

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Seiring dengan perkembangan pesat teknologi, sistem informasi telah menjadi elemen penting yang mendukung keberhasilan perusahaan, terutama dalam hal pemasaran (Hudha et al., 2019). Dalam era digital saat ini, perusahaan membutuhkan sistem informasi dan arsitektur data yang efisien dan responsif untuk mendukung pertumbuhan bisnis dan kampanye pemasaran (Thaib & Emanuel, 2020). Agar pemanfaatan teknologi informasi lebih efektif, diperlukan perencanaan yang matang dalam pengelolaan data pelanggan dan analitik pemasaran.

Namun, perusahaan sering menghadapi sejumlah tantangan dalam pengelolaan sistem informasi pemasaran, seperti kurangnya pemahaman tentang penggunaan data pelanggan, kurangnya integrasi sistem pemasaran, dan kurangnya alat yang mendukung analitik pemasaran yang lebih canggih. Salah satu perusahaan yang mengalami masalah tersebut adalah PT. Media Lintas Data.

PT. Media Lintas Data, yang bergerak dalam penyediaan layanan internet, membutuhkan dukungan sistem informasi pemasaran dan teknologi informasi untuk mempermudah operasional bisnis, khususnya dalam mengelola data pelanggan dan kampanye pemasaran. Banyak perusahaan saat ini yang bergantung pada teknologi informasi untuk mendukung proses pemasaran mereka. Seiring dengan itu, PT. Media Lintas Data menawarkan solusi teknologi yang lengkap, didukung oleh keahlian sumber daya manusia dan sistem serta produk perusahaan. Mereka juga memastikan proyek-proyek yang dikerjakan memenuhi standar keselamatan, kesehatan, dan lingkungan yang tinggi, bertujuan untuk mengatasi masalah pelanggan dengan sempurna.

Walaupun telah menerapkan beberapa teknologi digital, PT. Media Lintas Data masih menghadapi tantangan dalam fungsi pemasaran. Meskipun sudah menggunakan aplikasi berbasis desktop seperti Microsoft Word dan Excel, serta aplikasi penyimpanan cloud seperti OneDrive, proses bisnis pemasaran yang ada masih jauh dari optimal. Ketiadaan sistem terintegrasi menyebabkan munculnya masalah seperti redundansi data dan inkonsistensi informasi, karena data disimpan di berbagai tempat dengan format yang berbeda, serta risiko kehilangan data akibat tidak adanya database terpusat. Selain itu, beberapa proses pemasaran seperti

permintaan kampanye masih dilakukan secara manual, yang mengarah pada kurangnya integrasi data dan antar unit kerja.

Karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih struktural seperti penerapan enterprise architecture untuk menyelaraskan sistem pemasaran dengan kebutuhan bisnis perusahaan. Enterprise Architecture akan membantu merancang proses bisnis yang lebih terstruktur, termasuk pengelolaan data pelanggan yang lebih akurat. Dengan arsitektur enterprise, sistem dapat dirancang untuk mengintegrasikan data pelanggan dengan berbagai aplikasi yang digunakan dalam pemasaran, sehingga memungkinkan pemantauan yang lebih baik terhadap kampanye pemasaran dan pengelolaan data pelanggan. Selain itu, arsitektur enterprise dapat diterapkan untuk manajemen pemasaran yang lebih efisien dan memfasilitasi pelacakan masalah yang mungkin muncul, yang pada gilirannya dapat meningkatkan efisiensi operasional.

Menurut Salem Edhah & Zafar (2016), arsitektur enterprise sangat penting untuk memastikan kepatuhan, konsistensi, dan efisiensi dalam pengelolaan informasi, yang dapat diterapkan untuk memperbaiki proses pemasaran dalam perusahaan. Salah satu fungsi utama dari arsitektur enterprise adalah memberikan panduan, batasan, dan informasi yang diperlukan dalam pengambilan keputusan pemasaran, terutama terkait dengan investasi dalam teknologi pemasaran, yang akhirnya dapat meningkatkan efisiensi pemasaran (Yunis dkk., 2009).

Dengan merancang arsitektur enterprise, perusahaan dapat memiliki pedoman yang jelas untuk memanfaatkan sistem informasi pemasaran dan teknologi informasi pemasaran dengan lebih efektif. Konsep enterprise architecture sering digunakan untuk meningkatkan efisiensi bisnis pemasaran, pemanfaatan sistem informasi pemasaran, serta perencanaan dan pelaksanaan kampanye pemasaran (Maita & Habibah, 2020). Salah satu metodologi yang mendukung penerapan arsitektur enterprise adalah TOGAF ADM. TOGAF ADM dipilih karena metodologinya yang terstruktur, yang diharapkan dapat menghasilkan Enterprise Architecture (EA) yang sesuai dengan visi dan tujuan pemasaran perusahaan (Thaib & Emanuel, 2020). Berdasarkan uraian tersebut, maka kajian dan penelitian mengenai perancangan *Enterprise Architecture* sangat dibutuhkan untuk peningkatan kinerja PT. Media Lintas Data Tugas akhir ini difokuskan pada

perancangan *enterprise architecture* dengan judul “Perancangan dan Analisis *Enterprise Architecture* menggunakan TOGAF ADM 9.2 dalam Fungsi Perencanaan Dan Pengendalian Strategis PT. Media Lintas Data”.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Perumusan Masalah disusun berdasarkan latar belakang yang adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis kondisi *existing* pada fungsi pemasaran di PT. Media Lintas Data dengan menggunakan framework TOGAF ADM 9.2?
2. Bagaimana perancangan artefak *Enterprise Architecture* menggunakan *framework* TOGAF ADM sesuai dengan kebutuhan fungsi perencanaan dan pengendalian strategis di PT. Media Lintas Data?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan berdasarkan dari perumusan masalah diatas, yaitu sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi permasalahan pada kondisi *existing* dari arsitektur *enterprise* pada fungsi *marketing* di PT. Media Lintas Data, khususnya terkait dengan integrasi data pelanggan, analisis kampanye pemasaran, dan pengambilan Keputusan berbasis data.
2. Menyusun dan menghasilkan rancangan *blueprint Enterprise Architecture* pada fungsi perencanaan dan pengendalian strategis di PT. Media Lintas Data menggunakan TOGAF ADM, dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi proses pemasaran, integrasi system pemasaran, dan pengelolaan data pelanggan.

## **I.4 Batasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa batasan, yaitu sebagai berikut:

1. Perancangan *Blueprint Enterprise Architecture* pada fungsi perencanaan dan pengendalian strategis akan menggunakan framework TOGAF yang terdiri dari 8 fase, yaitu *Preliminary Phase, Architecture Vision, Business Architecture, Information Architecture, Technology Architecture, Opportunities and Solution, dan Migration Planning*.
2. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, serta dokumen internal; tidak melibatkan survei eksternal atau data operasional real-time

3. Penelitian ini memiliki keterbatasan berupa tidak tersedianya dokumen *Standar Operasional Prosedur (SOP)* resmi pada divisi pemasaran PT. Media Lintas Data. Ketiadaan SOP mengakibatkan proses identifikasi alur kerja tidak dapat dilakukan berdasarkan prosedur tertulis. Oleh karena itu, pemodelan proses bisnis dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan berbasis observasi langsung dan wawancara mendalam terhadap pelaku proses

### **I.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan pembahasan diatas, maka manfaat yang akan didapatkan dari penelitian ini diantaranya:

1. Bagi PT. Media Lintas Data, perancangan *Blueprint* ini diharapkan dapat bermanfaat dalam meningkatkan efisiensi proses bisnisnya sehingga dapat lebih produktif.
2. Bagi penulis, penulisan ini diharapkan menambah wawasan dan ilmu terkait perancangan menggunakan TOGAF ADM.

### **I.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab VI dalam laporan penelitian.

#### a) BAB I Pendahuluan

Bab ini memuat penjelasan mengenai topik penelitian yang dibahas, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang akan digunakan dalam tugas akhir ini.

#### b) BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini memuat ulasan (*review*) atau mengkaji pustaka, teori, konsep, model, penelitian terdahulu, dan lain-lain yang bisa digunakan sebagai landasan atau acuan dalam Tugas Akhir

#### c) BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan rencana dan prosedur penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan jawaban yang sesuai dengan permasalahan atau tujuan Tugas Akhir.

#### d) BAB IV Persiapan dan Identifikasi

Bab ini membahas hasil rancangan Enterprise Architecture berdasarkan TOGAF ADM 9.2, meliputi Business, Application, Data, dan Technology Architecture. Pembahasan mencakup analisis kesenjangan antara kondisi existing dan arsitektur target, serta relevansi rancangan terhadap kebutuhan strategis PT. Media Lintas Data.

e) BAB V Analisis dan Perancangan

Bab ini memuat analisis dan perancangan Enterprise architecture (EA) untuk *Business Architecture, Data Architecture, Application Architecture, Technology Architecture, Opportunities and Solution* dan *Migration Planning* pada PT. Media Lintas Data fungsi perencanaan dan pengendalian strategis.

f) BAB VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini memuat kesimpulan yang menyimpulkan secara garis besar isi dari penelitian dan saran berupa komentar atau sanggahan yang bersifat menyarankan kepada instansi yang terkait dengan penelitian.