitas promosi dan *evaluation of promotion programs* untuk mendokumentasi dan dilakukannya evaluasi dari setiap program promosi yang telah dilakukan yang sebelumnya segala data tentang promosi masih dilakukannya pengolahan data dengan Ms.Excel.
- d. Pada *technology architecture*, dari hasil identifikasi dan analisis yang dilakukan, perlu adanya inventaris asset teknologi perusahaan untuk memudahkan *maintenance* dan dibutuhkan konfigurasi VPN karena saat ini jaringan pada PT Smithindo Mitra Mandiri masih publik.

Daftar Pustaka:

- [1] Simanjuntak, D. N., Prasetyo, Y. A., & Mulyana, R. (2016). ANALISIS DAN PERANCANGAN ENTERPRISE ARCHITECTURE FUNGSI BISNIS. 3136.
- [2] The Open Group. (2006, November). *The Open Group Architecture Framework (TOGAF)*.
- [3] Gill, S. (April 2010). Improving garment fit and function through ease quantification.
- [4] Struktur Organisasi Hasil Printout Oleh Bapak Baden Emzy, Yang Menjabat Sebagai Area Manager PT Smithindo Mitra Mandiri Bandung, Jalan Terusan Buah Batu No.21 Bandung.
- [5] Schekkerman, J. (2004). Creating or Choosing an Enterprise Architecture Framework. *How to Survive in the Jungle of Enterprise Architecture Frameworks*.
- [6] S, G. (2010, April). *Improving garment fit and function through ease quantification*.
- [7] Abuzaid, H. (2015). Top Enterprise Architecture Methodologies.