



Research Article

Open Access (CC-BY-SA)

Perencanaan portofolio aplikasi pada e-commerce olx menggunakan analisis ward dan peppard

Rayhan Abdillah Putra Firmansyah ^{a,1,*}; Ari Cahaya Puspitaningrum ^{a,2}

^a Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Desain, Universitas Hayawuruk Perbanas Surabaya

¹ 202102021003@mhs.hayamwuruk.ac.id; ² ari.cahaya@perbanas.ac.id

* Corresponding author

Artikel Histori: Diterima 08/01/2025; Revisi 24/02/2025; Terbit 30/03/2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk merancang portofolio aplikasi strategis bagi e-commerce OLX guna meningkatkan daya saing dan relevansi layanan. Menggunakan metode IT Balanced Scorecard, analisis dilakukan melalui survei pengguna, wawancara, dan studi aplikasi pesaing. Hasil menunjukkan perlunya pengembangan fitur personalisasi, optimalisasi kinerja, dan peningkatan keamanan transaksi. Portofolio yang diusulkan mencakup prioritas fitur berbasis nilai tambah, integrasi teknologi AI, dan strategi pemasaran digital. Implementasi rencana ini diharapkan memperkuat posisi OLX di pasar e-commerce.

Kata Kunci: Kata Pertama, Kata Kedua, Kata Ketiga, Kata Keempat, Kata Kelima. (Arial 10pt)

Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi digital dalam berbagai bidang, termasuk dalam sektor e-commerce. Sebagai salah satu platform terkemuka dalam pasar online, OLX berperan penting dalam memfasilitasi transaksi jual beli secara daring. Penggunaan SI/TI membantu perusahaan agar dapat mengerjakan proses bisnis yang ada dengan lebih efektif serta meminimalisir kemungkinan human error [1]. Selain itu, SI/TI memungkinkan optimalisasi pengalaman pengguna melalui fitur-fitur seperti pencarian produk yang lebih cepat, integrasi pembayaran digital, dan keamanan data pengguna. Transformasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan.

OLX (Online Exchange) adalah platform e-commerce terkemuka yang menyediakan layanan untuk jual beli barang dan jasa secara daring. Berdiri pada tahun 2006, OLX memiliki fokus utama sebagai platform iklan baris (classifieds) yang memungkinkan individu atau bisnis untuk memposting produk, layanan, atau properti yang ingin dijual secara gratis atau dengan biaya tertentu. OLX menggunakan teknologi terkini untuk mendukung operasional platformnya, memastikan pengalaman pengguna yang optimal dalam transaksi jual beli daring. Platform ini didukung oleh teknologi berbasis cloud untuk memastikan ketersediaan layanan yang stabil dan mampu menangani lalu lintas data tinggi.

Untuk itu, metode analisis Ward & Peppard dipilih sebagai pendekatan dalam menyusun perencanaan portofolio aplikasi OLX. Pendekatan Ward dan Peppard digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk menyelaraskan visi misi perusahaan dengan strategis sistem informasi menggunakan berbagai metode dalam melakukan analisis kondisi bisnis dan SI/TI [2]. Metode ini adalah metode yang komprehensif, dimana metode ini terlebih dahulu dimulai dari kegiatan penilaian serta pemanfaatan terhadap situasi saat ini baik pada lingkungan bisnis maupun lingkungan SI/TI [3]. Dengan memanfaatkan teknik ini, perusahaan dapat mengidentifikasi posisi strategis portofolio aplikasi yang dimiliki, menganalisis celah antara kebutuhan bisnis dan kapabilitas teknologi saat ini, serta merancang langkah-langkah perbaikan yang terukur.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan metode analisis Ward & Peppard dalam mendukung pengelolaan portofolio aplikasi OLX secara strategis. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi OLX maupun perusahaan e-commerce lainnya untuk merumuskan kebijakan pengelolaan portofolio aplikasi yang optimal, adaptif, dan berorientasi pada kebutuhan pasar.

Metode Penelitian

Metode penelitian berisi jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, target/sasaran, subjek penelitian, prosedur, instrumen, dan teknik analisis data serta hal-hal lain yang berkaitan dengan cara penelitiannya. Metode penelitian dapat ditulis dalam sub-subbab, dengan sub-subheading. Sub-subjudul tidak perlu diberi notasi, namun ditulis dengan huruf kecil berawalkan huruf kapital, Arial italic, unbold, rata kiri.

Metodologi penelitian adalah serangkaian metode, langkah-langkah, dan prosedur sistematis yang digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data dalam sebuah penelitian. Sub-subbab bisa berbeda, menurut jenis atau pendekatan penelitian yang digunakan. Pada penelitian ini Beberapa metode yang digunakan dalam Perencanaan Strategis SI/TI, Analisis Porter's Five Forces, Analisis Value Chain, Analisis SWOT, analisis CSF, strategi SI/TI.



Gambar 1. Alur Penelitian

a. Perencanaan Strategi SI/TI

Perencanaan Strategi SI/TI adalah proses terstruktur dan sistematis yang bertujuan untuk menyelaraskan kebutuhan sistem informasi (SI) dan teknologi informasi (TI) dengan strategi bisnis organisasi. Perencanaan strategis sistem dan teknologi informasi dibutuhkan untuk mempersiapkan organisasi dalam merencanakan pemakaian teknologi dan sistem informasi untuk organisasinya[4]. Dengan demikian, perencanaan strategis sistem dan teknologi informasi memastikan organisasi dapat menyesuaikan kebutuhan sistem informasi dengan langkah strategisnya untuk menghadapi perkembangan masa depan. Perencanaan tersebut dibutuhkan untuk menyesuaikan gerak langkah organisasi dengan sistem informasi agar seirama dengan perkembangan organisasi untuk memenuhi kebutuhan sistem informasi organisasi di masa yang akan datang [5].

b. Analisis Porter's Five Forces

Analisis Porter's Five Forces adalah kerangka kerja yang dikembangkan oleh Michael E. Porter untuk menganalisis tingkat persaingan dalam suatu industri dan menentukan daya tariknya dari sudut pandang profitabilitas. Menurut Porter's Five Forces ada lima hal yang dapat menentukan tingkat persaingan dan daya tarik pasar dalam suatu industri [6].

1. Threat of new entrants (Ancaman Pendatang Baru)

Ancaman ini menentukan seberapa mudah atau sulitnya untuk masuk ke industri tertentu. Ancaman pendatang baru dalam industri serupa mengakibatkan semakin ketatnya persaingan yang berdampak pada penurunan laba[7].

2. Bargaining power of suppliers (Daya Tawar Pemasok)

Daya tawar pemasok yang kuat memungkinkan pemasok untuk menjual bahan baku pada harga yang tinggi ataupun menjual bahan baku yang berkualitas rendah kepada pembelinya[6].

3. Bargaining power of buyers (Daya Tawar Pembeli)

Kekuatan ini menilai daya tawar atau kekuatan penawaran dari pembeli/konsumen, semakin tinggi daya tawar pembeli dalam menuntut harga yang lebih rendah ataupun kualitas produk yang lebih tinggi, semakin rendah profit atau laba yang akan didapatkan oleh perusahaan[8].

4. Threat of substitutes (Ancaman Produk Pengganti)

Hambatan atau ancaman ini terjadi apabila pembeli/konsumen berhadapan dengan produk pengganti yang lebih murah atau produk pengganti yang memiliki kualitas lebih baik dengan biaya pengalihan yang rendah[8].

5. Rivalry among existing competitors (Persaingan dengan Kompetitor Sejenis)

Dalam model ini, persaingan dengan kompetitor sejenis inilah yang menjadi faktor utama dalam persaingan bisnis. Persaingan bisnis yang kian ketat terjadi jika banyaknya perusahaan pesaing yang merebutkan pangsa pasar yang sejenis[9].

c. Analisis Value Chain

Analisis Value Chain (Rantai Nilai) adalah kerangka kerja yang dikembangkan oleh Michael E. Porter untuk memahami aktivitas bisnis yang menciptakan nilai bagi pelanggan. Adapun Value chain ialah

suatu instrumen yang digunakan untuk menganalisis keunggulan kompetitif dan menciptakan teknik yang tepat guna meningkatkan keunggulan tersebut[10]. Value chain dirumuskan oleh porter pada tahun 1985 dalam value chain terdapat dua aktivitas yaitu primary activities(aktivitas utama) dan support activities(aktivitas pendukung).

d. Analisis SWOT

SWOT adalah alat untuk menganalisa dalam mencapai tujuan. SWOT juga dianggap sebagai satu-satunya strategi yang sangat praktis dalam memperbaiki kinerja agar ada kesesuaian dengan target yang diharapkan. Analisis SWOT merupakan satu metode yang memuat perencanaan strategis untuk mengukur kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dapat diaplikasikan dalam suatu proyek[11]. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunity), akan tetapi secara bersama-sama dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats). Untuk mendukung pendekatan ini, digunakan matriks strategi SO, ST, WO, dan WT, yang merupakan bagian dari analisis SWOT.

1. Strategi SO (Strength-Opportunities):

Menggunakan kekuatan internal organisasi untuk memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan eksternal. Strategi ini diarahkan untuk mengambil inisiatif ofensif yang dapat mempercepat pertumbuhan atau penguasaan pasar.

2. Strategi ST (Strength-Threats):

Menggunakan kekuatan organisasi untuk mengatasi atau mengurangi dampak ancaman dari luar. Pendekatan ini fokus pada mempertahankan posisi organisasi dengan memanfaatkan kekuatan yang ada sebagai tameng terhadap ancaman.

3. Strategi WO (Weakness-Opportunities):

Mengurangi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi ini bertujuan untuk memperbaiki aspek internal yang lemah dengan cara memanfaatkan tren positif di pasar.

4. Strategi WT (Weakness-Threats):

Strategi defensif untuk meminimalkan kelemahan internal sekaligus mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi ini lebih bersifat bertahan dan fokus pada menjaga kelangsungan hidup organisasi dalam kondisi sulit

e. Analisis CSF

Critical Success Factors (CSF) adalah elemen-elemen utama yang harus dicapai oleh sebuah organisasi agar dapat mencapai tujuan strategisnya. Critical Success Factor(CSF) adalah istilah manajemen untuk menyebutkan elemen-elemen yang diperlukan bagi suatu organisasi atau proyek untuk mencapai misinya. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka perlu mengetahui setiap key success factor(faktor kunci keberhasilan) dan key result area(area hasil kunci)[12]. Critical Success Factor(CSF) dapat digunakan untuk mengarahkan organisasi dalam mengembangkan rencana strategis, menetapkan guideline untuk aktivitas perusahaan, mengidentifikasi isu-isu kritis yang terkait dengan pelaksanaan rencana strategis, serta dapat digunakan oleh manajer dan organisasi untuk membantu mendapatkan kinerja yang maksimal.

Hasil dan Pembahasan

a. Porter's Five Forces

1. Identifikasi Ancaman Pendetang Baru

Perubahan preferensi konsumen, niche market, dan keamanan transaksi menjadi tantangan utama yang dihadapi oleh OLX dalam menjaga daya saing di industri e-commerce. Konsumen saat ini lebih menyukai platform yang menawarkan fitur-fitur yang mudah digunakan, cepat, dan aman; jika OLX tidak segera beradaptasi, pengguna dapat beralih ke platform kompetitor yang memberikan pengalaman lebih baik. Selain itu, banyak platform baru fokus pada segmen pasar tertentu, seperti jual-beli barang elektronik, otomotif, atau fashion, yang lebih menarik bagi konsumen dengan kebutuhan spesifik. Faktor keamanan transaksi juga menjadi prioritas, di mana platform baru sering kali menawarkan sistem escrow atau metode pembayaran terintegrasi yang memberikan rasa aman lebih tinggi dibandingkan metode langsung seperti yang masih digunakan oleh OLX.

2. Identifikasi Kekuatan Tawar Menawar Pemasok

Pemasok utama OLX, yaitu individu dan bisnis yang menjual barang melalui platform, memiliki daya tawar yang dipengaruhi oleh beberapa faktor utama. Salah satunya adalah ketersediaan alternatif platform, seperti Facebook Marketplace, Tokopedia, dan Shopee, yang memberikan opsi bagi pemasok untuk memilih layanan dengan keuntungan terbaik. Selain itu, akses ke audiens yang lebih luas menjadi daya tarik penting, di mana platform dengan jumlah pengguna aktif yang besar dapat meningkatkan

peluang pemasok dalam menjangkau pembeli. Jika OLX memiliki basis pengguna yang kuat dan aktif, ketergantungan pemasok pada platform ini meningkat, sehingga daya tawar mereka terhadap OLX cenderung menurun.

3. Identifikasi Kekuatan Tawar Menawar Pembeli

Dalam ekosistem platform OLX, penjual dan teknologi memiliki peran penting sebagai bagian dari stakeholder dan penerima manfaat. Penjual memiliki daya tawar yang relatif tinggi karena OLX sangat bergantung pada individu atau bisnis yang menjual barang habis pakai untuk menjaga kelangsungan ekosistemnya. Di sisi lain, teknologi memiliki daya tawar yang relatif rendah karena fokus utama OLX adalah mempermudah pembeli dalam mencari barang habis pakai. Meskipun demikian, teknologi tetap menjadi prioritas utama karena OLX adalah platform digital yang menghubungkan penjual dan pembeli, sehingga inovasi teknologi diperlukan untuk menjaga efisiensi, keamanan, dan kualitas interaksi di dalam platform.

4. Identifikasi Ancaman Produk atau Jasa Pengganti

Ancaman produk atau jasa pengganti bagi OLX muncul seiring berkembangnya alternatif lain yang menawarkan fungsionalitas serupa dengan pendekatan berbeda. Layanan seperti iBox Trade-in atau Reebonz menyediakan opsi tukar tambah dan penjualan barang bekas dengan keamanan yang lebih terjamin, yang dapat menarik minat pengguna dari OLX. Selain itu, ekonomi komunitas dan pasar peer-to-peer, seperti grup jual-beli di Kaskus atau komunitas online lainnya, memungkinkan transaksi lebih langsung tanpa perlu menggunakan platform besar seperti OLX. Di sisi lain, media sosial dengan fitur marketplace, seperti Facebook Marketplace, Instagram Shop, atau komunitas jual-beli di WhatsApp dan Telegram, menghadirkan ancaman signifikan melalui pengalaman transaksi yang lebih fleksibel dan personal bagi pengguna.

5. Identifikasi Intensitas Persaingan Antar Organisasi

Intensitas persaingan di pasar e-commerce dan marketplace yang kompetitif membuat OLX menghadapi berbagai tantangan, termasuk keberadaan banyak kompetitor sejenis seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Facebook Marketplace, yang juga menawarkan layanan jual-beli barang baru maupun bekas. Selain itu, persaingan dalam inovasi dan fitur menjadi faktor krusial, di mana para pesaing terus memperkenalkan layanan seperti sistem escrow, opsi pembayaran terintegrasi, dan pengiriman cepat untuk menarik pengguna. Tidak hanya itu, segmentasi pasar yang tumpang tindih membuat OLX harus bersaing tidak hanya dalam kategori barang bekas, tetapi juga di sektor spesifik seperti otomotif dan properti, menghadapi kompetitor khusus seperti Carsome dan Rumah123.

b. Analisis Matrix SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi suatu organisasi atau proyek. SWOT merupakan Teknik analisa sederhana, mudah untuk difahami untuk dalam merumuskan sebuah model contohnya model pembelajaran dengan melakukan suvey internal tentang Strength(kekuatan), dan Weakness(kelemahan), dan survey eksternal atas Opportunities (peluang) dan Threats(ancaman), serta bisa digunakan dalam merumuskan model-model [11]. Berikut ini merupakan tabel analisis SWOT OLX.

Tabel 1. Analisis Swot Olx

Eksternal Factor \ Internal Factor	STRENGTH	WEAKNESSES
	1. Mudah diakses 2. Mudah ditemukan pada search engine 3. Tampilan toolbar pada aplikasi mudah dipahami 4. Olx telah dikenal luas oleh Masyarakat Indonesia sebagai platform jual beli barang bekas 5. OLX memiliki pengguna dan penjual dari berbagai kota di Indonesia	1. Tidak memberikan asuransi kualitas barang kepada pelanggan 2. Rawan terjadinya penipuan yang dilakukan oleh penjual 3. OLX memiliki keterbatasan dalam menjamin kualitas barang yang dijual
OPPORTUNITIES	STRATEGI SO	STRATEGI WO
1. Olx dapaat dijadikan peluang /sarana untuk Masyarakat yang ingin menjual barang barang bekas	1. Memanfaatkan Brand Recognition dan jaringan luas untuk mendukung promosi tren secondhand	1. Memperketat kontrol terhadap penjual dan listing barang untuk memastikan hanya produk dan penjual terpercaya yang terdaftar,

2. Memudahkan komunikasi baik antara penjual dan pembeli	economy yang semakin populer di Indonesia.	mengurangi risiko buruk bagi pengguna.
3. Menambah kategori barang dan jasa yang dijual dapat menarik lebih banyak pengguna.	2. Mengembangkan fitur premium dan promosi berbayar dengan kerja sama fintech dan layanan pembayaran digital untuk menarik pengguna melalui opsi cicilan.	2. Meningkatkan layanan pelanggan dan fitur report agar keluhan atau masalah penipuan bisa ditangani cepat, meningkatkan loyalitas pengguna.
4. Kolaborasi dengan perbankan digital dapat meningkatkan transaksi melalui pembiayaan atau cicilan.		
THREATS	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. Marketplace besar menyediakan produk baru dengan harga kompetitif, yang dapat menarik pembeli menjauh dari OLX.	1. Memperkuat keamanan transaksi dan verifikasi penjual untuk mengurangi risiko penipuan dan menjaga kepercayaan pengguna.	1. Memberikan garansi/asuransi pada setiap pembelian.
2. Jika penipuan atau masalah layanan meningkat, pengguna dapat kehilangan kepercayaan.	2. Menonjolkan spesialisasi barang bekas dan fitur iklan lokal untuk menghadapi persaingan dari marketplace besar yang lebih fokus pada produk baru.	2. Menambahkan layanan escrow agar konsumen merasa lebih nyaman dan aman bertransaksi.
3. Banyaknya kualitas barang yang kurang baik dan tidak sesuai dengan deskripsi produk	3. Menjalinkan kolaborasi dengan influencer lokal agar konsumen semakin percaya dengan OLX	3. Menyediakan edukasi atau fitur panduan bagi pengguna untuk mengurangi masalah penipuan dan meningkatkan kualitas transaksi di platform

Kemudian hasil dari matrix swot diatas,selanjutnya akan dilakukan Analisa lanjutan yaitu analisis critical success factor.

c. Analisis CSF

CSF (Critical Success Factors) adalah istilah dalam manajemen yang merujuk pada elemen-elemen penting yang harus ada agar sebuah organisasi atau proyek dapat mencapai tujuan atau misinya. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka perlu mengetahui setiapkey success factor (faktor kunci keberhasilan) dan key result area (area hasil kunci) [12].

Tabel 2. Analisis CSF

Strategi SWOT	Strategi Inisiatif
1. Kemudahan Penggunaan dan User Experience (UX)	Fitur pencarian dan filter yang cepat dan akurat
Factor kritis Aplikasi harus mudah digunakan oleh pengguna dengan berbagai tingkat literasi teknologi.	
2. Kepercayaan dan Keamanan	1. Sistem rating dan ulasan untuk memastikan transparansi.
Factor Kritis Karena melibatkan transaksi antar pengguna (C2C), keamanan dan kepercayaan menjadi prioritas.	2. Perlindungan dari penipuan atau iklan palsu melalui moderasi otomatis.
1. Dukungan Layanan Pelanggan	1. Layanan bantuan dan FAQ di aplikasi.
Factor Kritis Dukungan responsif saat pengguna mengalami kendala akan meningkatkan kepercayaan.	2. Tim customer support untuk menangani keluhan dan penyelesaian masalah

Hasil dari analisis CSF, selanjutnya akan dilakukan penilaian pengukuran terhadap fitur tambahan yang nantinya akan diterapkan pada OLX.

d. Strategi SI/TI

Untuk mendukung implementasi strategi sistem informasi yang akan dikembangkan kedepannya, maka diperlukan usulan perencanaan strategi Teknologi. Pemilihan tersebut dilakukan dengan memberi rangking/peringkat terhadap target aplikasi. Peringkat tersebut disusun berdasarkan kompilasi kriteria value bisnis, teknis, dan risiko[13].

Tabel 3. Strategi SI/TI

CSF	Sistem Informasi	Prioritas
Filterisasi membantu menyajikan hasil pencarian yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pengguna berdasarkan kriteria tertentu, seperti kategori, lokasi, harga, atau atribut produk.	FITUR FILTERISASI	MEDIUM
Sistem ini memastikan setiap transaksi lebih terbuka dengan membiarkan pembeli dan penjual saling memberikan umpan balik berdasarkan pengalaman mereka	FITUR RATING DAN ULASAN	MEDIUM
NLP secara otomatis dapat mengkategorikan iklan berdasarkan teks deskripsi yang diunggah pengguna, sehingga mengurangi kesalahan kategorisasi dan mempercepat proses moderasi	SYSTEM NLP	HIGH
FAQ memberikan jawaban langsung untuk pertanyaan umum sehingga pengguna tidak perlu mencari atau menunggu respons dari tim dukungan.	FITUR FAQ	LOW

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menghasilkan sebuah kerangka kerja perencanaan portofolio aplikasi yang dapat diterapkan pada platform e-commerce OLX, sesuai dengan tujuan penelitian. Usulan kerangka kerja perencanaan portofolio aplikasi ini dapat membantu OLX untuk mengidentifikasi faktor-faktor penting dalam mengembangkan aplikasi yang selaras dengan strategi bisnis perusahaan. Faktor-faktor tersebut tercermin dari hasil analisis SWOT, CSF, dan strategis SI/TI yang dilakukan terhadap strategi dan model bisnis OLX. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah kerangka kerja perencanaan portofolio aplikasi yang diusulkan dapat diimplementasikan dan digunakan sebagai alat untuk merencanakan perbaikan serta pengembangan portofolio aplikasi OLX di masa depan.

Daftar Pustaka

- [1] I. Kristiawan and A. D. Manuoutty, "Perencanaan Strategis Sistem Informasi Menggunakan Metodologi Ward and Peppard (Studi Kasus: Resto Bang Jago)," *J. Tek. Inform. dan Sist. Inf.*, vol. 9, no. 1, pp. 749–760, 2022.
- [2] C. D. Rumiarti, B. R. Setiawan, and I. D. M. P. Wiana, "Kajian Perencanaan Strategis Sistem Informasi pada Bisnis Ritel Berbasis Metodologi Ward & Peppard : Studi Kasus PT. Gramedia Asri Media," *J. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 6, no. 3, p. 245, 2019, doi: 10.25126/jtiik.201963926.
- [3] M. Rizky, "Penggunaan Metode Ward And Peppard Dalam Perencanaan Startegis Sistem Informasi: Systematic Literatur Riview," *J. Sist. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 2, no. 1, pp. 212–224, 2024, [Online]. Available: <https://doi.org/10.59581/jusiik-widyakarya.v2i1>.
- [4] Rudiansyah, "Perencanaan Strategis Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi Stikes Palembang Strategic Planning of Information Systems and Information Technology of Palembang Stikes," *J. Digit. Teknol. Inf.*, vol. 2, pp. 68–81, 2019.
- [5] S. Kasus, U. D. Semarang, and L. B. Pada, "Perencanaan Strategis Sistem Informasi Perguruan Tinggi Adian Fatchur Rochim," *Measurement*.
- [6] S. Hintoro and A. Fritz Wijaya, "Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan Porter'S Five Forces," *J. Ekon. Manaj. Sist. Inf.*, vol. 2, no. 6, pp. 729–738, 2021, doi: 10.31933/jemsi.v2i6.613.
- [7] Felicia Fiorenita and Agustine Dwianika, "Penerapan Five Porter Analysis pada Efektifitas Kelangsungan Usaha Pelaku UKM (Studi Kasus UD Rey Collection)," *JSMA (Jurnal Sains Manaj. dan Akuntansi)*, vol. 13, no. 1, pp. 37–47, 2021, doi: 10.37151/jsma.v13i1.56.

-
- [8] A. Hustia et al., "Rancangan Sistem Informasi Penilaian Kinerja Koordinator Proyek PT Atrium Propugnatorum Teknika," *Semin. Nas. Teknol. Komput. Sains*, vol. 10, no. 1, pp. 86–102, 2020, [Online]. Available: <http://seminar-id.com/prosiding/index.php/sainteks/article/view/131%0Ahttps://www.neliti.com/publications/341849/>
- [9] Lidya Veronica Limantoro, "Analisis Strategi Bersaing pada Perusahaan Jasa Kebersihan," 2018. <https://www.neliti.com/publications/287134/analisis-strategi-bersaing-pada-perusahaan-jasa-kebersihan>
- [10] A. Pratama and E. Sholihah, "Analisis Value Chain Pada Minimarket Suryamu Sukoharjo," *Mak. J. Manaj.*, vol. 7, no. 2, pp. 145–155, 2021, doi: 10.37403/mjm.v7i2.343.
- [11] S. Sodikin and S. Gumindari, "Analisis SWOT Mutu Evaluasi Pembelajaran," *JDMP (Jurnal Din. Manaj. Pendidikan)*, vol. 6, no. 1, 2022, doi: 10.26740/jdmp.v6n1.p59-69.
- [12] O. Amalina, E. Purwanto, H. Permatasari, and K. Kunci, "Analisis Critical Success Factor (Csf) Untuk Implementasi Digital Bisnis Critical Success Factor (Csf) Analysis for Digital Business Implementation Info Artikel Abstrak," *J. Sci. Res. Dev.*, vol. 5, no. 2, pp. 98–108, 2023, [Online]. Available: <https://idm.or.id/JSCR/index.php/JSCR>
- [13] M. Maryani and S. Darudiato, "Perancangan Rencana Strategis Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (Si/Ti): Studi Kasus Stmik Xyz," *CommIT (Communication Inf. Technol. J.)*, vol. 4, no. 2, p. 77, 2010, doi: 10.21512/commit.v4i2.539.