PERENCANAAN STRATEGIS TEKNOLOGI INFORMASI

Analisis Visi, Misi, Matriks Strategis, serta Metode dan Algoritma
PT Metrodata Electronics Tbk

Disusun untuk memenuhi tugas mata kuliah
Perencanaan Strategis Teknologi Informasi

1. Pendahuluan

Perencanaan Strategis Teknologi Informasi (TI) merupakan proses untuk memastikan bahwa pemanfaatan teknologi selaras dengan tujuan dan arah bisnis organisasi. Dalam praktiknya, strategi TI tidak hanya berkaitan dengan pengadaan perangkat atau pengembangan aplikasi, tetapi juga mencakup bagaimana sistem informasi, data, infrastruktur, sumber daya manusia, dan tata kelola teknologi digunakan untuk mendukung pencapaian tujuan perusahaan.

PT Metrodata Electronics Tbk dipilih sebagai objek kajian karena perusahaan memiliki keterkaitan yang kuat dengan industri teknologi informasi. Metrodata tidak hanya menjalankan bisnis distribusi produk teknologi, tetapi juga menyediakan solusi dan layanan transformasi digital bagi pelanggan dan mitra bisnis. Kondisi tersebut membuat Metrodata relevan untuk dianalisis dari perspektif Perencanaan Strategis TI, khususnya dalam melihat hubungan antara visi dan misi perusahaan dengan kebutuhan strategi teknologi.

2. Deskripsi Perusahaan

PT Metrodata Electronics Tbk merupakan perusahaan Indonesia yang bergerak di bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Perusahaan memposisikan diri sebagai penyedia solusi digital dan inovator teknologi, dengan dua lini bisnis utama, yaitu Distribution serta Solution & Consulting. Melalui kedua lini tersebut, Metrodata menangani kebutuhan teknologi mulai dari distribusi perangkat keras dan perangkat lunak hingga solusi transformasi digital.

Dalam lini Solution & Consulting, portofolio Metrodata mencakup berbagai area seperti Cloud, Data & AI, Cybersecurity, Hybrid IT Infrastructure, Business Application, Digital Business Platform, Consulting & Advisory, dan Managed Services. Portofolio tersebut menunjukkan bahwa teknologi

menjadi bagian penting dari aktivitas bisnis perusahaan sekaligus menjadi layanan utama yang ditawarkan kepada pelanggan.

Secara strategis, karakter Metrodata memberikan ruang untuk mengkaji bagaimana perusahaan mempertahankan bisnis distribusi sekaligus mengembangkan layanan berbasis teknologi. Oleh karena itu, analisis visi-misi dapat dilanjutkan dengan pemetaan faktor internal dan eksternal menggunakan matriks strategi.

3. Visi dan Misi Metrodata

Berdasarkan materi riset yang digunakan dalam penyusunan tugas ini, visi dan misi Metrodata adalah:

Komponen	Pernyataan
Visi	“Leading Digital Economy Hub & Enabler”
Misi 1	To drive digital technology advancement in Indonesia.
Misi 2	To provide innovative digital transformation solutions and service excellence to customers and business partners.
Misi 3	To maximize shareholders' value and build a great place to work.

Selain visi dan misi, Metrodata memiliki nilai inti Integrity, Professionalism, dan Entrepreneurship. Nilai tersebut dapat digunakan sebagai konteks pendukung ketika menghubungkan arah perusahaan dengan strategi bisnis dan TI.

4. Hubungan Visi dan Misi dengan Perencanaan Strategis TI

Visi/Misi	Makna Strategis	Implikasi terhadap TI
Leading Digital Economy Hub & Enabler	Menjadi penghubung dan penggerak ekosistem ekonomi digital.	Penguatan platform digital, cloud, data & AI, infrastruktur, serta integrasi layanan.
Mendorong kemajuan teknologi digital di Indonesia	Berperan dalam perkembangan adopsi teknologi digital.	Pengembangan kompetensi, solusi teknologi, dan ekosistem kemitraan.
Menyediakan solusi transformasi digital inovatif	Memberikan solusi yang relevan dan bernilai bagi pelanggan.	Pengembangan solusi, cybersecurity, business application, data & AI, dan managed services.
Service excellence bagi pelanggan dan mitra	Menjaga kualitas layanan dan hubungan bisnis.	Sistem monitoring layanan, integrasi data, keamanan, dan peningkatan pengalaman pengguna.
Memaksimalkan nilai pemegang saham	Menjaga kinerja dan nilai bisnis.	Pemanfaatan data untuk pengambilan keputusan, efisiensi proses, dan pengukuran kinerja.
Membangun great place to work	Menciptakan lingkungan kerja yang mendukung SDM.	Sistem kolaborasi, knowledge management, serta dukungan teknologi bagi produktivitas karyawan.

5. Analisis SWOT

SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal berupa Strengths dan Weaknesses serta faktor eksternal berupa Opportunities dan Threats. Dalam konteks tugas ini, SWOT menjadi tahap awal sebelum pembobotan IFAS/EFAS.

Strengths (S)	**Weaknesses (W)**
Pengalaman panjang di industri ICT.	Ketergantungan pada bisnis distribusi dengan margin relatif tipis.
Portofolio solusi digital yang luas.	Kompleksitas struktur grup dapat meningkatkan kebutuhan koordinasi.
Kemitraan dengan principal teknologi global.	Sebagian produk distribusi berkaitan dengan produk impor.
Kombinasi bisnis distribusi dan solution/consulting.	Brand lebih kuat pada pasar B2B dibanding pasar konsumen umum.
Opportunities (O)	**Threats (T)**
Percepatan transformasi digital.	Persaingan industri distributor dan integrator teknologi.
Pertumbuhan kebutuhan cloud, AI, data analytics, dan cybersecurity.	Perubahan teknologi yang cepat.
Digitalisasi UMKM dan organisasi di Indonesia.	Ketergantungan pada sebagian principal global.
Peluang pengembangan solusi dan investasi teknologi.	Fluktuasi ekonomi dapat memengaruhi belanja TI perusahaan.

6. Matriks IFAS

IFAS (Internal Factor Analysis Summary) digunakan untuk merangkum faktor internal. Bobot menunjukkan tingkat kepentingan faktor dengan total bobot 1,00. Rating menunjukkan kondisi atau respons perusahaan pada skala 1–4. Skor diperoleh dari perkalian bobot dan rating.

Faktor Internal	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
Jaringan distribusi dan kemitraan global	0,15	4	0,60
Portofolio solusi digital lengkap	0,15	4	0,60
Pengalaman dan reputasi di industri ICT	0,10	3	0,30
SDM dan kompetensi digital	0,10	3	0,30
Margin distribusi relatif tipis	0,15	2	0,30
Struktur grup kompleks	0,10	2	0,20
Ketergantungan pada produk impor	0,10	2	0,20
Brand awareness ritel relatif lebih rendah	0,15	2	0,30
Total	1,00		2,80

Catatan: bobot dan rating di atas merupakan contoh ilustratif untuk kebutuhan akademik, bukan hasil survei atau penilaian resmi Metrodata.

7. Matriks EFAS

EFAS (External Factor Analysis Summary) digunakan untuk merangkum peluang dan ancaman. Perhitungan menggunakan konsep yang sama: Skor = Bobot × Rating.

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Percepatan transformasi digital nasional	0,20	4	0,80
Kenaikan kebutuhan cloud, AI, dan cybersecurity	0,20	4	0,80
Dukungan digitalisasi organisasi/UMKM	0,10	3	0,30
Peluang ekspansi dan pengembangan ekosistem teknologi	0,10	3	0,30
Persaingan industri yang ketat	0,15	2	0,30
Perubahan teknologi yang cepat	0,10	2	0,20
Ketergantungan pada principal asing	0,10	2	0,20
Fluktuasi ekonomi makro	0,05	2	0,10
Total	1,00		3,00

Catatan: nilai EFAS di atas juga bersifat ilustratif dan perlu disesuaikan apabila dosen meminta data hasil penelitian yang lebih objektif.

8. Matriks IE (Internal–External)

Matriks IE memetakan total skor IFAS pada sumbu internal dan total skor EFAS pada sumbu eksternal. Dengan contoh skor IFAS 2,80 dan EFAS 3,00, posisi analisis berada pada area dengan kondisi internal sedang dan eksternal relatif tinggi. Dalam model sembilan sel David, posisi tersebut termasuk Sel II yang umumnya dikaitkan dengan arah Grow and Build.

Komponen	Nilai	Keterangan
IFAS	2,80	Kekuatan internal berada pada tingkat sedang.
EFAS	3,00	Respons terhadap lingkungan eksternal berada pada tingkat tinggi.
Posisi IE	Sel II	Arah umum: Grow and Build.

Interpretasi ini merupakan hasil dari angka ilustratif yang digunakan dalam tugas. Karena bobot dan rating bukan hasil survei resmi, posisi matriks IE sebaiknya diperlakukan sebagai contoh penerapan metode, bukan sebagai kesimpulan definitif mengenai strategi Metrodata.

9. Algoritma dan Metode yang Digunakan

No.	Metode/Algoritma	Fungsi dalam Analisis
1	SWOT Analysis	Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan.

No.	Metode/Algoritma	Fungsi dalam Analisis
2	IFAS	Memberikan bobot dan rating pada faktor internal untuk menghasilkan skor internal.
3	EFAS	Memberikan bobot dan rating pada faktor eksternal untuk menghasilkan skor eksternal.
4	Weighted Scoring	Menghitung skor setiap faktor dengan rumus Bobot × Rating.
5	Matriks IE – Model David	Memetakan skor IFAS dan EFAS untuk melihat arah umum strategi.
6	Ward & Peppard	Dapat digunakan sebagai tahap lanjutan untuk menyelaraskan strategi bisnis dengan strategi SI/TI.
7	QSPM	Dapat digunakan sebagai tahap lanjutan untuk membandingkan alternatif strategi secara kuantitatif.

10. Algoritma Perhitungan Weighted Scoring

Algoritma perhitungan yang digunakan dalam IFAS dan EFAS dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\text{Skor Faktor} = \text{Bobot} \times \text{Rating}$$

Langkah algoritmanya: (1) identifikasi faktor internal atau eksternal; (2) tentukan bobot setiap faktor dengan rentang 0 sampai 1 dan pastikan total bobot = 1,00; (3) tentukan rating 1–4; (4) kalikan bobot dengan rating; (5) jumlahkan seluruh skor untuk memperoleh total IFAS atau EFAS; dan (6) gunakan total tersebut sebagai koordinat pada Matriks IE.

11. Contoh Pseudocode

```
START
Input daftar_faktor
Untuk setiap faktor:
   tentukan bobot
   tentukan rating
   skor = bobot × rating
   total = total + skor
Jika jenis = IFAS → simpan total_internal
Jika jenis = EFAS → simpan total_eksternal
Plot (total_internal, total_eksternal) pada Matriks IE
END
```

12. Kesimpulan

PT Metrodata Electronics Tbk merupakan objek yang relevan untuk kajian Perencanaan Strategis Teknologi Informasi karena aktivitas bisnisnya memiliki hubungan langsung dengan teknologi, mulai dari distribusi produk ICT hingga penyediaan solusi transformasi digital. Visi “Leading Digital Economy Hub & Enabler” dan misi perusahaan menunjukkan arah untuk mendorong kemajuan teknologi digital, menyediakan solusi transformasi digital, meningkatkan nilai bagi pemegang saham, serta membangun lingkungan kerja yang baik.

Untuk menganalisis arah strategis perusahaan, digunakan SWOT sebagai identifikasi faktor, kemudian IFAS dan EFAS sebagai metode pembobotan, serta Matriks IE untuk memetakan posisi strategis. Perhitungan menggunakan algoritma weighted scoring, yaitu bobot dikalikan rating. Dalam contoh ilustratif, diperoleh IFAS 2,80 dan EFAS 3,00 sehingga terpetakan pada Sel II. Tahap selanjutnya dalam konteks Perencanaan Strategis TI dapat menggunakan Ward & Peppard untuk menghubungkan strategi bisnis dengan strategi SI/TI dan QSPM untuk membandingkan alternatif strategi.

13. Catatan Sumber Data

Materi dasar tugas ini berasal dari hasil riset yang dirangkum pada dokumen yang diberikan. Untuk pengumpulan resmi, bagian visi, misi, profil, dan angka perusahaan sebaiknya dilengkapi dengan kutipan sumber primer seperti situs resmi Metrodata dan laporan tahunan terbaru. Nilai bobot/rating IFAS–EFAS dalam dokumen ini secara eksplisit diposisikan sebagai ilustrasi akademik, sehingga tidak sebaiknya ditulis sebagai data resmi perusahaan.