



Analisis Value Chain Pada Perencanaan Sistem Informasi Sekolah Musik

Kanggep Andrijana Kusuma^{*1}, Alman Naufal², Deassy Ratna Juwita Sari³, Bacilius Agung Suburdjati⁴, Shanti Maulani⁵

^{*1}Universitas Pasundan

²Universitas Pendidikan Indonesia

³Universitas Galuh Ciamis

⁴Universitas Santo Borromeus

⁵Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan RS. Dustira Cimahi

Email: ^{*1}kanggepandriana@gmail.com, ²almannaufal@upi.edu, ³deassy.juwita@unigal.ac.id, ⁴basnagung@gmail.com, ⁵shanti.maulani@gmail.com

Abstract

Value chain analysis in planning a music school system can complement a company's strategy to compete in the music school business. Where action will focus on product elaboration and service processes. So in order to increase success in music school business competition, it is necessary to use value chain analysis to determine the costs associated with organizational activities from providing facilities to product design and marketing. Which can be used for decision making purposes in business strategy. The research carried out aims to obtain competitive factors such as level of integration, industry panorama, segment panorama and geographic panorama. Where it will influence decision making in the company. In this research, the author carried out observations at a music school to study data, documents, and also conducted interviews with company owners as a source of information data needed by the author. The final result of this research is a mapping of the work process at a music school, which consists of main activities and supporting activities. Value chain analysis within the scope of a business system design will be very helpful in decision making when designing Information Systems and Information Technology for music schools. The suggestion from this research is that the results of the value chain analysis are expected to contribute to the design of a business strategy. Which will greatly influence the achievement of company goals. Also helps in making company decisions on Information Systems and Information Technology planning.

Keywords : Information Systems, Value Chain Analysis, Music School and Business Process.

Abstrak

Analisis value chain didalam perencanaan sistem sekolah musik dapat melengkapi strategi perusahaan untuk bersaing didalam bisnis sekolah musik. Dimana tindakan akan terfokus pada elaborasi produk serta proses pelayanan. Maka didalam meningkatkan keberhasilan pada persaingan bisnis usaha sekolah musik, perlu untuk menggunakan analisis value chain untuk menentukan biaya yang terhubung dengan kegiatan organisasi dari penyediaan fasilitas sampai perancangan produk serta pemasarannya. Dimana dapat digunakan untuk keperluan pengambilan keputusan dalam strategi bisnis. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan faktor kompetitif seperti Tingkat integrasi, Panorama industri, Panorama segmen dan Panorama geografis. Dimana akan mempengaruhi disaat pembuatan keputusan di perusahaan. Pada penelitian ini penulis melaksanakan observasi pada satu sekolah musik untuk mempelajari data, dokumen, dan juga melakukan wawancara kepada pemilik perusahaan sebagai sumber data informasi yang diperlukan oleh penulis. Hasil akhir dari penelitian ini adalah pemetaan proses kerja pada sekolah musik, yang terdiri dari aktifitas utama dan aktifitas pendukung. Analisis value chain didalam lingkup suatu perancangan sistem Bisnis akan sangat membantu didalam pengambilan keputusan pada saat perancangan Sistem Informasi dan Teknologi Informasi bagi sekolah musik. Saran dari penelitian ini adalah bahwa hasil dari Analisis value chain diharapkan dapat memberikan kontribusi didalam perancangan sebuah strategi bisnis. Dimana akan sangat mempengaruhi pada pencapaian tujuan perusahaan. Juga membantu didalam mengambil keputusan perusahaan pada perencanaan Sistem Informasi dan Teknologi Informasi.

Kata Kunci : Sistem Informasi, Analisis value chain, Sekolah Musik dan Proses Bisnis.



I. PENDAHULUAN

Dengan menggunakan Analisis Value Chain diharapkan sebuah sekolah musik dapat menentukan biaya yang terhubung dengan kegiatan organisasi dari fasilitas sampai produk serta pemasarannya.

Dimana didalam Analisis Value Chain ini kita akan mendapatkan empat faktor kompetitif, yaitu faktor-faktor tingkat integrasi, panorama industri, panorama segmen dan panorama geografis. yang sangat bermanfaat saat pengambilan keputusan dan menentukan perencanaan bisnis didalam pembuatan keputusan di perusahaan. Dimana akan dibagi menjadi 2 bagian yaitu Kegiatan utama dan Kegiatan pendukung.

Dari pemikiran tersebut perlu menggunakan analisis value chain pada suatu proses bisnis didalam suatu perusahaan sebagai langkah untuk pencapaian target bisnis sesuai dengan yang telah ditetapkan. Dimana analisis value chain ini sangat sesuai didalam melengkapi proses bisnis pada perancangan strategi bisnis sekolah music.

II. METODE PENELITIAN

Menurut David (2012) mengatakan analisis value chain adalah proses dimana perusahaan menentukan biaya

yang terhubung dengan kegiatan organisasi dari penyediaan bahan baku sampai produksi serta memasarkan produk.

Analisis value chain memiliki empat faktor kompetitif, yaitu :

1. Tingkat integrasi
2. Panorama industri
3. Panorama segmen
4. Panorama geografis

Dimana Tingkat integrasi adalah aktivitas yang dilakukan didalam perusahaan. Panorama industri adalah sektor-sektor serta pasar yang terhubung dengan perusahaan. Panorama segmen: Adalah referensi untuk variasi yang dipengaruhi produk dan pembeli. Panorama geografis: Adalah Kota, Negara atau wilayah lokasi perusahaan.

Adapun terdapat 2 jenis aktivitas didalam value change yaitu:

Kegiatan utama: Adalah tindakan yang terfokus pada elaborasi fisik tiap produk serta proses pengiriman kepada pembeli. Yang dapat diklasifikasikan menjadi :

1. Logistik internal: Adalah kegiatan penyimpanan, penerimaan serta pemenuhan bahan baku.
2. Operasi (produksi): Pembuatan bahan baku sampai menjadi produk akhir.



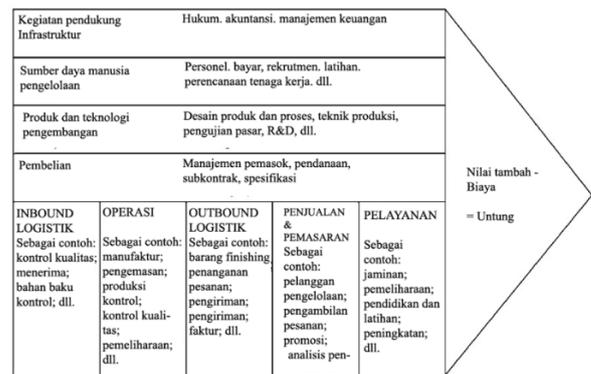
3. Logistik eksternal: Penyimpanan hasil produk serta penyampaian produk kepada konsumen.

4. Pemasaran dan penjualan: Adalah suatu kegiatan untuk publikasi produk.

5. Layanan purna jual atau pemeliharaan, adalah aktivitas untuk mempertahankan serta meningkatkan nilai produk juga menerapkan jaminan mutu.

Kegiatan pendukung: Adalah meliputi kegiatan sumber daya manusia, yang meliputi :

1. Infrastruktur organisasi: Adalah aktivitas pendukung perusahaan, seperti keuangan, perencanaan, serta akuntansi.
2. Manajemen sumber daya manusia: Adalah perekrutan, pencarian serta motivasi staf.
3. Pengembangan teknologi, yaitu pengembangan serta penelitian.
4. Berbelanja: adalah kegiatan yang tujuannya untuk memasok serta menyimpan bahan baku untuk diproduksi.



Gambar 1

Diagram Value Chain
 Ward and Peppard (2002)

Bagian dari analisis Value chain adalah hasil Analisa bisnis. Dimana perancang strategi bisnis sudah harus bisa menjabarkan data, untuk dianalisa menjadi strategi yang bisa diterapkan perusahaan. Adapun penjabaran analisa merupakan dasar bagi perumus strategi untuk menentukan putusan yang tepat.

Strategi dirumuskan untuk membuat acuan bagi perusahaan dan para pekerja yang terlibat didalamnya. Juga disesuaikan dengan kondisi lingkungan, personil perusahaan serta target pasar.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Value Chain dipakai didalam memetakan proses kerja pada sekolah musik menjadi kategori aktifitas utama dan aktifitas pendukung. Aktifitas utama adalah :

1. Inbound Logistic seperti penerimaan siswa baru, pembuatan jadwal

pengajaran serta pembuatan kurikulum serta evaluasi kurikulum.

2.Operation seperti diantaranya kegiatan pengajaran siswa, ujian kenaikan tingkat, Workshop, Masterclass, pembayaran uang kursus serta konser murid dan guru.

3.Outbound Logistic disekolah musik Majestic Symphony Music school seperti Sertifikasi kelulusan tingkat/grade siswa.

4.Marketing dan promosi di sekolah musik Majestic Symphony Music School. Diantaranya adalah :

a.Promosi secaca offline dan online dengan menggunakan media digital ataupun media cetak.

b.Melaksanakan kegiatan konser siswa ditempat umum yang banyak dikunjungi oleh masyarakat.

c.Berkontribusi serta berpartisipasi dengan menampilkan para siswa pada acara-acara seni dan budaya yang diadakan baik oleh pihak pemerintah maupun swasta.

Aktifitas pendukung di sekolah musik adalah :

a.Infrastruktur dan administratif meliputi manajemen keuangan serta aspek hukum/legal.

b.Procurement dan Equipment meliputi fasilitas peralatan musik yang memadai.

c.Human Resources meliputi rekrutmen pengajar dan staf karyawan.



Gambar 2

Analisis Value Chain Sekolah Musik

Dari hasil value chain maka dipetakan rekomendasi kebutuhan SI/TI. Berdasarkan analisis aktivitas Utama Value Chain.

Tabel 1

No	Aktivitas	Kebutuhan SI/TI
1	Penerimaan Siswa baru	SI yang dapat menangani secara online dan offline pendaftaran siswa baru
2	Penyusunan Kurikulum dan Evaluasi	SI yang dapat memberikan informasi kurikulum yang sedang dilaksanakannya
3	Pengaturan Jadwal Kursus, jadwal Instruktur serta pengaturan ruangan kelas	SI yang dapat mengatur penjadwalan pembelajaran serta pemakaian ruang kelas
4	Pembayaran uang kursus	SI yang dapat mencatat pembayaran uang kursus
5	Administrasi	SI yang dapat menangani pengisian



No	Aktivitas	Kebutuhan SI/TI
		absensi kehadiran
6	Pembelajaran/Proses belajar mengajar	SI yang dapat menangani pembelajaran online dan offline
7	Ujian Kenaikan Tingkat/Grade	SI yang dapat menangani pengujian siswa secara online dan offline
8	Promosi dan Marketing	SI yang dapat mengelola Promosi secara online dan konvensional
9	Hotline Service	SI yang dapat menampung berbagai informasi
10	Pembekalan Literatur	SI yang dapat memberikan informasi bahan pengajaran, modul dan buku materi pembelajaran

Lalu selanjutnya SI/TI berdasarkan analisis aktivitas Pendukung Value Chain.

Tabel 2

No	Aktivitas	Kebutuhan SI/TI
1	Administrasi dan Keuangan	SI yang dapat menangani Administrasi dan keuangan
2	Procurement dan Equipment	SI yang dapat mengelola kebutuhan

		pendukung yang diperlukan
3	Sumber daya manusia	SI yang dapat mengelola data pengajar serta staf karyawan

Dari analisis value chain dipetakan identifikasi kekuatan serta kelemahan organisasi sebagai berikut :

Tabel 3

Faktor Internal	Indikator	S/W	Tool Analisis
Penerimaan Siswa baru	Pendaftaran belum dapat dilakukan secara online	W	Value Chain
	Sistem belum terintegrasi dengan sistem lainnya	W	Value Chain
Penyusunan Kurikulum dan Evaluasi	Kurikulum sudah mengikuti tiga tingkatan standar (Basic, Intermediate, Advanced)	S	Value Chain
Pengaturan jadwal kursus, Jadwal pengajar dan Pengaturan ruang kelas	Belum memakai SI untuk pengaturan jadwal kursus, jadwal pengajar serta pemakaian ruang kelas	W	Value Chain
Pembayaran uang kursus	Belum memakai SI untuk pengaturan pembayaran	W	Value Chain



Faktor Internal	Indikator	S/W	Tool Analisis
	n uang kursus		
Administrasi	Belum memakai SI untuk menangani administrasi	W	Value Chain
Ujian kenaikan tingkat	Ujian belum dapat dilakukan secara online	W	Value Chain
Pembelajaran	Fasilitas alat musik sudah lengkap	S	Value Chain
	Whiteboard dan kelengkapan alat tulis sudah tersedia	S	Value Chain
	Sudah memiliki Mini stage untuk latihan performance	S	Value Chain
Promosi dan marketing	Sudah menggunakan internet dan sosial media	S	Value Chain
	Ada jurusan musik yang kurang diminati	W	Value Chain
	Sudah mengadakan konser siswa ditempat umum	S	Value Chain
	Sekolah musik masih belum banyak dikenal masyarakat	W	Value Chain
Hotline Service	Belum dikelola	W	Value Chain

Faktor Internal	Indikator	S/W	Tool Analisis
	secara maksimal		
Pembekalan Literatur	Buku reference serta modul materi pengajaran sudah tersedia	S	Value Chain
Sumber Daya manusia	Pengajar terdiri dari parta pendidik musik profesional	S	Value Chain
Sarana dan Prasarana	Sudah memiliki bangunan sekolah	S	Value Chain
	Sudah memiliki ruangan kelas	S	Value Chain
	Sudah mempunyai alat-alat musik pendukung pembelajaran dan praktek	S	Value Chain

Hasil dari analisis Value Chain adalah sebagai berikut :

- 1.Rekomendasi Kebutuhan SI/TI.
- 2.Identifikasi kekuatan dan kelemahan Faktor Internal.

IV. KESIMPULAN

Deskripsi hasil yang didapat dari analisis Value Chain adalah :

Memperoleh hasil studi lapangan berupa data aktifitas disekolah musik serta kekuatan dan kelemahan Faktor Internal.



Kontribusi hasil yang didapat dari analisis Value Chain adalah :
Rancangan Kebutuhan SI/TI Sekolah Musik.

V. SARAN

Strategic planning IT yang diusulkan adalah rekomendasi yang terdiri dari beberapa strategi yaitu strategi bisnis SI, strategi TI dan strategi manajemen SI/TI dimana merekomendasikan strategi yang diperlukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kemampuan kompetitif sesuai analisa yang sudah dilakukan sehingga dapat dibuat portofolio aplikasi untuk tahun selanjutnya, Beberapa strategi yang akan diusulkan sesuai analisa yaitu :

Strategi Bisnis SI yang diusulkan adalah memanfaatkan SI/TI untuk dapat mencapai tujuan bisnis serta meningkatkan efisiensi serta efektivitas perusahaan, berdasarkan hasil analisa lingkungan, maka bisa disusun rekomendasi strategi SI yang diperlukan perusahaan sesuai keperluan bisnis. seperti penyempurnaan proses bisnis, penyelarasan bisnis perusahaan.

Strategi Manajemen SI/TI yang diusulkan adalah menjamin konsistensi pihak manajemen yang berkaitan dengan sistem dan teknologi informasi yang akan di implementasikan perusahaan. Berupa

kebijakan organisasi yang bisa mendukung sistem informasi perusahaan, investasi perusahaan serta system informasi perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya manusia sesuai analisa strategi dan sistem yang sedang berjalan di perusahaan, dan berhubungan dengan penerapan strategi system informasi serta teknologi informasi yang sudah terintegrasi untuk masa akan datang.

Strategi TI yang diusulkan adalah untuk dipakai didalam menganalisa kebijakan serta strategi pengelolaan SI/TI di perusahaan dan hasil di dapat berdasarkan analisa sebelumnya, dan strategi TI yang dapat digunakan oleh perusahaan didalam mendukung strategi bisnis yang dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. WARD JOHN and PEPPARD JOE,(2002) Strategic Planning for Information Systems_Third Edition, Cranfield School of Management,Cranfield, Bedfordshire, UK.
- [2]. Cassidy, Anita. (2006). Prcatical Guide To Information System Strategic Planning. 2nd Edition.: Auerbach Publication. New York, USA.
- [3]. Avrigeanu, F. A. 2009. The Value Chain Approaches – Managerial For The Romanian Garment Enterprises, Electronic
- [4]. Friska. 2010. Value Chain Analysis (Analisis Rantai Nilai) untuk



Keunggulan Kompetitif melalui Keunggulan Biaya. Jurnal Ekonomi, Vol. 13, No. 1, Januari 2010,

- [5]. Abdul Kadir. (2014) Pengenalan Sistem Informasi. Yogyakarta, Andi Offset.
- [6]. Assauri, S. (2011). Strategic Management Sustainable Management Competitive Advantage. Lembaga Management Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- [7]. Chiara Joseph De, Callender John Hancock (1987), Time Saver Standards For Building Types, Mc Graw Hill, Singapore.
- [8]. David, Fred, R. (2012). Strategic Management Manajemen Strategi Konsep, Edisi 12, Salemba Empat, Jakarta.
- [9]. David, Fred R, (2011). Strategic Management, Buku 1. Edisi 12 Jakarta.
- [10]. Firdaus, E. A., Maulani, S. (2023). Perencanaan Kerangka Kerja Menggunakan The Open Group Architecture Framework- Architecture Development Method (TOGAF-ADM) pada Puskesmas Sukatani. Jurnal Sistem Informasi Galuh, 32-37.