

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Pada umumnya jasa usaha laundry yang ada adalah usaha rumahan, sehingga pengelolaannya dilakukan secara manual dan sederhana, yang artinya setiap ada konsumen datang di bagian penerimaan barang, dibuatkan kwitansi pembayaran jasa laundry dengan cara manual. Dengan sistem manual, tingkat layanan tergantung pada individu dan ini menempatkan persyaratan pada manajemen untuk menjalankan pelatihan secara terus menerus agar staf tetap termotivasi dan memastikan mereka mengikuti prosedur yang benar. Dengan sistem manual atau sebagian otomatis, informasi harus ditulis dan disalin atau dimasukkan lebih dari satu kali. Sistemisasi dapat mengurangi jumlah duplikasi entri data. Dampak lain dari sistem manual adalah pada layanan Pelanggan. Pertanyaan pelanggan mungkin sulit untuk ditanggapi karena informasi disimpan di tempat yang berbeda dan bahkan mungkin mengharuskan ditemukan orang yang tepat sebelum dapat menjawab. Ini tidak baik jika mereka keluar untuk makan siang atau hanya bekerja paruh waktu. Mendata pakaian yang masuk dan keluar laundry maupun mendata pelanggan yang akan menggunakan jasa laundry secara tepat waktu. Diperlukan aplikasi yang bisa menghasilkan sistem yang efisien yaitu bahwa pengusaha laundry bisa melakukan aktivitas bisnisnya dengan lebih singkat. Pengelolaan laba rugi dalam manajemen keuangan pada laundry yang biasanya ditulis dalam sebuah buku dan dihitung secara manual dapat diatasi dengan menggunakan sistem yang dapat mempermudah pengolahan serta rekapitulasi laporan keuangan.

Badan Pusat Statistik menyebutkan bahwa jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2020 sudah mencapai 272,1 juta jiwa [1]. Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa tersebut, 64% dari jumlah tersebut atau setara dengan 174,1 juta jiwa sudah menggunakan internet [2]. Indonesia berada di peringkat ketiga dengan pertumbuhan populasi yang mengakses internet sebesar 17% dalam satu tahun terakhir. Angka ini sama dengan 25,3 juta pengakses internet baru dalam setahun. Indonesia merupakan negara dengan adopsi ( pengguna ) e-commerce terbesar didunia. Angkanya mencapai 88% dari seluruh pengguna internet yang ada di Indonesia [3]. Saat ini pertumbuhan startup di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat, setiap waktu selalu bermunculan startup baru. Maka dapat dibayangkan perkembangan kedepannya. Faktor lain adalah daya beli masyarakat Indonesia yang semakin meningkat dengan naiknya pendapatan perkapita masyarakat Indonesia menjadikan potensi dan peluang berdirinya startup bertumbuh subur. Berkembangnya media

gawai bergerak dan smartphone menjadikan pasar perangkat bergerak game dan social game menjadi semakin luas. Sementara dalam hal aplikasi bergerak untuk perdagangan e-commerce masih memiliki tantangan dalam hal kemudahan pembayaran dan tingkat keamanan data yang masih perlu menjadi perhatian para pengembang aplikasi. Justru yang bertumbuh pesat adalah aplikasi konten informasi atau berita yang bertumbuh pesat seiring kebiasaan masyarakat menggunakan media sosial. Ditambah lagi pada masa pandemi seperti saat ini, banyak orang yang malas untuk bepergian keluar rumah guna menghindari terkontaminasi dengan paparan virus *covid-19* atau yang lebih sering dikenal dengan virus corona. Bahkan semenjak masa pandemi, banyak aktivitas sehari-hari yang dialihkan pengerjaannya menjadi secara online.

Berdasarkan tingginya angka pengguna internet dan pengguna e-commerce di Indonesia dan untuk mengatasi masalah diatas serta membantu mengurangi angka penyebaran virus corona, penulis bermaksud ingin membangun sebuah aplikasi penyedia jasa laundry yang bernama *KlikLaundry* sebagai topik tugas akhir. Jasa mencuci alias laundry bisa dinilai menjadi pilihan yang tepat untuk membangun sebuah bisnis baru dan mengatasi masalah yang sering dihadapi orang-orang mengenai pakaian kotor. Kebutuhan pasar akan jasa cuci baju yang cepat, mudah dan hemat terutama di kota-kota besar membuat pasar untuk bisnis laundry tidak pernah sepi. Mulai dari kalangan mahasiswa hingga eksekutif, bisnis laundry bisa masuk kedalamnya. Selain itu, kemajuan teknologi juga bisa mendorong berkembangnya bisnis *KlikLaundry* ini. Dengan aplikasi *KlikLaundry* ini, semua kebutuhan mencuci dapat dengan mudah diatasi dimanapun customer berada. Hanya dengan membuka aplikasi *KlikLaundry* dan mengikuti langkah-langkah yang ada, maka setelah itu pakaian yang akan di laundry akan dijemput oleh kurir penjemputan dan akan diantar kembali setelah pakaian selesai di laundry. Aplikasi *KlikLaundry* ini nantinya juga akan memanjakan pelanggan dengan memberikan fitur layanan yang lengkap dan bervariasi, mulai dari jasa *dry cleaning*, *wet cleaning*, laundry koin, satuan sampai kiloan. Tidak hanya itu saja, *KlikLaundry* juga akan menyediakan fitur untuk pemesanan jasa servis mesin cuci, fitur *marketplace* yang berhubungan dengan kebutuhan cuci mencuci pakaian, hingga tawaran bisnis *franchise*. Melalui aplikasi ini, meskipun customer tidak mencucinya secara langsung, customer bisa percayakan pakaiannya kepada mitra jasa laundry kepercayaannya atau dengan mitra jasa laundry yang lokasinya dekat dengan customer. Aplikasi *KlikLaundry* juga dilengkapi dengan fitur layanan *tracking* status cucian, sehingga customer bisa memantau semua status dan proses cucian melalui aplikasi *KlikLaundry* dimanapun dan kapanpun.

Oleh karena itu, penulis ingin menciptakan aplikasi *KlikLaundry* dengan mengembangkan suatu sistem penjualan jasa laundry dengan menggunakan teknologi internet yang akan

memudahkan masyarakat dalam penanganan pakaian kotor maupun melakukan transaksi pemesanan layanan jasa laundry ataupun hanya sekedar untuk mengetahui layanan jasa apa saja yang tersedia pada aplikasi *KlikLaundry* maupun barang-barang yang tersedia pada fitur *marketplace* yang ada. *KlikLaundry* merupakan penyedia aplikasi yang bisa membantu pelaku bisnis untuk memasarkan usaha bisnis yang dimiliki para wirausahawan seperti bisnis laundry, jasa servis mesin cuci, *marketplace*, dan juga menyediakan fitur layanan *franchise* bagi calon wirausahawan yang ingin bekerjasama dengan *KlikLaundry* dalam membangun usaha yang hendak ingin dibangunnya. Melalui aplikasi ini diharapkan dapat membantu para pebisnis dalam menawarkan layanan jasa miliknya melalui internet yang merupakan salah satu peluang untuk memanfaatkan perkembangan teknologi yang sedang pesat saat ini guna meningkatkan kegiatan bisnis yang akan terjadi. *KlikLaundry* juga didukung oleh teknologi *online* yang memberikan kemudahan bagi para pelanggannya dan mitra dengan menggunakan *mobile app* yang tersedia di *Play Store* dan *App Store*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Susahnya menemukan penyedia layanan jasa laundry terdekat.
2. Kendala dalam penjemputan dan pengantaran barang.
3. Susahnya mengetahui status dari cucian yang sedang dikerjakan.
4. Susahnya untuk menemukan penyedia layanan jasa servis mesin cuci.
5. Susahnya menemukan kebutuhan untuk kegiatan cuci mencuci pakaian
6. Adanya beberapa kendala dalam penggunaan aplikasi.
7. Kesulitan menentukan alamat karena tidak tahu alamat secara detail.
8. Kurangnya pengetahuan dan kesadaran terhadap perencanaan strategi digital sehingga mengakibatkan usaha laundry tradisional dan jasa servis mesin cuci tradisional belum memahami pentingnya strategi digital untuk memasuki lingkungan bisnis yang kompetitif agar dapat bersaing dengan penyedia jasa dibidang laundry online maupun jasa servis mesin cuci online.

## 1.3 Ruang Lingkup

Tugas akhir ini akan membuat sebuah rencana bisnis yang dibutuhkan untuk mengembangkan sebuah *startup* layanan penyedia jasa laundry yang diberi nama “Klik Laundry”, dimana *startup* baru ini menyediakan fitur-fitur sebagai berikut :

1. Fitur “Laundry” akan memberi kemudahan bagi customer untuk mencari dan melakukan pemesanan layanan jasa kaundry.
2. Pada tahap akhir pemesanan layanan jasa laundry melalui fitur “Laundry”, akan diberikan layanan untuk pemilihan metode penjemputan dan pengantaran pakaian yang akan hendak di laundry.
3. Memudahkan customer memantau status barang laundryannya yang di *update* oleh pemilik laundry melalui fitur *controlling* pada menu *history* guna untuk mengetahui apakah pakaian miliknya sudah dilakukan pengerjaan atau belum ketika sudah sampai ditempat laundry, sehingga customer dapat menilai keefektifan kinerja dari gerai laundry tersebut.
4. Tidak hanya untuk melakukan pemesanan layanan jasa laundry, customer juga bisa menggunakan aplikasi *KlikLaundry* untuk melakukan pemesanan layanan jasa servis mesin cuci melalui fitur “Jasa”.
5. Selain untuk melakukan pemesanan layanan jasa laundry dan servis mesin cuci, customer juga bisa melakukan pembelian kebutuhan yang berhubungan dengan laundry seperti detergen, pewangi, alat setrika, mesin cuci, dan lain-lain melalui fitur *Marketplace*.
6. Customer bisa memecahkan kendala yang dialami dalam penggunaan aplikasi *KlikLaundry* melalui fitur pusat bantuan yang memberikan layanan *FAQ* dan *Live Chat*.
7. Tersedianya fitur *live map* yang bisa membantu memudahkan customer dalam mencari penyedia layanan jasa laundry terdekat ataupun menentukan lokasi penjemputan tanpa harus melakukan pencarian.
8. Sebagai penyedia aplikasi pemesanan jasa secara online yang bisa digunakan oleh semua penyedia jasa laundry dan servis mesin cuci tradisional, kehadiran *KlikLauandry* diharapkan dapat membantu para pelaku usaha laundry dan penyedia jasa servis mesin cuci tradisional dapat membantu mereka untuk mengalihkan bisnis mereka menjadi berbasis online guna untuk dapat bersaing dengan pelaku usaha laundry online dan jasa servis mesin cuci online lainnya dan juga bisa meningkatkan *income* yang bisa mereka peroleh.

#### 1.4 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari skripsi ini yaitu membuat perencanaan bisnis untuk *startup* layanan penyedia jasa laundry untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan pemesanan layanan jasa laundry yang juga dilengkapi dengan fitur pemesanan layanan jasa servis mesin. *marketplace*, hingga

fitur *franchise* sert dilengkapi dengan beberapa fitur tambahan lainnya guna untuk menambah nilai manfaat dari aplikasi *KlikLaundry* yang akan dibangun.

Manfaat dari tugas akhir ini adalah perencanaan bisnis yang akan dibuat ini dapat dijadikan sebagai panduan untuk mengembangkan *startup* “KlikLaundry”, dimana jika “KlikLaundry” sudah terbentuk maka :

1. Untuk membantu dan memudahkan customer dalam melakukan pemesanan layanan jasa laundry dan servis mesin cuci, pembelian kebutuhan laundry, hingga pembukaan bisnis *franchise* dibidang laundry.
2. Untuk membantu para pelaku usaha laundry dan *online shop* serta penyedia jasa servis mesin cuci untuk terhubung dengan calon customernya serta memasarkan produk dan layanan mereka secara digital.
3. Melakukan hubungan kerjasama antar beberapa pelaku bisnis sekaligus seperti penyedia layanan jasa laundry, transportasi online, *online shop*, hingga jasa ekspedisi guna mendukung kelancaran pelayanan yang diberikan oleh *KlikLaundry* namun tetap memberikan keuntungan tersendiri bagi para setiap pelaku bisnis yg dilakukan hubungan kerjasama.
4. Membuka lapangan pekerjaan baru untuk memenuhi kebutuhan karyawan yang dibutuhkan untuk membangun dan menjalankan kegiatan bisnis dari aplikasi *KlikLaundry* yang akan dibangun.

### 1.5 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang dipakai adalah kualitatif, dengan metode ini penulis dapat membuat perencanaan strategi digital pada *KlikLaundry*. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek ilmiah, dimana peneliti merupakan instrumen kunci (Sugiyono, 2005). Perbedaannya dengan penelitian kuantitatif adalah penelitian ini berangkat dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjas dan berakhir dengan sebuah teori.

Creswell (Herdiansyah, 2018:8) menyebutkan: “Penelitian kualitatif adalah proses penyelidikan pemahaman berdasarkan tradisi metodologi penyelidikan yang berbeda yang mengeksplorasi masalah sosial atau manusia. Peneliti membangun gambaran yang kompleks, menganalisis kata-kata, melaporkan tampilan detail informasi, dan melakukan penelitian dalam lingkungan alami”. Meleong, mendefenisikan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah, yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara ilmiah dengan mendapatkan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti

dengan fenomena yang diteliti (Herdiansyah, 2019:9).

Secara umum, penelitian kualitatif merupakan sebuah metode yang menekankan pada aspek pemahaman lebih mendalam terhadap suatu masalah daripada melihat sebuah permasalahan. Penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian riset yang sifatnya deskripsi, cenderung menggunakan analisis dan lebih menampakkan proses maknanya.

Tahapan-tahapan didalam pembuatan rencana bisnis di tugas akhir ini meliputi:

1. Deskripsi Bisnis

Pada tahap ini akan dijabarkan penjelasan layanan Klik Laundry, fitur-fitur yang akan disediakan, latar belakang industri dan legalitas perusahaan, analisis SWOT perusahaan, serta target dan tujuan perusahaan.

2. Rencana dan Strategi Pemasaran

Pada tahap ini akan dijabarkan target pasar dan pelanggan KlikLaundry, penjelasan kompetitor dan *marketshare*, strategi penetapan harga layanan KlikLaundry, serta strategi promosi dan distribusi yang akan dijelaskan dengan model *4S web Marketing Mix*.

3. Pengerjaan dan Dukungan

Pada tahap ini akan dijabarkan target kualitas, kebutuhan teknologi, dukungan layanan, dan kebutuhan operasional dari KlikLaundry.

4. Tim Manajemen

Pada tahap ini akan dijelaskan keahlian dan keunggulan yang dimiliki KlikLaundry, struktur organisasi, dan pengurusan hak intelektual KlikLaundry.

5. Rencana Finansial dan Proyeksi

Pada tahap ini akan dibuat proyeksi pendapatan dan neraca keuangan KlikLaundry, arus kas, analisis rasio keuangan, serta kebutuhan dan sumber pendanaan bagi Klik Laundry.

6. Resiko dan Kesempatan

Pada tahap ini akan dibahas kemungkinan masalah dan resiko yang akan terjadi, serta kesempatan yang dapat dimanfaatkan.

### 1.5.1 Metode Perencanaan Digital

Metode penelitian ini dilakukan dengan mengacu pada pendekatan metode *Peppard & Ward 2016*. Dimana pendekatan metodologi versi *Peppard & Ward* ini dimulai dari analisis kondisi bisnis dan investasi SI/TI yang sudah berjalan yang dinilai kurang efektif, lalu menganalisis kondisi bisnis eksternal sehingga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif *KlikLaundry*. Metode ini memiliki tiga tahapan utama yaitu

*input*, *process*, dan *output*. Tahap *input* terdiri dari analisis lingkungan bisnis internal, analisis lingkungan bisnis eksternal, analisis lingkungan SI/TI internal, dan analisis lingkungan SI/TI eksternal.

Pada tahapan *process* dilakukan analisis terhadap data dari tahapan sebelumnya (*input*). Pada tahap ini dilakukan perumusan klasifikasi strategi bisnis I, klasifikasi strategi TI dan klasifikasi strategi manajemen SI/TI. Adapaun *tools* yang akan digunakan pada tahap *process* yaitu: analisis *Critical Success Factors* (CSF), analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Opprtunities, Threats*), analisis *value chain*, analisis BMC (*Business Model Canvas*), analisis PESTEL (*Politic, Economic, Sociological, Technological, Environment, dan Legal*), analisis *Porter's Five Competitive Forces*, *Mc Farlan Strategy Grid*, dan tren teknologi.

*Tools* atau alat-alat analisis tadi akan digunakan pada perumusan strategi SI untuk mengolah data dari tahap *input* serta untuk menentukan tujuan strategi bisnis. Kemudian akan ditentukan kebutuhan SI serta investasi SI/TI dari setiap tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu juga dilakukan perumusan strategi TI yang melakukan analisis terhadap usaha pemenuhan kebutuhan SI. Diantaranya adalah menentukan prioritas implementasi dan perencanaan implementasi investasi SI/TI, dan terakhir ada perumusan strategi manajemen SI/TI yang merupakan implikasi terhadap perusahaan untuk mendukung berjalannya strategi SI/TI.

Tahap terakhir *output* merupakan hasil dokumentasi dari strategi digital yang telah dibuat. Dokumen-dokumen tersebut yaitu berupa dokumen strategi SI, dokumen strategi TI, dan dokumen strategi manajemen SI/TI.

### 1.5.2.1 Tahapan Masukan (Input Phase)

Pada tahapan masukan penulis melakukan pencarian informasi terkait hal-hal yang berhubungan dengan penelitian. Penulis akan menggunakan metode studi pustaka. Sesusai dengan metode *Pepard & Ward* (2016), berikut area pada tahapan masukan.

#### a. Analisis Lingkungan Bisnis Internal

Analisis lingkungan bisnis internal dari *KlikLaundry* dilakukan untuk mengetahui kondisi bisnis yang akan dijalankan dan strategi bisnis yang akan diterapkan, analisis ini dapat dilihat dari visi dan misi perusahaan, sumber daya yang dimiliki dan yang akan digunakan, serta informasi yang dibutuhkan perusahaan. Terdapat beberapa teknik analisis lingkungan bisnis internal, untuk penelitian ini

penulis menggunakan 4 teknik karena dengan menggunakan teknik tersebut ada *startup KlikLaundry* sudah dapat menggambarkan bisnis *KlikLaundry*.

Teknik pertama adalah analisis *Critical Success Factor* (CSF), CSF merupakan sebuah metode analisis dengan mempertimbangkan beberapa hal yang kritis didalam lingkungan perusahaan untuk mendefinisikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan dan kesuksesan perusahaan atau organisasi dan dapat ditentukan jika objektif organisasi telah diidentifikasi. Analisis CSF memberikan gambaran pada perusahaan tentang aspek-aspek kritis apa saja disetiap aktivitas dan proses bisnis perusahaan yang mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mencapai visi dan misi serta keberhasilan bisnisnya. Tujuan dari CSF adalah menginterpretasikan objektif secara lebih jelas untuk menentukan aktivitas yang harus dilakukan dan informasi apa yang dibutuhkan, dengan analisis ini dapat diketahui kebutuhan informasi perusahaan sehingga penerapan sistem informasi dapat diselaraskan dengan tujuan *KlikLaundry* melalui ares bisnis yang kritis (Peppard & ward,2016).

Teknik kedua adalah analisis SWOT. SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itu lah yang membentuk akronim SWOT. SWOT akan lebih baik dibahas dengan tabel yang dibuat dengan kertas besar, sehingga dapat dianalisis dengan baik hubungan dari setiap aspek (Peppard & Ward, 2016). Analisis dilakukan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan perusahaan sejenis lainnya, mengetahui kekurangan perusahaan, serta ancaman dan peluang yang juga dihadapi dan dimiliki perusahaan. Dengan keempat indikator tersebut maka perusahaan akan mendapatkan gambaran dan arah yang jelas akan seperti apa perusahaan berjalan kedepannya dengan strategi yang ada dan dengan strategi baru yang akan diterapkan demi memenangkan persaingan dalam industri *startup*.

Teknik ketiga yang digunakan adalah analisis *value chain* atau rantai pasok. Analisis ini digunakan untuk menganalisis aktivitas yang berkaitan dengan proses bisnis perusahaan. Aktivitas pada *value chain* dibagi menjadi dua aktivitas yaitu aktivitas utama dan aktivitas pendukung.

Teknik keempat yang digunakan adalah analisis BMC (*Business Model Canvas*). Analisis ini terdiri dari 9 pilar utama yang merangkum proses bisnis mulai



dari *value* perusahaan, segmen pelanggan, hingga struktur finansial. Dengan kesembilan blok tersebut, sebenarnya kita sudah bisa memvalidasi apakah suatu ide bisnis itu potensial atau tidak.

#### **b. Analisis Lingkungan Bisnis Eksternal**

Analisis lingkungan bisnis eksternal digunakan untuk mengetahui keadaan dan kondisi lingkungan luar perusahaan yang berpengaruh pada perkembangan dan jalannya perusahaan. Penulis menggunakan dua teknik untuk melakukan analisis ini karena dengan menggunakan dua tersebut sudah dapat menggambarkan bisnis eksternal *KlikLaundry*.

Teknik pertama yaitu analisis PESTEL. Analisis tersebut penulis lakukan untuk melihat kondisi politik di wilayah dimana perusahaan akan didirikan, kondisi ekonomi yang dapat mempengaruhi berjalannya aktivitas perusahaan, kondisi sosial, masyarakat pengguna produk perusahaan, teknologi yang berkembang yang dapat mempengaruhi keunggulan perusahaan, hukum-hukum yang berkaitan dengan *startup* di Indonesia, dan lingkungan yang mempengaruhi proses bisnis perusahaan.

Teknik kedua dalam analisis lingkungan bisnis eksternal yaitu penggunaan teknik analisis *Porter's Five Forces*. Analisis ini dapat membantu perusahaan untuk melihat dan menghadapi persaingan dengan perusahaan lain baik perusahaan lama atau pendatang baru, kemungkinan pelanggan beralih menggunakan layanan lain, serta kemungkinan turun naiknya harga dengan adanya tawar-menawar yang mungkin akan terjadi.

#### **c. Analisis Lingkungan SI/TI Internal**

Analisis ini akan menyediakan informasi yang telah menyeluruh tentang lingkungan internal SI/TI *KlikLaundry* yang akan diterapkan yang dapat digunakan sebagai salah satu bentuk masukan dalam proses strategi SI/TI. Analisis lingkungan internal SI/TI dilakukan untuk mengetahui pandangan secara SI/TI terhadap bisnis yang akan didirikan, cakupan bisnis dan kontribusinya terhadap pasar, kemampuan

perusahaan, sumber daya dalam perusahaan dan infrastruktur teknologi yang akan digunakan.

Teknik yang digunakan dalam analisis ini adalah *Mc Farlan Strategy Grid*. Dengan menggunakan teknik ini perusahaan dapat mengetahui pemetaan aplikasi yang digunakan beserta pengaruh aplikasi tersebut kepada kesuksesan dan proses bisnis perusahaan.

#### d. Analisis Lingkungan SI/TI Eksternal

Analisis ini digunakan untuk mendapatkan pemahaman tentang keadaan dan perkembangan SI/TI diluar lingkungan *KlikLaundry* yang memberikan dampak dan pengaruh bagi perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung berdasarkan tren teknologi digital saat ini. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk mendapatkan pengetahuan tentang peluang untuk mengimplementasikan teknologi yang termutakhir namun juga dapat berupa peluang untuk menggunakan teknologi yang sudah ada dengan cara yang lebih efisien dan tepat dalam penggunaannya atau peluang untuk menggunakan teknologi dengan cara lain yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya.

Bagian dari analisis ini meliputi pengetahuan tentang SI/TI yang digunakan oleh pihak eksternal seperti pesaing atau perusahaan-perusahaan lain yang memiliki hubungan dan mempengaruhi bisnis perusahaan. Salah satu aspek dari analisis ini adalah untuk mengkategorikan elemen-elemen yang potensial dan berharga dari teknologi untuk dapat dievaluasi dan dimanfaatkan oleh perusahaan. Inti dari analisis ini adalah untuk dapat menyediakan informasi yang menyeluruh tentang lingkungan eksternal SI/TI untuk digunakan sebagai salah satu bentuk masukan dalam proses perencanaan strategi digital.

#### 1.5.2.2 Tahapan Proses (Process Phase)

Setelah mendapatkan gambaran situasi lingkungan bisnis serta lingkungan SI/TI *KlikLaundry*, pada tahap ini peneliti melakukan proses analisis terhadap masukan-masukan dari setiap lingkungan yang sudah didapat. Pada tahap ini melakukan perumusan dari setiap keluaran yang akan dihasilkan, yaitu rumusan strategi bisnis SI, rumusan strategi TI dan rumusan strategi manajemen SI/TI.

### 1.5.2.3 Tahapan Keluaran (Output Phase)

Pada tahap ini merupakan tahap akhir dari alur proses perumusan dan perencanaan strategi digital. Pada tahap ini dilakukan pendokumentasian hasil dari keseluruhan tahap proses yang secara teori. Tahapan keluaran penelitian ini menghasilkan strategi bisnis sistem informasi, strategi teknologi informasi dan strategi manajemen SI/TI. Pada dokumen Strategi Sistem Informasi terdiri pemetaan kebutuhan SI dan Usulan Investasi SI/TI., dan dari keduanya dapat menghasilkan *Future Application Portfolio*. Pada dokumen strategi teknologi informasi terdiri dari usulan jaringan yang dapat digunakan oleh *KlikLaundry*. Pada dokumen strategi manajemen SI/TI terdiri dari usulan struktur organisasi, rekomendasi kegiatan, dan *Roadmap* implementasi manajemen SI/TI.



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL