

PERANCANGAN *ENTERPRISE ARCHITECTURE* YOGYA GROUP PADA FUNGSI SALES DAN MARKETING MENGGUNAKAN TOGAF ADM

DESIGN OF ENTERPRISE ARCHITECTURE YOGYA GROUP FUNCTION SALES AND MARKETING USING TOGAF ADM

Ahmad Fakhri Rizaldi¹, Rd Rohmad Saedudin, S.T. MT.²,Berliana Maulidya Izzati,S.KOM.,M.KOM³

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

¹ahmadfakhririzaldi@student.telkomuniversity.ac.id, ²rd.rohmadsaedudin@telkomuniversity.ac.id,

³berlianmi@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Yogya Group adalah sebuah perusahaan ritel modern asli Indonesia dengan format Supermaret dan Departement Store. Pada awal berdirinya perusahaan ini hanya menjual batik saja, akan tetapi dengan kerja keras yogya group melakukan pembenahan, keinginan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi, sehingga yang tadinya hanya toko batik berubah menjadi toko kelontong. Untuk itu demi mewujudkan sebuah toko yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia dibutuhkan pemasaran yang baik untuk memperkenalkan perusahaan ini serta penjualan yang bagus agar mereka dapat bertahan. Dari keinginan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut dibutuhkan fungsi *sales* dan *marketing* yang baik untuk menarik minat masyarakat. Dengan memanfaatkan Teknologi Informasi (TI) dan Sistem Informasi (SI) sangat dibutuhkan dalam suatu proses bisnis di perusahaan. Karena ketika suatu perusahaan dapat berkembang semakin besar maka tingkat kerumitan akan semakin tinggi juga. Salah satu tujuan penerapan *Enterprise Architecture* (EA) adalah mengorganisasikan proses bisnis dan infrastruktur teknologi informasi yang diintegrasikan dan distandarisasi tergantung kepada visi misi dan model operasional perusahaan. Untuk melakukan perancangan EA diperlukan suatu metodologi yang sesuai serta mudah digunakan, TOGAF ADM adalah metodologi yang cocok dan lengkap. Tahapan-tahapan dalam merancang *enterprise architecture* sangatlah penting karena akan berlanjut pada tahapan selanjutnya yaitu implementasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki peran *enterprise architecture* di sebuah perusahaan yang bergerak dibidang ritel khususnya pada fungsi *sales* dan *marketing*. Keuntungan dari tahapan ini nantinya akan menghasilkan suatu enterprise architecture yang bisa dijadikan perusahaan untuk mencapai tujuan strategis mereka.

Kata Kunci: Yogya Group, sales and marketing, retail, enterprise architecture, TOGAF ADM.

Abstract

Yogya Group is a modern Indonesian retail company with the format Supermaret and Department Store. At the beginning of the establishment, the company only sold batik, but with the hard work of the Yogya group, it made improvements, requests and customer needs, making what was once just a batik shop turned into a grocery store. For this reason, in order to create a store that can meet the needs of the people, Indonesia needs good marketing to introduce this company, and good sales so they can survive. From the desire to meet customer needs, a good sales and marketing function is needed to attract the interest of the community. By using Information Technology (IT) and Information Systems (SI) are needed in a business process in the company. Because the compilation of a company can develop, the higher the level of difficulty, the higher it will be. One of the goals of implementing Corporate Architecture (EA) is to organize business processes and information technology infrastructure that is integrated and standardized depending on the company's vision and mission and operational models. To do the EA design, a solution that is easy to use is needed, TOGAF ADM is a suitable and complete agreement. The stages in the completion of enterprise architecture are discussed important because they will be continued at the next stage that will be implemented. The purpose of this study is to discuss the role of corporate architecture in companies engaged in retail specifically in the sales and marketing function. The advantage of this stage will be to produce a corporate architecture that companies can use to achieve their strategic goals.

Keyword: Yogya Group, sales and marketing, retail, enterprise architecture, TOGAF ADM.

1. Pendahuluan

Pada era perkembangan digitalisasi informasi dunia usaha yang semakin pesat menyebabkan perusahaan harus menghadapi persaingan yang sangat ketat. Perkembangan perusahaan yang bergerak di bidang ritel tumbuh semakin pesat, ritel-ritel yang tumbuh pesat khususnya di Indonesia diantaranya yakni Departement Store, Factory Outlet, Boutique Outlet yang dapat kita jumpai di beberapa sudut kota. Semakin pesatnya pertumbuhan usaha ritel khususnya Departement Store akan berdampak terhadap persaingan antara retailer menjadi semakin ketat, terlihat dengan semakin banyaknya minimarket, toserba, dan Supermarket.

Yogya Group Adalah perusahaan ritel modern asli Indonesia dengan format Supermarket dan Department Store. Gerai ini menjual berbagai produk makanan, minuman dan barang kebutuhan hidup lainnya. Lebih dari 200 produk makanan dan barang kebutuhan hidup lainnya tersedia dengan harga bersaing, memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari terutama bagi masyarakat.

Proses penjualan dan pemasaran pada yogya group sendiri sudah cukup baik, hanya saja ada beberapa hal yang dapat mendukung proses bisnis perusahaan tersebut agar dapat lebih baik lagi khususnya pada fungsi sales dan marketing. Sebagai contoh dalam proses penjualan YOGYA belum memiliki system yang dapat melihat langsung persediaan barang di gudang yang membuat efisiensi waktu dalam proses penjualan menjadi sedikit terganggu. Untuk membantu dalam pemanfaatan teknologi dibidang sistem informasi di Yogya Group yaitu salah satunya dengan melakukan pendekatan yang lebih modern dengan Perancangan Enterprise Architecture. Dalam penelitian ini framework yang digunakan adalah TOGAF (The Open Group Architecture Framework) ADM (Architecture Development Method).

TOGAF ADM memiliki beberapa tahapan yang terdiri dari Fase Awal, Architecture Vision, Business Architecture, Information System Architecture, Technology Architecture, Opportunities and Solutions, Migration Planning, Implementasi Tata Kelola dan Manajemen Perubahan Arsitektur. Dalam merancang EA yang akan dibuat dalam penelitian ini hanya mencapai tahap Perencanaan Migrasi.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Enterprise Architecture

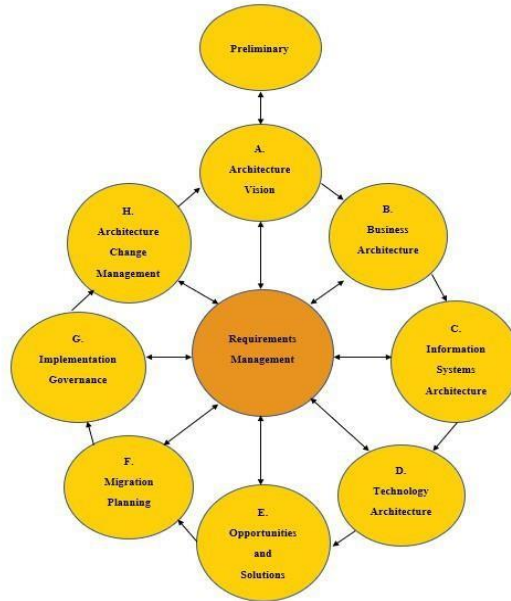
Enterprise Architecture adalah logika pengorganisasian untuk proses bisnis dan infrastruktur TI, merefleksikan integrasi dan kebutuhan standarisasi model operasi organisasi. EA memberikan suatu pandangan jangka panjang tentang proses, sistem, dan teknologi informasi sedemikian rupa sehingga proyek masing-masing dapat membangun kemampuan-tidak hanya memenuhi kebutuhan segera.

2.2 The Open Group Architecture Framework (TOGAF)

The Open Group Architecture Framework merupakan sebuah *framework* yang dikembangkan oleh *The Open Group's Architecture Framework*. Pada awalnya TOGAF digunakan oleh Departemen Pertahanan Amerika namun seiring berjalannya waktu, TOGAF mulai digunakan dalam berbagai bidang seperti industri manufaktur, perbankan dan pendidikan. TOGAF merupakan *framework* yang detail sebagai *tool* pendukung yang digunakan untuk mengembangkan arsitektur teknologi informasi pada suatu organisasi. *Framework* ini menghubungkan konsep yang menggambarkan dunia nyata ke konsep yang menggambarkan sistem informasi dan implementasinya [3]. Dapat disimpulkan bahwa *The Open Group Architecture Framework (TOGAF)* merupakan *framework* yang digunakan untuk *enterprise architecture* yang menyediakan pendekatan untuk merancang, merencanakan, mengimplementasikan dan mengatur arsitektur teknologi perusahaan.

2.3 TOGAF ADM

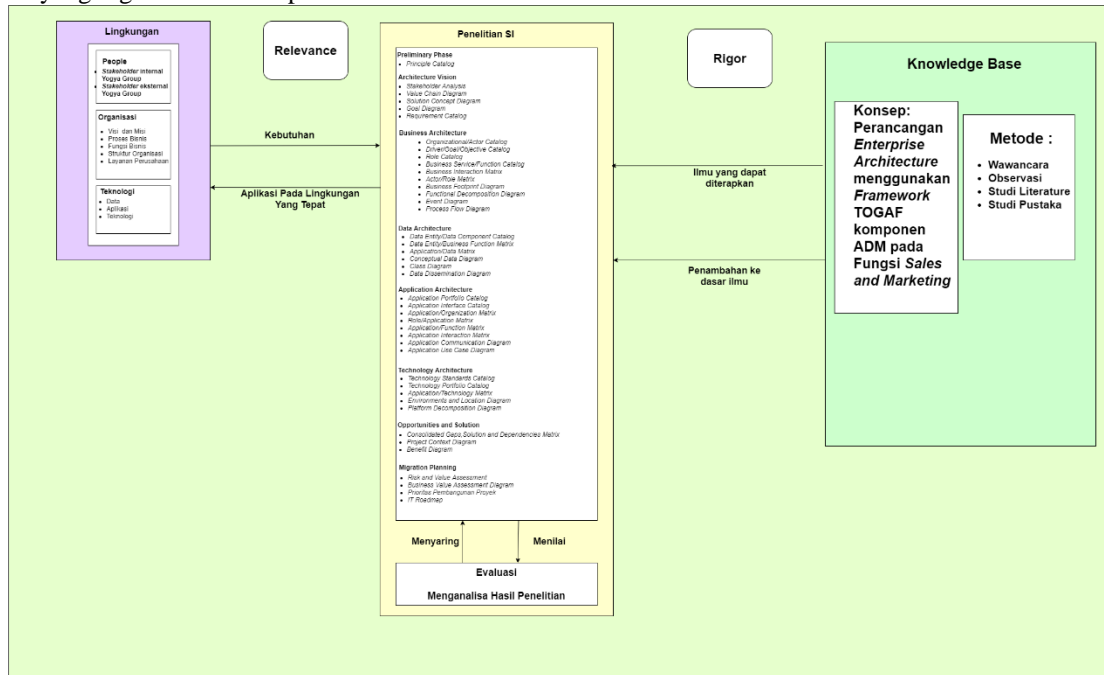
TOGAF ADM memberikan proses yang teruji dan berulang-ulang untuk menggambarkan arsitektur. Dengan siklus yang berulang-ulang ini memungkinkan organisasi untuk mengubah perusahaan mereka dengan cara terkontrol dalam menanggapi tujuan bisnis dan peluang. ADM merupakan hasil kinerja praktisi arsitektur dalam Open Group Architecture. TOGAF ADM juga menyatakan visi dan prinsip yang jelas tentang bagaimana melakukan pengembangan arsitektur enterprise, prinsip itu digunakan sebagai ukuran dalam menilai keberhasilan dari pengembangan arsitektur enterprise. Berikut tahapan – tahapan yang ada di dalam ADM diperlihatkan pada Gambar 1.



Gambar 1. TOGAF Architecture Development Method (The Open Group, 2011)

3. Metodologi Penelitian

Model Konseptual merupakan suatu desain atau rangkaian yang berisi mengenai penjabaran konsep pemecah suatu masalah yang digambarkan secara ringkas dan terstruktur Terdapat 3 elemen utama yang dapat menyusun model konseptual tersebut yaitu pada lingkungan, knowledge base dan penelitian SI. Berikut merupakan gambar model konseptual yang digunakan dalam penelitian ini :



Gambar 2. Model Konseptual

4. Pembahasan

4.1 Fase Preliminary

Fase preliminary ini merupakan fase persiapan yang digunakan untuk mendefinisikan prinsip – prinsip arsitektur menggunakan TOGAF ADM yang terdiri dari spesifikasi yaitu who, what, why dan where dari prinsip arsitektur yang telah diidentifikasi dan menghasilkan artefak *principle catalog*. Tujuan dari fase preliminary ini yaitu untuk mengetahui kapabilitas arsitektur yang sesuai dengan perusahaan. Berikut hasil artefak pada fase preliminary :

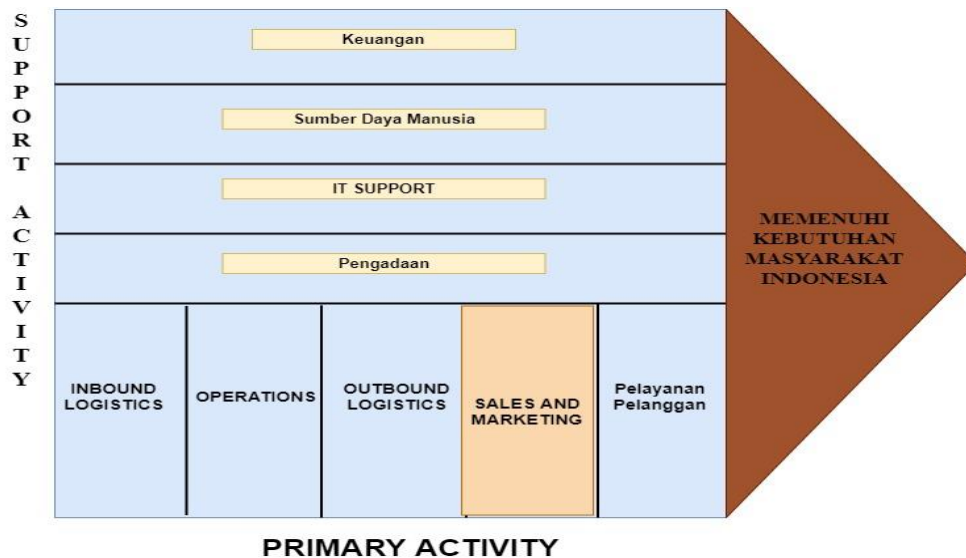
Tabel 1. *Principle Catalog*

No	Arsitektur	Prinsip	Deskripsi
1	<i>Business Architecture</i>	Unggul dalam layanan bisnis yang menyediakan produk berkualitas.	Memberikan kesejahteraan kepada karyawan, sesuai dengan peraturan daerah, memberikan insentif bagi karyawan yang bekerja lebih dari batas jam kerja, memberikan upah karyawan sesuai dengan tingkat pendidikan dan posisi, dan memberikan imbalan bagi karyawan yang masa kerjanya sudah lewat.
		Memberikan kesejahteraan kepada karyawan, sesuai dengan peraturan daerah, memberikan insentif bagi karyawan yang bekerja lebih dari batas jam kerja, memberikan upah karyawan sesuai dengan tingkat pendidikan dan posisi, dan memberikan imbalan bagi karyawan yang masa kerjanya selesai	Penyelenggaraan pelatihan kerja untuk karyawan yang perlu meningkatkan kinerja, menyediakan semacam pelatihan sertifikasi misalnya MS Office Certification
		Meningkatkan operasi penjualan dan pemasaran berbasis IT	Menerapkan teknologi dan aplikasi yang dapat mendukung proses pengelolaan dan pengoperasian penjualan dan pemasaran di perusahaan seperti survey pelanggan berbasis aplikasi, aplikasi rekap data hasil penjualan, dll
2	<i>Data Architecture</i>	Integrasi Data	Adanya integrasi data antara pengguna dengan pengguna lain untuk mendukung proses bisnis
		Aset Data	Data adalah aset penting bagi divisi <i>sales and marketing</i> yang perlu dikelola dengan baik dan dijaga kerahasiaannya
		Keamanan Data	Menjaga keamanan data agar data tidak mudah diakses
		Data dapat diakses	Data dapat diakses oleh pihak yang berkepentingan dari Yogya Group khususnya divisi <i>sales and marketing</i> khususnya untuk menjalankan fungsinya
3	<i>Application Architecture</i>	Ketersediaan Aplikasi	Adanya aplikasi atau system yang mendukung aktivitas perusahaan
		Kegunaan Aplikasi	Aplikasi yang tersedia dapat bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan
		Mengintegrasikan Aplikasi	Aplikasi yang digunakan perusahaan saling berhubungan
4	<i>Technology Architecture</i>	Keamanan Teknologi	Teknologi yang digunakan berkualitas dan aman serta pengelolaan Software dan Hardware harus bijak agar dapat melindungi dari ancaman yang dapat terjadi
		Teknologi Standar	Teknologi standar yang digunakan perusahaan harus memiliki standar

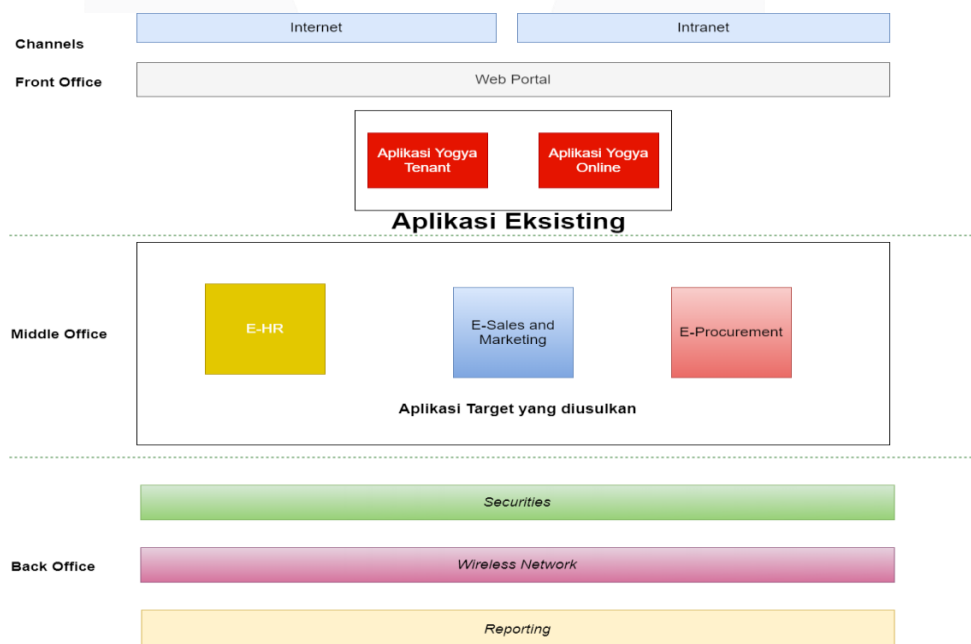
No	Arsitektur	Prinsip	Deskripsi
		Teknologi Berkelanjutan	Teknologi yang digunakan dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan proses bisnis

4.2 Fase Architecture Vision

Fase *architecture vision* ini merupakan fase inisiasi yang memiliki tujuan untuk mengetahui ruang lingkup, identifikasi *stakeholder*, identifikasi tujuan dan pendorong bisnis serta untuk menghasilkan visi arsitektur yang menyesuaikan kebutuhan perusahaan. Fase ini akan menghasilkan *value chain diagram* yang menggambarkan kumpulan aktivitas yang terdapat pada perusahaan dalam menjalankan proses bisnisnya untuk menghasilkan sebuah produk atau jasa. Pada fase ini akan menghasilkan artefak *solution concept diagram* yang menggambarkan sebuah sistem yang di usulkan untuk Yogya Group dalam merancang *enterprise architecture*. Berikut merupakan *value chain diagram* dan *solution concept diagram* yang ditunjukkan pada Gambar 3 dibawah ini.



Gambar 3. Value Chain Diagram

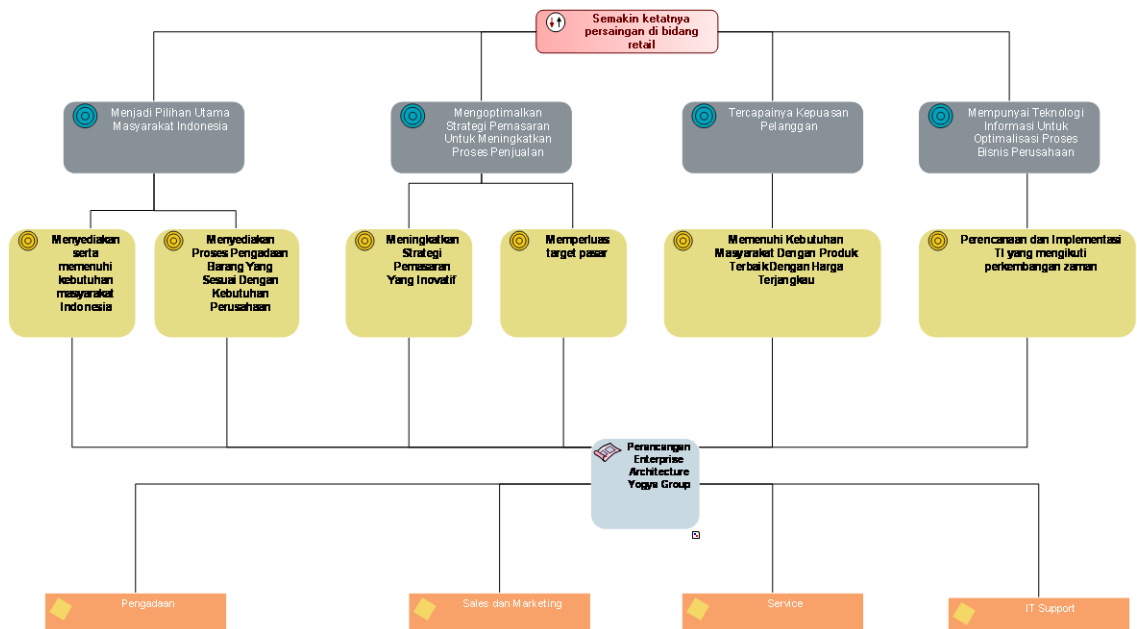


Gambar 4. Solution Concept Diagram

4.3 Fase Business Architecture

Fase ini mencakup pengembangan arsitektur bisnis untuk mendukung visi arsitektur yang telah disepakati. Tujuan fase ini adalah menguraikan deskripsi arsitektur bisnis dasar, mengembangkan arsitektur bisnis tujuan, menguraikan strategi produk dan/atau service dan aspek geografis, informasi, fungsional dan organisasi dari lingkungan bisnis yang berdasarkan pada prinsip bisnis, tujuan bisnis dan penggerak strategi. Fase ini akan menghasilkan artefak *business Footprint diagram* yang menggambarkan hubungan antara *driver*, *goal*, *objective*

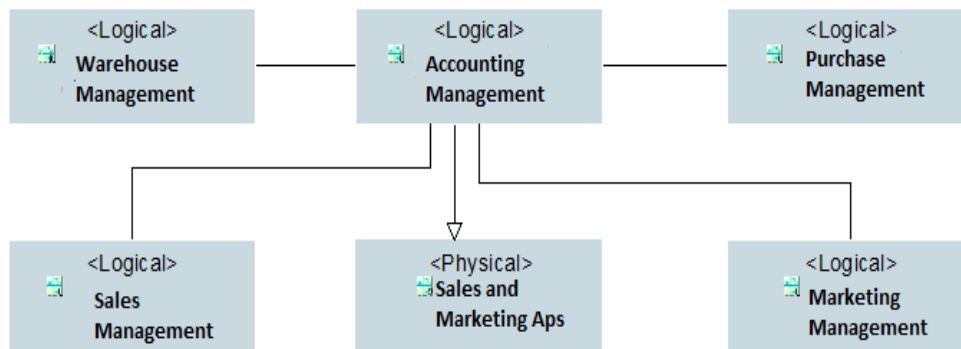
dan *capability* pada fungsi *sales and marketing* yang terdapat yogya group, seperti yang digambarkan pada Gambar 5 dibawah ini



Gambar 5. Business Footprint Diagram

4.4 Fase Information System Architecture

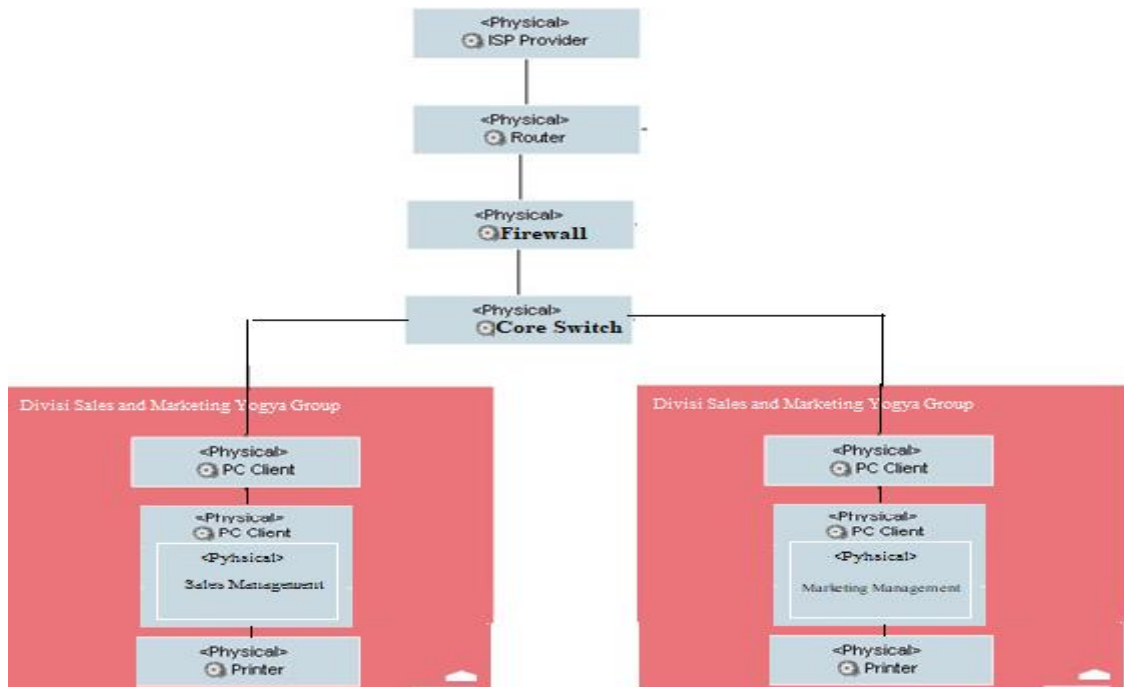
Fase *information system architecture* berfokus pada identifikasi dan penetapan pertimbangan aplikasi dan data yang mendukung arsitektur bisnis. Dalam fase ini mengkolaborasikan arsitektur data dan arsitektur aplikasi terbagi menjadi dua *architecture* yaitu *data architecture* yang digunakan untuk pemenuhan kebutuhan data yang akan dikelola dalam melakukan pengembangan suatu aplikasi dan *application architecture* yang digunakan untuk pengelolaan kebutuhan aplikasi yang diusulkan dalam merancang *enterprise architecture*. Berikut merupakan artefak yang dihasilkan pada ditunjukkan pada Gambar 6.



Gambar 6. Application Communication Diagram

4.5 Technology Architecture

Fase *Technology Architecture* memetakan komponen aplikasi yang definisikan pada arsitektur aplikasi ke dalam komponen teknologi seperti software, hardware, jaringan yang dikonfigurasi oleh organisasi ke dalam platform teknologi. Adapun artefak yang dihasilkan pada fase ini yaitu *environments and location diagram* seperti gambar dibawah ini.



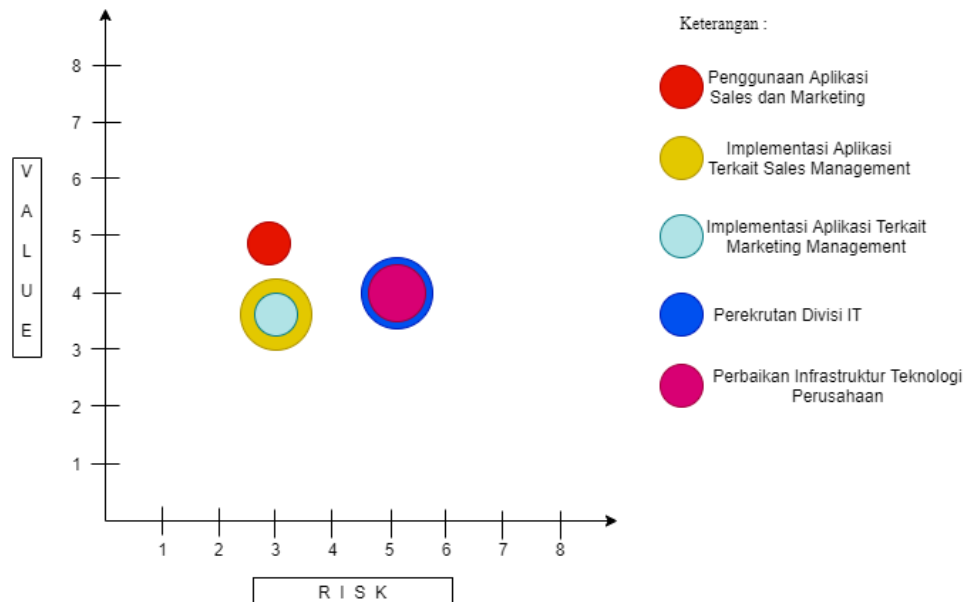
Gambar 7. Environments and location Diagram

4.6 Fase Opportunities and solutions

Fase *Opportunities and solutions* ini merupakan fase yang memiliki tujuan untuk melakukan evaluasi dengan melakukan identifikasi terhadap parameter untuk dilakukannya suatu perubahan terhadap usulan untuk Yogya Group.

4.7 Fase Migration Planning

Fase *migration planning* bertujuan untuk merencanakan perpindahan dari teknologi yang telah diusulkan. Untuk menentukan prioritas implementasi arsitektur aplikasi berdasarkan kebutuhan dari organisasi, sehingga akan mendapatkan prioritas dari penerapan aplikasi., yang akan menghasilkan artefak *business value assessment* yang ditunjukkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 8. Business Value Assesment Diagram

5. Kesimpulan

Hasil perancangan penelitian *enterprise architecture* yogya group pada fungsi *sales and marketing* menghasilkan sebuah *output IT roadmap* yang merupakan *blueprint* prioritas proyek yang berisi rentang waktu yang telah ditentukan, IT roadmap ini dapat dijadikan sebagai sebuah rujukan dalam mengimplementasi TI yang terdiri dari penggunaan aplikasi *sales* dan *marketing*, perekrutan divisi IT, implementasi dan penggunaan aplikasi terkait *sales management* dan *marketing management*.

6. Daftar Pustaka:

- [1] Abryanto, A. (2018). Perancangan Enterprise Architecture Fungsi Marketing dan Promotion PT Smithindo Mitra Mandiri Menggunakan TOGAF ADM.
- [2] Lankhorst, M. (2017). *Enterprise Architecture at Work*.
- [3] Sutono. (2015). Arsitektur Sistem Informasi Retail Dengan Menggunakan Enterprise Architecture Planning (EAP). *Media Jurnal Informatika Vol.7 Periode Juli 2015*, 7(01), 18–29.
- [4] The Open Group. (2009-2011). *TOGAF Version 9.1*. U.S
- [5] Eviana, S. (2018). PERANCANGAN ENTERPRISE ARCHITECTURE SISTEM PENJUALAN DENGAN METODE TOGAF ADM PADA MARINO COLLECTION