

Bab I

Pendahuluan

I.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman, banyak perusahaan yang memanfaatkan Teknologi Informasi (TI) sebagai alat komunikasi untuk mengefisiensi waktu dan biaya. Dengan adanya TI dapat membantu pekerjaan sebuah perusahaan menjadi lebih cepat dan menghemat biaya, sehingga teknologi sangat berperan penting dalam pencapaian tujuan tertentu. Dengan adanya teknologi dapat memecahkan masalah dengan mudah dan cepat. Menurut ketentuan peraturan BUMN nomor PER-03/MBU/02/2018 berisikan tentang strategis IT yang harus selaras dengan strategi bisnis. Maka dari itu peran teknologi sangat lah penting untuk diterapkan dalam sebuah perusahaan.

Perum Perhutani adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) berbentuk Perusahaan Umum (Perum) yang memiliki tugas untuk mengelola sumber daya hutan negara di pulau Jawa dan Madura. Peran strategis Perum Perhutani adalah mendukung sistem kelestarian lingkungan, sistem sosial budaya dan sistem perekonomian masyarakat perhutanan. Perum Perhutani sudah mengembangkan Teknologi Informasi (TI) berupa website yang dapat membantu mencapai strategi bisnis perusahaan. Namun website tersebut masih belum terintegrasi antara satu dengan yang lainnya. Dan khususnya pada fungsi pemasaran, website digunakan untuk menjual hasil hutan berupa kayu. Sedangkan hasil produksi hutan non kayu pada Perum Perhutani contohnya gondorukem, terpentin, madu, dan minyak kayu putih belum dilakukan penjualan secara online yang menyebabkan pembelian produk non kayu hanya dapat dilakukan oleh konsumen didalam kota. Data yang dimiliki juga masih belum terpusat. Jika seperti itu ditakutkan adanya duplikasi data sehingga data yang dimiliki akan menjadi tidak sama. Perum Perhutani juga sedang mengembangkan TI berupa ERP, aplikasi, dan website untuk lebih menyelaraskan strategi bisnis dengan TI.

Proses penjualan pada produk kayu menggunakan aplikasi berbasis website dengan sistem *hosting* yang bekerja sama dengan Telkom dengan menggunakan sistem *profit sharing* yaitu Penjualan Online Toko Perhutani (POTP). POTP dapat dilakukan secara *retail* dan kontrak. Retail adalah penjualan produk dalam jumlah satuan. Sedangkan kontrak adalah penjualan produk dalam waktu berjangka yang sesuai dengan kontrak yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Proses penjualan baik retail maupun kontrak dilakukan dalam aplikasi tanpa harus

bertatap muka. Sedangkan proses penjualan produk non kayu di Perum Perhutani dapat dilakukan secara retail dan kontrak namun belum menggunakan aplikasi. Pembelian secara retail dapat dilakukan langsung di koperasi Perum Perhutani tanpa minimal pembelian. Dan pembelian kontrak dapat dilakukan sesuai dengan kontrak yang sudah sepakati oleh kedua belah pihak sebagaimana layaknya perjanjian kontrak pada umumnya .

Perum Perhutani adalah perusahaan pengelola sumber daya hutan yang dijadikan objek kajian oleh penulis dalam perancangan Enterprise Architecture. Untuk memaksimalkan EA diperlukan framework yaitu TOGAF ADM yang terdiri dari 7 fase yaitu, *Preliminary Phase, Architecture Vision, Business Architecture, Information Sistem Architecture, Technology Architecture, Opportunities & Solution, Migration Planning*. Output yang dihasilkan pada penelitian ini berupa *blueprint* dan IT roadmap dari perancangan Enterprise Architecture yang diharapkan untuk mempermudah pencapaian tujuan pada Perum Perhutani.

Berikut hasil penjualan produk non kayu dalam negeri dan luar negeri :

Tabel I. 1 Hasil Penjualan Dalam Negeri (sumber : *Annual Report 2017*)

Penjualan Dalam Negeri	2017	2016	2015	2014	2013
Gondorukem	1,498	4,343	4,619	6,627	7,740
Terpenting	229	1,652	1,114	2,844	2,329
Minyak Kayu Putih	-	187	292	276	250

Tabel I. 2 Hasil Penjualan Luar Negeri (sumber : *Annual Report 2017*)

Penjualan Luar Negeri	2017	2016	2015	2014	2013
Gondorukem	59,105	61,743	57,355	69,424	
Terpentin	11,956	11,545	10,492	11,545	11,096
Minyak Kayu Putih	-	-	-	-	-

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana rancangan *Enterprise Architecture* dengan menggunakan TOGAF ADM pada fungsi pemasaran non kayu di Perum Perhutani?
2. Bagaimana rancangan IT *roadmap* pada perancangan Enterprise Architecture menggunakan TOGAF ADM pada fungsi pemasaran non kayudi Perum Perhutani?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Menghasilkan sebuah rancangan model berupa *blueprint Enterprise Architecture* dengan menggunakan framework TOGAF ADM pada fungsi pemasaran non kayu di Perum Perhutani.
2. Menghasilkan sebuah rancangan IT *roadmap* menggunakan TOGAF ADM pada fungsi pemasaran non kayu untuk mengembangkan teknologi di Perum Perhutani.

I.4 Batasan Penelitian

Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perancangan *Enterprise Architecture* pada fungsi SDM di Perum Perhutani.
2. Perancangan berfokus pada TOGAF ADM (*Architecture Development Method*) diantaranya, *Preliminary Phase, Architecture Vision, Business Architecture, Information System Architecture, Technology Architecture, Opportunity & Solution, dan Migration Planning*.
3. Work product yang akan dibuat terbatas pada artefak dan building blocks.
4. Artefak mencakup *catalog, matrix, dan core diagram* berdasarkan TOGAF 9.1.
5. Bahasa yang digunakan adalah BPMN dan EAP (menggunakan aplikasi modelio).

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat pada penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis
 - Untuk menerapkan ilmu yang penulis terima selama kuliah.
 - Untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam penerapan teori-teori yang sudah dipelajari.
2. Bagi Universitas

Hasil penelitian diharapkan dapat membantu sebagai refensi proposal Tugas Akhir yang berkaitan dengan perancangan *Enterprise Architecture* dalam fungsi pemasaran.
3. Bagi Perusahaan
 - Memberikan usulan berupa *blueprint dan IT Roadmap* untuk meningkatkan fungsi pemasaran di Perum Perhutani.
 - Memberikan referensi tentang keselarasan proses bisnis dengan teknologi untuk pengembangan arsitektur TI pada fungsi pemasaran di Perum Perhutani.

I.6 Sistematika Pelaporan

Sistematika laporan yang dibentuk dalam penyusunan proposal ini adalah :

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan tentang topik penelitian yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, sistematika pelaporan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini membahas mengenai teori-teori yang sesuai dengan permasalahan yang di teliti dan membahas mengenai penelitian terdahulu yang memiliki kaitan dengan penelitian yang sedang berlangsung sebagai acuan dalam penelitian ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini menjelaskan mengenai langkah-langkah penelitian secara rinci yang menggambarkan apa saja yang dilakukan pada saat penelitian dari fase persiapan hingga fase terakhir.

Bab IV Persiapan dan Identifikasi

Pada bab ini terdiri dari dua fase yaitu fase persiapan dan fase identifikasi. Fase persiapan menjelaskan tentang kebutuhan data, dan fase identifikasi menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, gambaran umum organisasi, visi dan misi organisasi, rencana strategi, struktur organisasi, identifikasi bisnis, identifikasi data, tujuan perusahaan, nilai perusahaan, rencana kerja dan anggaran, identifikasi aplikasi, dan bisnis proses utama.

Bab V Perancangan dan Analisis

Pada bab ini menjelaskan mengenai analisis fungsi pemasaran eksisting dan perancangan arsitektur target fungsi pemasaran Perum Perhutani.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian tugas akhir dan saran yang diberikan untuk perbaikan pada penelitian selanjutnya.