**Dokumen 1 Tugas Besar**

**II3120 Layanan Sistem dan Teknologi Informasi**

**Proposal Proyek**

**Sidola *Computer Center***

**Disusun oleh:**

**Kelompok 11**

Irfan Reynaldi S / 18215003

Shafwan Aminudin Muhammad / 18215024

Tessa Angela / 18215046

**Program Studi Sistem dan Teknologi Informasi**

**Sekolah Teknik Elektro dan Informatika - Institut Teknologi Bandung**

**Jl. Ganesha 10, Bandung 40132**

**2017**

# Daftar Isi

[Daftar Isi 2](#_Toc497326431)

[Daftar Gambar 3](#_Toc497326432)

[Daftar Tabel 4](#_Toc497326433)

[1. Latar Belakang 5](#_Toc497326434)

[1.1 Gambaran Umum Perusahaan / Organisasi 5](#_Toc497326435)

[1.2 Profil Perusahaan / Organisasi 6](#_Toc497326436)

[1.2.1 Visi Perusahaan / Organisasi 6](#_Toc497326437)

[1.2.2 Misi Perusahaan / Organisasi 6](#_Toc497326438)

[1.2.3 Indikator Kinerja Umum (KPI) Perusahaan / Organisasi 6](#_Toc497326439)

[1.3 Struktur Organisasi 7](#_Toc497326440)

[1.4 Analisis Perusahaan / Organisasi (BMC *As-Is*) 7](#_Toc497326441)

[2. Analisis Kebutuhan Perusahaan / Organisasi 8](#_Toc497326442)

[3. Tujuan Proposal *Project* 14](#_Toc497326443)

[4. Ruang Lingkup Proposal *Project* 14](#_Toc497326444)

[5. Hasil yang diharapkan dari Proposal *Project* 15](#_Toc497326445)

[6. Metodologi 15](#_Toc497326446)

[7. Rencana Kerja 17](#_Toc497326447)

[Referensi 18](#_Toc497326448)

# Daftar Gambar

[Gambar 1 Logo PT SIDOLA 5](#_Toc497570753)

[Gambar 2 Struktur Organisasi Sidola *Computer Center* 7](#_Toc497570754)

[Gambar 3 *Business Model Canvas* Sidola *Computer Center* 8](#_Toc497570755)

[Gambar 4 *Business Model Canvas* (BMC) 15](#_Toc497570756)

[Gambar 5 Metodologi SOMA (IBM) 16](#_Toc497570757)

# Daftar Tabel

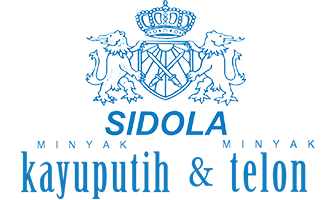
[Tabel 1 Tabel *Key Performance Indicators* Sidola *Computer Center* 6](#_Toc497570807)

[Tabel 2 Rencana Kerja Pembuatan Layanan 17](#_Toc497570808)

# Latar Belakang

## Gambaran Umum Perusahaan / Organisasi

PT SIDOLA berdiri tahun 1960, sebagai perusahaan yang memfokuskan diri di bidang *consumer goods*. Barang yang diproduksi, diantaranya minyak kayu putih Sidola, minyak telon Sidola, garam meja Dolina, cuka Dixi, *disinfectant* Sidola, dan sebagainya. Beberapa tahun kemudian PT SIDOLA mengembangkan usahanya dengan memasarkan peralatan medis dan bekerjasama dengan beberapa rumah sakit; saat ini dikenal sebagai Sidola *Medical Division*. Kemudian, ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat di bidang informasi, memacu PT SIDOLA untuk mengembangkan usaha di bidang komputer sehingga terbentuk Sidola *Computer Center* pada tahun 1984.



Gambar 1 Logo PT SIDOLA

Sidola *Computer Center* didukung oleh 53 orang staf dari berbagai displin ilmu. Anak perusahaan dari PT SIDOLA initidak semata-mata melayani penjualan perangkat komputer dan perlengkapannya, tetapi juga aktif dalam perencanaan dan implementasi sistem jaringan (*Local Area Network* dan *Wide Area Network*), implementasi perangkat lunak, integrasi sistem, dan pelayanan purna jualnya (*service*).

Sidola *Computer Center* selalu berusaha memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggannya dengan cara mengikuti perkembangan teknologi komputer yang pesat. Salah satu cara yang ditempuh adalah menjadi *authorized dealer* dari produk-produk komputer yang berkualitas dan perlengkapannya, menjadi *Corporate Reseller* & HP *Premier Enterprise Business Partner* (PeBP), dan menjadi *Support Partner Specialist* & *Authorized Monitor Repairer* untuk produk Hewlett Packard-Compaq.

Sidola *Computer Center* memiliki kantor utama di Jalan Purnawarman No 46, Bandung 40116, Indonesia Nomor telepon kantor Sidola *Computer Center* adalah +62 22 4230230. *Contact person* yang kami hubungi dalam pembuatan tugas ini adalah Pujo Wijayanto.

## Profil Perusahaan / Organisasi

## Visi Perusahaan / Organisasi

Visi yang dimiliki Sidola *Computer Center* adalah mempertahankan kualitas produk, servis, dan layanan purna jual yang memuaskan kepada semua pihak serta memberikan jasa konsultasi untuk memberikan solusi yang tepat bagi pelanggan tentang jaringan komputer dan komunikasi data.

## Misi Perusahaan / Organisasi

Misi dari Sidola *Computer Center* yaitu menggabungkan beberapa keahlian agar dapat memberikan layanan yang terbaik. Keahlian tersebut diantaranya:

1. *Solution* & *System Integration* (SSI)
2. *Service Center*
3. *Training, Education, Consulting, and Solution Provider* (TECS)

## Indikator Kinerja Umum (KPI) Perusahaan / Organisasi

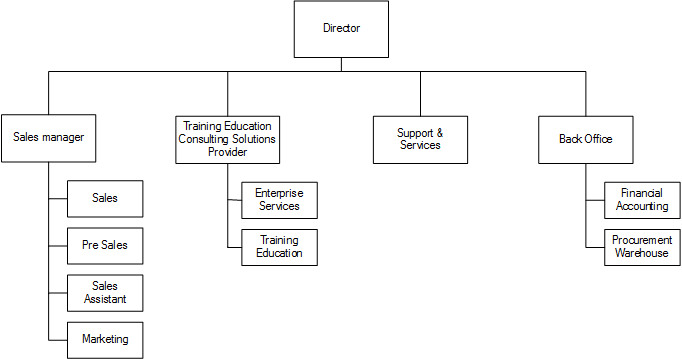
Berikut ini adalah *Key Performance Indicators* Sidola *Computer Center*.

Tabel 1 Tabel Key Performance Indicators Sidola Computer Center

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | ***Key Performance Indicators*** | **Unit Pengukuran** | **Target** |
| 1 | Jumlah produk yang dapat dijual dalam satu bulan | unit | 1.000 |
| 2 | Perbaikan komputer yang dapat diselesaikan sesuai waktu yang telah disepakati | % | 95% |
| 3 | Persentase pelayanan purna jual yang dilakukan | % | 95% |
| 4 | Persentase ulasan positif yang didapatkan dari seluruh pelanggan | % | 80% |
| 5 | Persentase customer membeli produk dari seluruh pihak yang dijadikan target pemasaran | % | 80% |

## Struktur Organisasi

Berikut ini adalah struktur organisasi Sidola *Computer Center*.



Gambar 2 Struktur Organisasi Sidola Computer Center

*Director* Sidola *Computer Center* bertugas mengoordinasikan para *manager*. Terdapat empat *manager* yang memimpin departemen *Sales*, *Training Education Consulting Solutions* (TECS) *Provider*, *Support and Services*, serta *Back Office*. Departemen *Sales* memimpin empat sub-departemen, yaitu *Sales*, *Pre-sales*, *Sales Assistant*, dan *Marketing.* Pre-sales membantu Sales dalam menjelaskan hal teknis dan Di bawah departemen TECS, terdapat dua sub-departemen, yaitu *Enterprise Services* dan *Training Education*. Departemen *Back Office* memimpin dua sub-departemen, yaitu Financial *Accounting* dan *Procurement Warehouse*.

## Analisis Perusahaan / Organisasi (BMC *As-Is*)

Berikut ini *Business Model Canvas* Sidola *Computer Center*.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Key Partners***   1. *Supplier*: HP, Lenovo, Adobe, Microsoft 2. Aliansi dengan institusi-institusi untuk pemasaran (lewat pameran, seminar, dll) | ***Key Activities***   1. Pemasaran produk 2. Pengadaan produk 3. Penjualan produk 4. Layanan purna jual 5. Pengerjaan proyek | ***Value Proposition***  Produk komputer, baik perangkat keras maupun perangkat lunak, dan layanan purna jual yang   1. berkualitas, 2. terpercaya, 3. bervariasi, dan 4. tersedia tiap saat   dengan harga yang terjangkau | | ***Customer Relationships***  *Personal assistance* dengan prinsip   1. keterpercayaan, 2. kejelasan, 3. transparansi, dan 4. kecepat-tanggapan | ***Customer Segments***   1. *Enterprise*, khususnya di Bandung, Jakarta, dan sekitarnya 2. Perorangan |
| ***Key Resources***   1. *Physical*: 2. empat gedung di Jalan Purnawarman (kantor, gudang, dan *showroom*) 3. kantor cabang di Jakarta 4. komputer 5. *server* 6. *Human*: pegawai tetap dan *outsource* | ***Channels***   1. *On-call* 2. Surat elektronik 3. *Showroom* 4. *Tender* |
| ***Cost Structures***  *Value-driven*, dengan pengeluaran utama akibat   1. Distribusi produk 2. Pengelolaan web, dll 3. *Warehousing* 4. Gaji pegawai | | | ***Revenue Streams***   1. Penjualan produk komputer 2. Penyediaan jasa perbaikan | | |

Gambar 3 Business Model Canvas Sidola Computer Center

Untuk membangun model bisnis yang efektif, perusahaan harus mengidentifikasi pelanggan mana yang mereka berusaha layani. Target pasar utama dari Sidola *Computer Center* adalah *enterprise*, terutamanya di Kota Bandung, Jakarta, dan sekitarnya. Selain itu, perusahaan ini juga melayani penjualan dan layanan purna jual bagi pelanggan secara perorangan, meski persentasenya sangat kecil ketimbang pelanggan *corporate*. Sebelumnya, perusahaan ini pernah melayani banyak *enterprise*, antara lain:

1. Astra Otoparts Tbk
2. Ateja Tritunggal
3. Bank Danamon Tbk
4. Bank Mega Tbk
5. Bank Nusantara Parahyangan Tbk
6. Bank OCBC NISP Tbk
7. Bappenas
8. Bio Farma
9. BPK Penabur
10. BPR Karyajatnika Sadaya
11. Goodrich Pindad Aeronautical Systems Indonesia
12. Hakatex
13. Hariff Daya Tunggal Engineering
14. Institut Teknologi Telkom (IT Telkom)
15. Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)
16. John Crane
17. Perkebunan Nusantara
18. Petrojaya Boral Plasterboard
19. Riau Andalan Pulp and Paper
20. RS Al Islam
21. RS Cahya Kawaluyan
22. RS St. Borromeus
23. RS Immanuel
24. RS St. Yusup
25. Mutiara Nusantara International School
26. Sheraton Bandung Hotel & Towers
27. Taspen (Persero)
28. Telekomunikasi Indonesia
29. Telkomsel
30. Teradata Megah Corporation
31. The Luxton Hotel
32. Universitas Kristen Maranatha
33. Universitas Padjadjaran
34. Yayasan Salib Suci (St. Maria, Yos Sudarso)
35. Yayasan Widya Bhakti (St. Angela)
36. Yogya Departement Store (Akur Pratama)

*Value proposition* merupakan kumpulan produk dan jasa yang perusahaan tawarkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya dan membedakan perusahaan ini dari para pesaingnya. Secara kuantitatif, *value proposition* dapat berupa harga dan efisiensi, sedangkan secara kualitatif dapat berupa pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Sidola *Computer Center* memiliki *value proposition* berupa penjualan produk komputer, baik perangkat keras maupun perangkat lunak, dan layanan purna jual yang berkualitas, terpercaya, bervariasi, dan tersedia tiap saat dengan harga yang terjangkau.

Perusahaan dapat menyalurkan *value proposition*-nya kepada pelanggan yang ia targetkan melalui berbagai *channel*. *Channel* yang efektif mampu mendistribusikan *value proposition* perusahaan itu dengan cepat, efisien, dan efektif biaya. Perusahaan dapat menjangkau pelanggannya melalui *channel*-nya sendiri, *channel* yang disediakan *partner*-nya, atau kombinasi keduanya. Channel yang digunakan Sidola *Computer Center* berupa temu langsung, *on-call* (melalui telpon), surat elektronik, *showroom*, dan *project* *tender.*

Untuk memastikan keberjalanan dan kesuksesan bisnis, perusahaan harus mengidentifikasi jenis hubungan yang ingin dijalin dengan pelanggannya. Terdapat berbagai jenis *customer relationships*, diantaranya *personal assistance* (interaksi langsung antara pegawai dan pelanggan), *self service* (perusahaan menyediakan kakas yang memudahkan pelanggan melayani dirinya sendiri), *automated service* (mirip *self service*, ditambah kemampuan mengidentifikasi pelanggan dan kecenderungan mereka secara individual), dan *communities* (interaksi langsung antar pelanggan dan perusahaan). Saat ini Sidola *Computer Center* menerapkan *personal assistance* dengan prinsip kepercayaan, kejelasan, transparansi, dan kecepat-tanggapan dalam berhubungan dengan pelanggannya.

*Revenue streams* merupakan cara perusahaan menerima pendapatan dari masing-masing *customer segment*. Terdapat beberapa cara untuk menghasilkan pendapatan, antara lain *asset sal*e (menjual hak kepemilikan sebuah produk fisik), *usage fee* (dari penggunaan suatu layanan), *subscription fee* (dari layanan yang berkelanjutan), *lending/leasing/renting* (pemberian hak eksklusif sebuah *asset* untuk jangka waktu tertentu), *licensing* (dari penggunaan properti intelektual yang dilindungi), *brokerage fees* (dari layanan penghubung antar dua pihak), dan *advertising*. *Revenue streams* utama Sidola *Computer Center* adalah *asset sale* berupa penjualan produk komputer dan *usage fee* berupa penyediaan jasa perbaikan.

*Key resources* merupakan sumber daya yang penting untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan dianggap sebagai *asset* bagi perusahaan yang dibutuhkan untuk menopang dan mendukung bisnis. Sumber daya ini dapat berupa manusia, keuangan, fisik, dan intelektual. Sidola *Computer Center* memiliki empat gedung di Jalan Purnawarman (kantor, gudang, dan *showroom*) dan kantor cabang di Jakarta. Selain itu, Sidola memiliki 53 pegawai yang ditunjang oleh peralatan komputer, *server*, dan lain-lain.

*Key activities* merupakan kegiatan yang paling penting dalam mengeksekusi *value proposition* yang perusahaan tawarkan. Sidola *Computer Center* melakukan pemasaran, pengadaan, dan penjualan produk, serta mengadakan layanan purna jual dan ikut serta dalam pengerjaan berbagai proyek.

Untuk mengoptimasi operasional dan mengurangi risiko dari model bisnisnya, perusahaan biasanya membangun hubungan pembeli-penyedia sehingga dapat fokus pada kegiatan utamanya. Sidola *Computer Center* memiliki penyedia produk, yaitu HP, Lenovo, Adobe, dan Microsoft. Selain itu, Sidola mengadakan aliansi dengan institusi-institusi untuk pemasaran (lewat pameran, seminar, dll.).

Cost structures mendeskripsikan konsekuensi moneter yang paling penting saat beroperasi di bawah model bisnis yang berbedar. Terdapat dua kelas struktur bisnis, yaitu *cost-driven* (berfokus meminimalisir semua biaya) dan *value-driven* (berfokus menciptakan nilai). Sementara itu, terdapat beberapa karakteristik dari berbagai struktur biaya, antara lain *fixed costs* (tidak berubah di aplikasi yang berbeda), *variable costs* (tergantung jumlah produksi), economies of scale (biaya turun ketika jumlah produk naik), dan *economies of scope* (biaya turun ketika berkorporasi dengan bisnis lain yang terkait langsung dengan produk awal). Sidola *Computer Center* menerapkan struktur bisnis yang *value-driven*, dengan pengeluaran utama akibat distribusi produk, *warehousing*, gaji pegawai, serta pengelolaan web, dll.

# Analisis Kebutuhan Perusahaan / Organisasi

**2.1** ***Operational Deficiencies***

Analisis kekurangan operasional dilakukan dengan menggunakan *framework* PIECES (*Performance, Information, Economy, Control, Efficiency and Service*).

* + - 1. *Performance*

Performa Sidola *Computer Center* belum sepenuhnya baik karena Sidola masih kurang cepat tanggap dalam melayani penjualan dan layanan purna jual. Proses bisnis yang dilakukan secara manual dan melibatkan banyak pihak membutuhkan waktu yang tidak singkat. Hal ini menyebabkan pelanggan harus menunggu lebih lama untuk mendapatkan produk dan layanan yang diinginkan.

* + - 1. *Information*

Sidola *Computer Center* memiliki alur informasi yang cenderung terpusat, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk setiap departemen dalam perusahaan ini bekerja sama secara langsung. Alur informasi yang ada dalam perusahaan ini disimpan dalam sebuah basis data. Basis data tersebut dimiliki oleh setiap departemen dan saling terhubung antar departemen. Akan tetapi, perusahaan ini memiliki sistem basis data yang cukup rumit. Hal tersebut membuat para karyawan merasa kesulitan untuk mengakses basis data tersebut. Penggunaan basis data yang kurang optimal ini tentu berdampak besar bagi pihak perusahaan karena semua informasi disimpan di basis data tersebut. Apabila kondisi seperti ini terus berlanjut, besar kemungkinan setiap departemen memiliki kesalahpahaman yang dapat berujung fatal. Hal tersebut juga berdampak pada hubungan antara pihak customer dan supplier. Akibat kesalahan informasi dari dalam perusahaan, jumlah pesanan yang dikirimkan untuk customer menjadi tidak sesuai dengan seharusnya. Begitu pula dengan pihak supplier; jumlah barang yang seharusnya dipesan akan menjadi tidak sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pihak perusahaan.

* + - 1. *Economy*

Sidola Computer Centre memiliki kondisi finansial yang cukup stabil.  
Namun, untuk mencapai visi perusahaan, yaitu kepuasan customer,  
perusahaan ini terkadang sering mengalami kerugian secara finansial. Hal tersebut terjadi karena perusahaan tidak memiliki ketentuan yang jelas terkait perubahan harga dari pihak supplier, sehingga, apabila pihak perusahaan dan customer telah menetapkan harga di awal persetujuan mereka, maka harga tersebutlah yang digunakan meskipun terjadi perubahan harga dari pihak supplier. Dengan demikian, perusahaan mengalami kerugian yang cukup besar karena biaya yang dikeluarkan untuk membeli barang dari pihak supplier lebih besar daripada keuntungan yang diterima oleh pihak perusahaan.

* + - 1. *Control*

Sidola *Computer Center* memiliki alur proses bisnis yang jelas dan terperinci. Namun, perusahaan ini tidak memiliki sistem untuk memantau keberjalanannya proses bisnis tersebut. Hal tersebut menyebabkan banyak bagian dari proses bisnis tersebut yang terlewat dan tidak berjalan sesuai dengan proses bisnis yang seharusnya. Para atasan yang memegang jabatan lebih tinggi dalam perusahaan ini juga tidak dapat mengetahui masalah apa saja yang terjadi di perusahaan tersebut karena mereka tidak dapat memantau secara langsung keberjalanannya proses bisnis terebut. Apabila hal ini terus terjadi, tidak menutup kemungkinan terjadinya kecurangankecurangan yang terjadi di dalam Sidola.

Selain itu, pihak perusahaan juga tidak dapat mengetahui apakah barang yang dikirimkan ke pihak customer telah sampai dengan jumlah yang sesuai atau tidak. Hal tersebut juga berlaku dengan pihak supplier; pihak perusahaan tidak dapat memastikan apakah pesanan barang yang diterima oleh supplier sesuai dengan pesanan yang mereka berikan.

* + - 1. *Efficiency*

Sidola Computer Centre memiliki banyak karyawan yang dipekerjakan.  
Akan tetapi, karyawan yang bekerja di perusahaan ini mayoritas adalah  
karyawan-karyawan senior atau karyawan yang telah bekerja lama. Para  
karyawan senior tersebut memiliki pemikiran bahwa karyawan senior akan  
menerima gaji yang lebih besar. Namun, kenyataannya adalah pemberian  
gaji tidak hanya berdasarkan kesenioran karyawan tersebut. Akibatnya, para  
karyawan senior ini tidak memiliki semangat untuk bekerja karena mereka  
tidak terpuaskan dengan gaji yang mereka dapatkan. Hal ini membuat  
perusahaan mengalami kerugian karena pekerjaan yang dilakukan tidak  
efisien. Perusahaan ini juga tidak bisa memberhentikan karyawan-karyawan  
senior tersebut karena adanya sistem kekeluargaan dalam perusahaan ini.

* + - 1. *Service*

Meskipun Sidola Computer Centre memiliki pelayanan yang sangat baik terhadap customer, pihak perusahaan beberapa kali mengalami konflik dengan supplier-nya. Hal tersebut disebabkan oleh adanya penetapan harga dari pihak supplier yang dapat berubah sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada pihak perusahaan. Pihak perusahaan juga tidak memiliki ketentuan yang mengikat pihak supplier untuk memberikan pembaharuan harga secara berkala. Oleh karena itu, sering terjadi kesalahpahaman antara keduanya. Dampak dari masalah ini adalah  
perusahaan berkemungkinan kehilangan supplier yang telah dimilikinya dan  
berakibat pada berkurangnya barang-barang yang dibutuhkan oleh customer, baik secara kuantitas maupun secara kualitas. Apabila hal ini terus berlangsung, pihak perusahaan ini juga akan kehilangan para customer yang mereka miliki karena kepuasan customer tidak lagi terpenuhi oleh barang-barang ataupun jasa yang disediakan oleh pihak perusahaan.

**2.2 *Technology* *Opportunity***

Analisis terhadap kondisi dan kekurangan operasional Sidola *Computer Center* memberikan berbagai peluang besar untuk mengembangkan sistem yang ada terutama dengan menggunakan teknologi.

Sidola Computer Centre bergerak di bidang teknologi. Tentu hal ini menjadi  
peluang bagi pihak perusahaan untuk mengembangkan sistem yang telah mereka  
miliki saat ini, khususnya dalam sistem informasi. Dengan adanya teknologi ini,  
permasalahan pada basis data perusahaan dapat diminimalisir. Basis data yang  
dimiliki perusahaan dapat dibuat lebih sederhana untuk diakses para karyawan.  
Selain itu, perusahaan ini juga dapat memberikan pelatihan dan sosialisasi terkait  
dengan penggunaan basis data bagi para karyawan. Dengan memanfaatkan  
teknologi ini, perusahaan ini juga mampu menanggulangi permasalahan sistem  
pengawasan alur proses bisnis perusahaan. Peluang ini juga memiliki dampak bagi perusahaan yaitu apabila jaringan computer dalam perusahaan ini terjadi masalah, seluruh basis data tersebut tidak dapat diakses. Oleh karena itu, pihak perusahaan juga harus menyediakan teknisi yang mampu menjaga jaringan komputer yang dimiliki oleh perusahaan.

Sidola Computer Centre juga memiliki peluang yang cukup besar pada  
bagian alur informasi karena perusahaan telah memiliki sistem basis datayang terintegerasi. Selain itu peluang yang dimiliki oleh perusahaan ini  
adalah pihak perusahaan memiliki departemen training yang mampu  
mengadakan pelatihan terkait dengan basis data.

# Tujuan Proposal *Project*

Tujuan dari proyek in adalah untuk memperbaiki kinerja Sidola *Computer Center*, khususnya layanan penjualan dan purna jual produk komputer. Layanan penjualan dan purna jual yang akan dibuat berkonsep *one-door service* berbasis web. Web yang akan dibuat memiliki tampilan yang mudah dimengerti oleh pengguna dalam mengakses informasi mengenai produk dan layanan Sidola.

# Ruang Lingkup Proposal *Project*

Proyek ini mengembangkan layanan penjualan dan purna jual yang sudah disediakan Sidola *Computer Center*. Sistem ini berbasis web, dimana pelanggan dapat:

1. mendapatkan informasi tentang spesifikasi produk dan layanan yang Sidola Co*mputer Center* tawarkan,
2. menemukan solusi-solusi yang direkomendasikan untuk permasalahan teknis yang umum dialami,
3. menghubungi *customer service* tiap saat (24 jam setiap hari), dan
4. mengelola akun pelanggan yang berisi detil produk dan layanan yang pernah dibeli.

# Hasil yang diharapkan dari Proposal *Project*

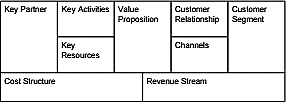
Diharapkan proyek yang tertera di dalam proposal ini mampu meningkatkan kualitas layanan yang Sidola *Computer Center* tawarkan bagi pelanggannya melalui pemanfaatan teknologi dan hubungan baik yang sudah terjalin. Dengan demikian, Sidola dapat meningkatkan *customer retention*-nya dan bahkan memperluas *customer base*-nya sehingga menjadi perusahaan yang memberikan layanan penjualan dan purna jual TI terbaik di Pulau Jawa.

# Metodologi

Proyek ini memanfaatkan metodologi *Service Engineering* dengan pendekatan *Service Oriented Architecture*. *Service Engineering* memberikan sebuah disiplin dalam menggunakan model dan teknik untuk memandu pemahaman, struktur, implementasi, penyebaran, dokumentasi, operasi, pemeliharaan, dan modifikasi layanan elektronik. Proyek ini menggunakan pendekatan *Service Oriented Architecture* (SOA). Terdapat tiga konteks utama dalam *Service Engineering*, yakni sebagai desain sistematik dan pengembangan, sebagai fungsi organisasional, serta sebagai konteks dari sumber daya manusia.

Selain itu, proyek ini menggunakan dua kerangka kerja, yaitu *New Service Development* (NSD) yang turut memanfaatkan kombinasi dari berbagai macam alat untuk melakukan analisis manajemen, diantaranya *Feasibility Study*, *Socio Techno-Economical Analysis*, *Environmental Scanning*, *Trend Analysis*, BCG *Matrix*, dan *Quality Function Development* (QFD). NSD mendefinisikan *Service Design* sebagai dua tahapan, yaitu tahapan pemodelan layanan dan tahapan implementasi layanan. Tahap pemodelan terdiri dari empat bagian, yaitu *product model*, *process model*, *resource model*, dan *marketing concept*. Secara garis besar, NSD memiliki lima tahapan utama, yaitu, *service identification*, *service value net formation*, *service modeling*, *service implementation*, dan *service commercialization*.

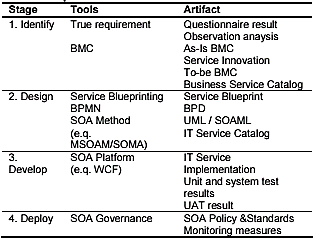
Tahapan pada *service engineering* terdiri dari identifikasi, desain, pengembangan, dan penyebaran/*deployment*. Pada tahapan identifikasi, alat yang digunakkan adalah *Business Model Canva*s (BMC) untuk menganalisis dan melakukan pemodelan untuk mengidentifikasi komponen-komponen yang memiliki potensial tinggi untuk meningkatkan nilai bagi konsumen. Pada BMC, tedapat sembilan segmen, yaitu, *key partner*, *key activities*, *key resources*, *value proposition*, *customer relationship*, *channels*, *customer segment*, *cost structure*, dan *revenue stream*.



Gambar 4 Business Model Canvas (BMC)

Pada tahapan desain, proyek ini menggunakan pendekatan metodologi *Service Oriented Architecture* (SOA), yaitu, IBM’s SOMA. Metodologi ini terdiri dari enam tahapan utama, yaitu, *business transformation analysis*, *identification*, *specification*, *realization*, *implementation*, dan *deployment-monitoring*.

Pada tahapan pengembangan akan dilakukan beberapa pengujian pada sistem menggunakan *unit test* dan *system test*. Sebelum melanjutkan ke tahapan penyebaran / *deployment stage*, *user acceptance test* harus dilakukan untuk mengkonfirmasi bahwa hasil dari pengembagan, analisis, dan desain sesuai dengan sistem layanan yang dibutuhkan oleh kebutuhan pengguna. Setelah pengujian berhasil, maka hasil jadinya dapat disebarkan dan dilakukan pemantauan apda sistem. Apabila masih ada bagian dari hasil pengujian yang belum sesuai dengan kebutuhan pengguna, maka proses analisis harus diulang kembali. Secara keseluruhan, berikut ini adalah gambaran umum dari metodologi yang digunakan dalam proyek ini.



Gambar 5 Metodologi SOMA (IBM)

# Rencana Kerja

Berikut ini adalah rencana kerja pembuatan layanan.

Tabel 2 Rencana Kerja Pembuatan Layanan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Bagian** | **Kegiatan** | **Waktu** |
| 1 | Identifikasi | Membuat spesifikasi layanan | 12 - 16 September 2017 |
| 2 | Menyusun kebutuhan sesuai spesifikasi | 19 - 30 September 2017 |
| 3 | Analisis & Desain | Melakukan analisis terhadap layanan yang akan dibuat | 2 - 6 Oktober 2017 |
| 4 | Membuat desain dari analisis yang akan dibuat | 9 - 13 Oktober 2017 |
| 5 | Laporan Prototipe | Pembuatan prototipe dari layanan yang diajukan | 16 - 27 Oktober 2017 |
| 6 | Pembuatan laporan dari prototipe yang sudah dibuat | 2 - 5 November 2017 |

# Referensi

*Service Engineering Based on SOA Methodology* - Suhardi, Robin Doss, Purnomo Yustianto