MAKALAH
MANAJEMEN PROYEK SI
Sistem Informasi Manajemen pada PT. POS Indonesia

DI SUSUN OLEH :
Lia Aulina (165100113)
Fakultas Komputer
(system informasi)
Dosen :
Indah Hartati, S.KOM. M.T.I
NPP:2222422

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS KOMPUTER
UNIVERSITAS MITRA INDONESIA

2019

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wata'ala, karena berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan makalah yang berjudul sistem informasi manajemen pada PT.POS Indonesia Makalah ini diajukan guna memenuhi tugas mata kuliah manajemen proyek SI di Program Study Fakultas Ilmu Komputer Universitas Mitra Indonesia, Bandar Lampung.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu sehingga makalah ini dapat diselesaikan sesuai dengan waktunya. Makalah ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan makalah ini. Semoga makalah ini memberikan informasi bagi masyarakat dan bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan bagi kita semua.

Bandar Lampung, 11 April 2019

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	
KATA PENGANTAR.....	
DAFTAR PUSTAKA	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	
1.2 Rumusan masalah.....	
1.3 Tujuan penelitian.....	
BAB II PEMBAHASAN	
2.1 POKOK BAHASAN	
2.1.1 Sistem ERP (<i>Enterprise Resource Planning</i>).....	
2.1.2 Sistem <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	
2.1.3 <i>Supply Chain Management</i> (SCM).....	
2.1.4 Integrasi Aplikasi Perusahaan/ <i>Enterprise Application Integration</i>	
2.1.5 Sistem Pemrosesan Transaksi/ <i>Transaction Processing Systems</i>	
2.1.6 Sistem Kerjasama Perusahaan/ <i>Enterprise Collaboration System</i>	
2.1.7 Subyek Informasi SIM	
3.1 SIM Yang Akan Dikomunikasikan	
3.1.1 Aplikasi <i>Enterprise Resource Planning</i> (ERP)	
3.1.2 Aplikasi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	
3.1.3 Aplikasi <i>Supply Chain Management</i> (SCM).....	
3.1.4 Aplikasi Integrasi Perusahaan/ (EAI)	
3.1.5 Aplikasi Sistem Pemrosesan Transaksi/(TPS).....	
3.1.6 Aplikasi Sistem kerjasama Perusahaan/ (ECS).....	

BAB III PENUTUP

3.1.1 KESIMPULAN.....

3.1.2 SARAN

.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi telah diterapkan perusahaan untuk melakukan praktek baru pemasaran dan bisnis. Internet, sebagai bagian dari itu, secara dramatis mengubah bentuk pasar dan bisnis. Pola kehidupan secara bertahap berubah sejak penemuan teknologi internet. Internet merupakan sebuah koneksi global dari ribuan jaringan yang dikelola secara bebas (Budi Sutedjo, 2001:2). Internet, sebagai bagian dari kemajuan teknologi, secara dramatis telah membentuk ulang pasar dan bisnis. Konsumen di seluruh dunia ter-*exposed* akan cara hidup dan konsumsi baru dan menginginkan banyak dari hal-hal yang dilihatnya. Pola kehidupan berangsur-angsur mengalami perubahan sejak tercipta teknologi internet. Bisnis pun mulai mengadopsi internet sehingga mendukung terciptanya sistem.

Banyak perusahaan di Indonesia sekarang dituntut untuk mempersiapkan diri dengan berbagai perangkat *e-business* sebagai bagian baru dari pola interaksinya dengan pelanggan, pemasok, dan karyawan. Salah satunya adalah PT. Pos Indonesia (Persero), sebagai perusahaan jasa pengiriman ternama di Indonesia.

Perkembangan teknologi khususnya ICT (*Information, Communication, Technology*) yang demikian pesat, menjadi suatu ancaman sekaligus *opportunity business* bagi Pos saat ini dan di masa depan.

Bisnis Pos yang harus dilengkapi dengan bisnis berbasis ICT (*Information, Communication, Technology*) untuk memperkuat dan mempertahankan eksistensi Pos.

E-Business merupakan salah satu bisnis dengan prospek besar dan Pos telah memiliki kompetensi di bidang ini, khususnya untuk me-*leverage* bisnis inti dan menciptakan peluang bisnis baru.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka perlu melakukan perumusan masalah mengenai :

- Bagaimana Sistem Electronic Business yang dirancang PT. Pos Indonesia
- Bagaimana Perangkat *Electronic Business mendukung* pola interaksi perusahaan PT.Pos (Persero).
- Bagaimana Sistem Electronic Business yang dirancang PT. Pos Indonesia (Persero)

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah mengembangkan sistem layanan terpadu yang diimplementasi melalui E-bisnis PT Pos Indonesia (Persero) yaitu sebagai penyedia layanan inovasi berbasis teknologi informasi, yang mudah, aman, dan memberikan nilai tambah tinggi bagi pelanggan.

BAB II

PEMBAHASAN

2.1 Pokok Bahasan

Aplikasi Utama *E-business*

Aplikasi-aplikasi utama *e-business* dan hubungannya satu sama lain diringkas dalam arsitektur perusahaan (Gambar 1). Aplikasi-aplikasi ini terintegrasi lintas fungsi perusahaan, contohnya seperti *Enterprise Resource Planning* (ERP), Manajemen Hubungan Pelanggan/ *Customer Relationship Management* (CRM), dan Manajemen Rantai Pasokan/ *Supply Chain Management* (SCM), *Enterprise Application Integration* (EAI), *Transaction Processing Systems* (TPS), *Enterprise Collaboration System* (ECS).

2.1.1 Sistem ERP (*Enterprise Resource Planning*)

Sistem informasi *ERP* (*Enterprise Resource Planning*) merupakan suatu sistem informasi yang diperuntukkan bagi perusahaan manufaktur maupun jasa yang berperan mengintegrasikan dan mengotomasi proses bisnis yang berhubungan dengan aspek operasi, produksi maupun distribusi di perusahaan bersangkutan

2.1.2 Sistem *Customer Relationship Management* (CRM)

Sistem CRM adalah suatu sistem, metodologi, strategi, perangkat lunak (software) dan aplikasi berbasis web yang mampu membantu sebuah perusahaan untuk mengelola hubungannya dengan para pelanggan. CRM terdiri atas tiga unsur pokok yaitu manusia, teknologi dan proses

2.1.3 Supply Chain Management (SCM)

Sistem SCM adalah suatu sistem, metodologi, strategi, perangkat lunak(*software*) dan aplikasi berbasis web yang mampu membantu sebuah perusahaan untuk mengelola hubungannya dengan para pemasok.

2.1.4 Integrasi Aplikasi Perusahaan/ *Enterprise Application Integration* (EAI)

Software EAI memungkinkan para pemakai membuat model berbagai proses bisnis yang dilibatkan dalam interaksi yang harus terjadi antar aplikasi bisnis. EAI juga menyediakan *middleware* yang melakukan konversi dan koordinasi data, komunikasi aplikasi dan layanan pesan, serta akses ke berbagai *interface* aplikasi yang terlibat. Jadi, software EAI dapat mengintegrasikan berbagai kelompok aplikasi perusahaan dengan memungkinkan *user* bertukar data sesuai dengan peraturan dari model proses bisnis yang dikembangkan oleh *user*.

2.1.5. Sistem Pemrosesan Transaksi/ *Transaction Processing Systems* (TPS)

TPS adalah sistem informasi lintas fungsi yang memproses data dari terjadinya transaksi bisnis. Transaksi adalah berbagai kegiatan yang terjadi sebagai bagian dari aktivitas bisnis, seperti penjualan, pembelian, penyimpanan, penarikan, pengembalian dan pembayaran.

2.1.6 Sistem Kerjasama Perusahaan/ *Enterprise Collaboration System* (ECS)

ECS adalah sistem informasi lintas fungsi yang meningkatkan komunikasi, koordinasi, dan kerjasama antar anggota tim bisnis dan kelompok kerja. Teknologi informasi, terutama teknologi Internet, memberikan berbagai alat untuk membantu perusahaan bekerjasama untuk mengomunikasikan berbagai ide, berbagi sumber daya dan mengkoordinasikan usaha kegiatan kerjasama sebagai anggota dari proses formal dan informal, tim proyek, dan kelompok kerja yang membentuk organisasi.

2.1.7 Subyek Informasi SIM

- PT.Pos Indonesia

3.3 SIM Yang Akan Dikomunikasikan

Sistem Electronic Business PT Pos Indonesia (Persero)

E-Business merupakan salah satu bisnis dengan prospek besar dan Postelah memiliki kompetensi di bidang ini, antara lain:

3.1.1 Aplikasi *Enterprise Resource Planning* (ERP)

PT. Pos Indonesia (Persero) memanfaatkan sistem ERP ini pada operasi, jasa dan distribusi, dengan mempertimbangkan pengoprasian perusahaan pada proses internal melalui manajemen sumber daya manusia perusahaan, akuntansi, keuangan, logistik dan distribusi secara tepat waktu.

ERP dibutuhkan perusahaan untuk bisa mendapatkan efisiensi, kecepatan, dan responsivitas yang dibutuhkan dalam mencapai keberhasilan di lingkungan bisnis yang dinamis saat ini.

Beberapa contoh aplikasi ERP pada PT. Pos Indonesia adalah untuk mendukung:

- **IT (Information Technology)**

Teknologi Informasi sangat penting dalam pelaksanaan kegiatan di karena adanya pengintegrasian berbagai proses dan entitas bisnis. Esensi dari pengintegrasian tersebut adalah melakukan *share* terhadap informasi yang dimiliki dan dihasilkan oleh berbagai pihak. Sebagai contoh adalah pengembangan jaringan sebagai alat penunjang kinerja dari produk-produk *EBusiness*. Hal penting yang harus diperhatikan dalam pemilihan IT adalah *scaleable solution & open system*, ini diperlukan agar sistem setiap saat dapat disesuaikan dengan kebutuhan. Dalam hal keterkaitan dengan proses bisnis, maka ketepatan IT yang digunakan akan mendorong/menentukan proses bisnis yang *excellent*.

- ***Business Process* / Proses Bisnis**

Proses bisnis merupakan nilai pembeda (*distinction*) yang menciptakan keunggulan bersaing. Proses bisnis dalam *E-Business* sangat kental diwarnai oleh IT untuk menghasilkan mutu layanan yang akurat dan *excellent*. Sebuah proses bisnis yang baik, tentunya selain didukung dengan IT juga harus didukung oleh SDM yang berkompeten dan *equipment* yang sesuai dengan proses bisnis yang bertalian. Peran SDM tidak saja ditentukan oleh kemampuan teknis semata melainkan juga perilaku yang mencerminkan kerja keras, mandiri, jujur dan *teamwork oriented*.

• ***Performance Standard / Standar Kinerja***

Untuk dapat masuk dan bertahan dalam suatu bisnis minimal harus memiliki standar output yang sama dengan standar yang berlaku umum di industri. Beberapa *performance standard* yang berlaku umum tidak terlepas dari faktor-faktor *accuracy, speed, efficiency, dan flexibility*.

• ***Targeting***

Arahan penggunaan pasar diarahkan berdasarkan **STP** :

Segmentasi

Pembagian segmentasi dilakukan berdasarkan lingkup bisnis serta sumber daya yang ada di lingkup bisnis PT. Pos Indonesia :

- Lingkup Nasional
- Lingkup UPT
- Lingkup Wilpos

Targeting

Targeting pembagian bisnis mengarah pada lingkup arahan target yang potensial.

- Target para pelaku Bisnis

Bagi para pelaku bisnis mengarah pada *private sector* yaitu sektor swasta dan bisnis yang berorientasi pada profit.

- Target Government

Untuk target lingkup pemerintah target mengarah pada lembaga pemerintahan, serta mengarah pada instansi pemerintahan. Untuk yang lain target juga terfokus pada perusahaan Nirlaba.

- Individu

Arahan tertarget pada perseorangan seperti consumer individu serta para pengguna teknologi informasi seperti ICT (Information, Communication, Technology).

3.1.2 Aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM)

PT. Pos Indonesia (Persero) memanfaatkan sistem CRM secara cukup intensif. Antara lain pemanfaatannya adalah untuk mengelola program-program dibawah ini:

Program e-fila.com. Khususnya dalam forum filateli. Selain menguntungkan pelanggan, program ini juga menguntungkan PT. Pos Indonesia (Persero), karena dengan demikian dapat mengetahui perilaku pelanggan, melakukan perbaikan berdasarkan masukan dari pelanggan, merespon permintaan atau keluhan pelanggan dengan cepat dan terarah.

Program Kontak Kami (Gambar 4), yakni bagi pelanggan yang ingin menyampaikan komentar, kritik, saran, pertanyaan atau pengaduan kiriman, kepada pihak perusahaan.

3.1.3 Aplikasi *Supply Chain Management* (SCM)

PT. Pos saat ini memiliki outlet belanja produk-produk lengkap khas Indonesia secara online yang bernama Plaza Pos (Gambar 6) yang dapat diakses melalui alamat website www.plazapos.com. Serta memiliki program e-fila.com

PT. Pos Indonesia memanfaatkan sistem SCM untuk mengelola akun-akun pemasoknya. Pemasok-pemasok utama yang telah disyaratkan mempunyai

pengetahuan memadai mengenai sistem informasi dan internetworking, serta mempunyai akses jaringan yang baik, dapat memantau data dan kegiatan pasokan mereka secara *online* dan *realtime*. Sedangkan pemasok konvensional yang masih menggunakan telepon atau *cash and carry* dikelola datanya oleh karyawan mitra utama, dimana transaksi dilakukan.

PT. Pos Indonesia melakukan sosialisasi mengenai program SCM ini kepada para pemasok, dan menjelaskan berbagai nilai tambah (*added value*) antara lain membantu para pemasok mengatur transaksi, adanya prediksi kebutuhan PT. Pos Indonesia yang lebih akurat, dan diperluasnya jaringan kerja dari para pemasok.

3.1.4 Aplikasi Integrasi Perusahaan/ Enterprise Application Integration(EAI)

Aplikasi EAI pada PT. Pos Indonesia salah satunya adalah pada layanan Plaza Pos yakni pelanggan diminta untuk mengisi Member Area (Gambar 8), lalu melakukan submit. Dengan demikian, perusahaan mengetahui informasi pelanggan yang mengunjungi Plaza Pos.

3.1.5 Aplikasi Sistem Pemrosesan Transaksi/ Transaction Processing Systems(TPS)

Sistem Pemrosesan Transaksi di PT. Pos Indonesia mendukung program Plaza Pos contohnya dalam akses pembayaran secara *online*, yakni aktivitas pemrosesan transaksi dibutuhkan untuk menangkap dan memproses data pelanggan, hingga transaksi pembayaran belanjanya melalui jaringan internet.

3.1.6 Aplikasi Sistem kerjasama Perusahaan/ Enterprise Collaboration System (ECS)

Sistem kerjasama perusahaan pada PT. Pos Indonesia contohnya dalam hubungan Kemitraan. Kemitraan merupakan kebutuhan yang mendasar dalam aktivitas Probis E-Business, karena hampir tidak mungkin aktivitas bisnis dapat dijalankan tanpa kemitraan. Sebagai contoh dalam aktivitas *Limited Communication Technology Services (eCom)* dimana dalam pelaksanaan diperlukan adanya beberapa

kerjasama terhadap perusahaan yang menggunakan jaringan PTSN, CDMA, GSM maka mutlak diperlukan kemitraan dengan pihak perusahaan itu.

BAB III

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

1. Sistem Electronic Business yang dirancang PT. Pos Indonesia (Persero)mampu meningkatkan praktek bisnis jasa dan pemasarannya secara global.
2. Perangkat *Electronic Business mendukung* pola interaksi perusahaan PT.Pos (Persero) dengan pelanggan, pemasok, dan karyawannya.
3. Sistem Electronic Business yang dirancang PT. Pos Indonesia (Persero)mampu menunjang perkembangan industri jasa pengiriman dan belanjasecara *online* produk kerajinan khas Indonesia di berbagai daerahIndonesia bahkan ke mancanegara.

4.2 SARAN

Berikut ini Penulis mengemukakan saran yang sekiranya dapat bermanfaat :
Sistem Electronic Business yang dirancang PT. Pos Indonesia harus terus dikembangkan lagi agar para konsumen menjadi lebih merasa puas atas semua fasilitas yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

<http://www.e-fila.com/>

<http://www.plazapos.com/>

<http://www.posindonesia.co.id/index.php>

O'brien, James A. 2005. *Introduction to Information System*. Mc Grow Hill: USA

Oetomo, Budi. 2001. *Perspektif e-Business: Tinjauan Teknis, Manajerial, dan Strategi*. Penerbit Andi Yogyakarta: Yogyakarta.