



Perencanaan Strategis Sistem Informasi pada Perusahaan Kosmetik Menggunakan Metode *Ward and Peppard*

Nining Ariati^{1*}, Choiriyah Salsabillah², Berliana Inasti³, Fadilah Eka Sari⁴, Putri Kaneshia Rahmadina⁵

¹⁻⁵ Universitas Indo Global Mandiri, Indonesia

Email: nining@uigm.ac.id¹, 2022210007@students.uigm.ac.id², 2022210006@students.uigm.ac.id³, 2022210008@students.uigm.ac.id⁴, 2022210021@students.uigm.ac.id⁵

Korespondensi Penulis : nining@uigm.ac.id

Abstract: *This study explores strategic information system (IS) planning within a local cosmetics company facing the challenges of the digital era and global competition. The primary issues identified include the lack of integrated IT systems, limited digital infrastructure, and difficulty responding to rapid market dynamics. The aim is to develop an IS strategy aligned with the company's business objectives to enhance operational efficiency and competitiveness. A qualitative case study approach is employed, utilizing the Ward and Peppard methodology to analyze both internal and external business environments. SWOT and Value Chain analyses are applied to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats, while Five Forces and IS/IT environmental analysis support the development of targeted strategies. Key findings highlight significant potential in product innovation and digital marketing, yet stress the need for better-integrated IT systems, particularly in data management and business process efficiency. The final outcome includes recommended development of integrated IS solutions: sales systems, inventory tracking, cashier systems, and payroll applications, all prioritized using the McFarlan Strategic Grid. The study concludes that the Ward and Peppard method is effective in guiding companies to formulate adaptive, measurable, and sustainable IS strategies, equipping them to face future challenges in the cosmetics industry.*

Keywords: *Information systems, cosmetics company, Ward and Peppard, strategic planning, SWOT, McFarlan Strategic Grid.*

Abstrak: Penelitian ini membahas perencanaan strategis sistem informasi (SI) pada perusahaan kosmetik lokal yang menghadapi tantangan era digital dan persaingan global. Permasalahan utama yang dihadapi mencakup kurangnya integrasi sistem TI, keterbatasan infrastruktur digital, dan kesulitan merespons dinamika pasar yang cepat berubah. Tujuan penelitian ini adalah merancang strategi SI yang selaras dengan tujuan bisnis perusahaan guna meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan mengadopsi metode Ward and Peppard untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Analisis SWOT dan Value Chain digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, sedangkan analisis Five Forces dan analisis SI/TI internal-eksternal mendukung pemetaan strategi yang tepat. Temuan utama menunjukkan bahwa perusahaan memiliki potensi besar dalam inovasi produk dan pemasaran digital, namun perlu memperkuat sistem TI secara terintegrasi, terutama dalam aspek manajemen data dan proses bisnis. Hasil akhir dari penelitian ini berupa rekomendasi pengembangan sistem informasi berupa sistem penjualan, inventaris, kasir, dan penggajian yang diprioritaskan menggunakan McFarlan Strategic Grid. Kesimpulan menunjukkan bahwa metode Ward and Peppard efektif membantu perusahaan dalam menyusun strategi SI yang adaptif, terukur, dan berkelanjutan untuk menghadapi tantangan industri kosmetik di masa depan.

Kata Kunci: sistem informasi, perusahaan kosmetik, Ward and Peppard, perencanaan strategis, SWOT, McFarlan Strategic Grid

1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini sudah membawa manusia ke era yang lebih maju dan berkembang. Perkembangan teknologi di era ini memberikan banyak dampak positif bagi berbagai bidang. Terkhusus nya pada bidang industri perusahaan. Berbagai kemajuan

software, sistem dan teknologi baru yang begitu mendukung terus bermunculan (Ariati et al., 2024).

Pada era transformasi digital saat ini, setiap organisasi dituntut untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Inovasi dalam teknologi informasi telah menjadi salah satu faktor utama dalam persaingan global yang semakin ketat. Hal ini juga berlaku dalam industri perusahaan kosmetik, yang tidak hanya bersaing dalam kualitas produk, tetapi juga dalam kecepatan dan kecerdasan memanfaatkan teknologi informasi. Sistem informasi yang terintegrasi dan dikelola dengan baik memungkinkan perusahaan untuk memahami kebutuhan konsumen dengan lebih akurat, mempercepat proses bisnis, serta meningkatkan efisiensi operasional. Oleh karena itu, kemampuan perusahaan dalam mengelola dan memanfaatkan sistem informasi secara strategis menjadi sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan kemajuan perusahaan di tengah persaingan pasar yang dinamis.

Sistem informasi dan teknologi informasi merupakan komponen penting dalam berkembangnya suatu perusahaan. Banyak perusahaan, yang sudah menggunakan teknologi informasi dan sistem informasi (SI/TI) untuk menunjang dan mempermudah proses bisnisnya agar lebih efektif dan efisien.

Penerapannya memiliki tiga sasaran, yaitu memperbaiki efisiensi kerja, meningkatkan keefektifan manajemen, dan memperbaiki daya saing dengan cara mengubah pola berbisnis (Ariati et al., 2024).

Kinerja teknologi informasi (TI) memiliki peran penting sebagai penunjang dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi TI di suatu perusahaan. Evaluasi kinerja TI yang baik memungkinkan perusahaan untuk memahami sejauh mana kontribusi teknologi dalam mendukung pencapaian visi dan misi yang telah ditetapkan. Dalam konteks perusahaan kosmetik, perencanaan strategis sistem informasi menjadi sangat krusial untuk memperkuat daya saing perusahaan, terutama di era digital yang menuntut adaptasi cepat terhadap perubahan pasar. Dengan perencanaan yang matang dan analisis yang tepat, perusahaan kosmetik dapat memanfaatkan sistem informasi tidak hanya untuk memperlancar operasional internal, tetapi juga untuk memperluas jangkauan pemasaran, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan pada akhirnya mendukung pencapaian visi, misi, serta tujuan jangka panjang perusahaan.

Dalam menghadapi era digital, perusahaan kosmetik dihadapkan pada tantangan besar dalam hal perencanaan strategis sistem informasi dan operasional bisnis. Pada aspek perencanaan strategis, tantangan yang muncul adalah bagaimana menyelaraskan strategi TI dengan tujuan bisnis secara keseluruhan. Seringkali, perusahaan kesulitan memprediksi

kebutuhan teknologi jangka panjang akibat dinamika pasar yang cepat berubah, seperti tren kecantikan yang berganti dengan cepat atau munculnya platform digital baru. Selain itu, perusahaan juga harus mampu memilih investasi teknologi yang tepat agar tidak terjadi pemborosan sumber daya. Di sisi operasional bisnis, tantangan yang dihadapi meliputi integrasi data dari berbagai lini bisnis, seperti produksi, distribusi, pemasaran, hingga layanan pelanggan. Perusahaan harus memastikan bahwa setiap proses bisnis berjalan lancar dan terhubung secara real-time melalui sistem informasi yang andal. Misalnya, ketika terjadi lonjakan permintaan produk melalui kampanye media sosial, sistem harus mampu memproses pesanan tanpa hambatan dan menjaga ketersediaan stok. Jika tidak dikelola dengan baik, hal ini dapat mengganggu kepuasan pelanggan dan merugikan perusahaan. Oleh karena itu, pengelolaan strategi dan operasional TI yang matang sangat diperlukan agar perusahaan kosmetik dapat beradaptasi dan bersaing secara efektif di pasar.

Berdasarkan tantangan tersebut, peneliti sangat tertarik membuat perencanaan strategis dengan menggunakan metode ward and peppard yang diharapkan mampu memberikan pengaruh positif terhadap efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam memproses bisnis dan mengidentifikasi kebutuhan sistem informasi di masa depan, serta mempercepat kinerja perusahaan kedepannya.

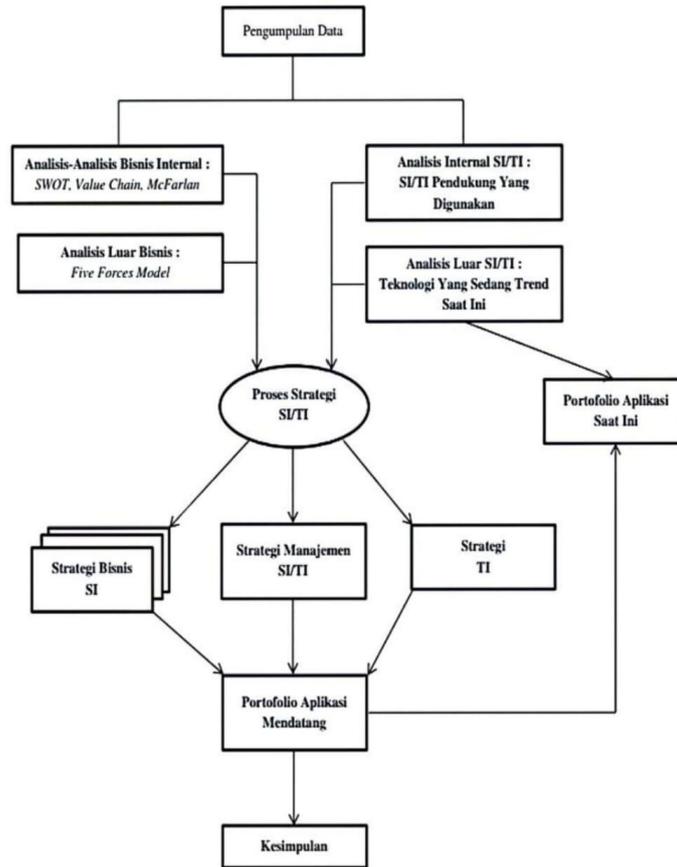
Penelitian ini bertujuan untuk menyusun perencanaan strategis sistem informasi yang mampu mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi perusahaan kosmetik, khususnya dalam menyelaraskan strategi TI dengan tujuan bisnis dan mengoptimalkan operasional bisnis. Dengan menggunakan metode Ward and Peppard, penelitian ini akan membantu perusahaan dalam menganalisis kondisi lingkungan bisnis dan TI secara menyeluruh, mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang ada, dan merumuskan strategi sistem informasi yang tepat sasaran. Masalah yang diharapkan dapat diselesaikan antara lain kurangnya integrasi antar sistem yang menyebabkan proses bisnis berjalan tidak efisien, ketidakmampuan perusahaan dalam merespons tren pasar secara cepat, serta kelemahan dalam pemanfaatan data untuk pengambilan keputusan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan rancangan strategi sistem informasi yang dapat diterapkan secara bertahap dan terukur, yang mampu meningkatkan efektivitas, efisiensi, serta daya saing perusahaan kosmetik di era digital. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan memberikan rekomendasi implementasi yang realistis agar perusahaan dapat lebih siap dalam menghadapi perkembangan teknologi di masa depan dan lebih responsif terhadap perubahan kebutuhan pasar.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk mengkaji penerapan perencanaan strategis sistem informasi pada perusahaan kosmetik. Objek penelitiannya adalah perusahaan kosmetik yang aktif memasarkan produknya secara digital dan sedang berupaya mengembangkan sistem informasi yang lebih terintegrasi. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan dua cara. Pertama, melalui observasi langsung, yaitu dengan memantau aktivitas perusahaan di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan platform lainnya untuk melihat bagaimana perusahaan mempromosikan produknya dan berinteraksi dengan konsumen. Kedua, dengan mengumpulkan data sekunder yang diperoleh dari jurnal ilmiah, buku referensi, dan artikel yang berkaitan dengan perencanaan strategis sistem informasi serta perkembangan industri kosmetik saat ini.

Data yang diperoleh akan dianalisis, bagaimana jika perusahaan kosmetik saat ini menggunakan metode Ward and Peppard di dalam perencanaan strategisnya di bidang sistem informasi. Metode Ward dan Peppard merupakan pendekatan yang dikembangkan pertama kali oleh John Ward dan Joe Peppard di tahun 2002 (Sam et al., 2018). Metode ini merupakan metode yang terperinci dan dapat digunakan untuk merumuskan perencanaan serta strategi perusahaan di masa depan. Metode ini sangat berlaku baik dalam konteks strategi bisnis ataupun strategi sistem informasi/teknologi informasi suatu perusahaan. Skema penelitian dimulai dengan analisis lingkungan bisnis perusahaan untuk memahami kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi strategi. Selanjutnya, dilakukan analisis terhadap kondisi sistem informasi yang sedang berjalan di perusahaan. Tahap berikutnya adalah mengidentifikasi kebutuhan dan peluang pengembangan sistem informasi yang sesuai dengan tujuan bisnis perusahaan. Hasil dari analisis ini kemudian dirumuskan menjadi strategi sistem informasi yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan untuk mendukung keunggulan bersaing di pasar.



Gambar 1 Sistem Perencanaan Strategis *Ward and Peppard*

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Lingkungan Bisnis

Kosmetik merupakan kebutuhan yang bertingkat, mulai dari kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier (Tiyanto., 2013). Banyak masyarakat yang menggunakan produk kosmetik mendorong peralihan dari pengguna kosmetik level pelengkap menjadi level prioritas sehingga mendorong perkembangan industri perusahaan kosmetik.

Analisis lingkungan bisnis internal bertujuan untuk menelaah kondisi internal perusahaan kosmetik, mencakup strategi bisnis yang sedang dijalankan, tujuan jangka panjang, sumber daya yang dimiliki, proses bisnis, budaya organisasi, serta struktur organisasi. Analisis ini dapat menggunakan metode Value Chain dan SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang ada guna mendukung perencanaan strategis yang lebih tepat sasaran. Selanjutnya, analisis lingkungan bisnis eksternal dilakukan untuk memahami faktor-faktor luar yang memengaruhi perusahaan, seperti tren pasar kosmetik, perkembangan teknologi kecantikan terbaru, perubahan perilaku konsumen, persaingan global, hingga regulasi pemerintah yang berlaku.

Faktor ekonomi dan sosial yang memengaruhi daya beli konsumen juga menjadi pertimbangan, dengan pendekatan analisis Five Forces dari Porter untuk menilai tingkat persaingan dan kekuatan pasar. Analisis lingkungan SI/TI internal mengulas kesiapan teknologi informasi yang dimiliki perusahaan, seperti infrastruktur TI, aplikasi yang digunakan (misalnya ERP, CRM, dan sistem e-commerce), serta kemampuan SDM di bidang TI. Evaluasi anggaran dan investasi TI juga dilakukan untuk menilai kesesuaiannya dengan tujuan strategis perusahaan. Sementara itu, analisis lingkungan SI/TI eksternal memfokuskan pada pemantauan tren teknologi terbaru, ancaman keamanan siber, perubahan regulasi, dan peluang pemanfaatan teknologi baru misalnya big data untuk mempersonalisasi produk atau kecerdasan buatan untuk analisis pasar yang dapat mendukung daya saing perusahaan di era digital.

Dari hasil pengamatan terhadap analisis lingkungan bisnis Brand X, sebuah perusahaan kosmetik lokal yang fokus pada produk perawatan kulit alami, menunjukkan bahwa secara internal, perusahaan telah memiliki visi untuk menjadi pemimpin pasar kosmetik berbahan alami di Indonesia. Strategi bisnis yang diterapkan mencakup pengembangan produk yang inovatif, peningkatan kualitas layanan pelanggan, dan perluasan jaringan distribusi melalui e-commerce. Sumber daya manusia yang dimiliki cukup mumpuni, dengan tim R&D yang fokus pada pengembangan formula baru, serta tim pemasaran yang aktif memanfaatkan media sosial. Namun, tantangan yang dihadapi mencakup keterbatasan infrastruktur TI yang belum sepenuhnya terintegrasi, terutama dalam pengelolaan data konsumen dan sistem distribusi. Analisis eksternal menunjukkan bahwa Brand X beroperasi di pasar yang sangat kompetitif dengan pertumbuhan yang pesat, di mana tren kecantikan yang terus berubah dan kehadiran brand global memberikan tekanan besar. Selain itu, faktor regulasi BPOM dan sertifikasi halal menjadi perhatian utama dalam proses produksi saat ini.

Pemanfaatan Sistem Informasi Bagi Perusahaan Kosmetik

Pada era globalisasi yang semakin berkembang, pemanfaatan teknologi telah menjadi inti dari berbagai aspek kegiatan bisnis. Dari interaksi dengan pelanggan hingga manajemen rantai pasok, teknologi telah meresap ke dalam hampir setiap tahapan operasional (Prabowo, Merthayasa, & Saebah, 2023).

Dalam pemanfaatan teknologi, perusahaan tentunya bisa memperluas jangkauan mereka, menjelajahi peluang baru, dan merespons perubahan pasar dengan lebih cepat. Terlebih, pada saat ini sudah banyak perkembangan teknologi yang dapat dijadikan sebagai strategis perencanaan sistem informasi untuk perusahaan kosmetik. Contohnya kecerdasan buatan, analisis data, dan teknologi cloud yang dapat memberikan cara baru dalam mengoptimalkan

efisiensi untuk memahami perilaku konsumen, dan mengambil keputusan strategis yang lebih baik.

Perusahaan kosmetik saat ini memanfaatkan sistem informasi secara strategis untuk mendukung pengambilan keputusan, merancang produk baru, dan memperluas jangkauan pasar. Sistem informasi membantu dalam menganalisis tren konsumen melalui data besar (big data), memantau umpan balik pelanggan secara real-time melalui media sosial, serta mengoptimalkan rantai pasokan agar lebih responsif terhadap perubahan permintaan pasar. Pada strategi manajemen teknologi informasi, perusahaan kosmetik perlu memastikan seluruh perangkat keras dan perangkat lunak yang digunakan mendukung operasional yang optimal.

Saat ini, tantangan yang sering muncul adalah kurangnya integrasi antar sistem atau teknologi yang usang. Oleh karena itu, perlu ada evaluasi berkala terhadap infrastruktur TI dan pembaruan sistem secara berkala. Disarankan juga perusahaan membentuk tim teknologi yang berfokus pada keamanan data, analisis data konsumen, dan pengembangan teknologi pemasaran digital yang memanfaatkan media sosial dan e-commerce.

Strategi Perencanaan Menggunakan Ward And Peppard

Analisis strategi bisnis menggunakan metode Ward and Peppard pada perusahaan kosmetik dapat dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi perusahaan. Hasil dari analisis SWOT yang telah disusun menunjukkan berbagai faktor internal dan eksternal yang perlu diperhatikan untuk menunjang keberhasilan strategi bisnis dan teknologi informasi perusahaan. Berikut adalah penjabaran hasil analisis beserta pembahasannya secara rinci.

STRENGTH (S)

1. Merek sudah dikenal luas di pasar lokal dan regional.
2. Memiliki tim R&D yang inovatif dalam pengembangan produk baru.
3. Jaringan distribusi yang kuat dan tersebar di berbagai wilayah.
4. Sertifikasi halal dan BPOM untuk semua produk.
5. Penggunaan bahan alami yang aman dan berkualitas.
6. Aktif memanfaatkan media sosial dan digital marketing.
7. Kapasitas produksi dengan teknologi manufaktur modern.

WEAKNESS (W)

1. Ketergantungan pada pemasok bahan baku impor.
2. Harga produk relatif lebih tinggi dibanding kompetitor lokal.
3. Brand awareness di pasar internasional masih rendah.
4. Sistem IT belum sepenuhnya terintegrasi di semua divisi.

5. Tingkat retensi karyawan di bagian produksi masih rendah.

OPPORTUNITY (O)

1. Tren konsumen yang semakin peduli dengan produk alami dan ramah lingkungan.
2. Peluang ekspansi pasar ke Asia Tenggara dan Timur Tengah.
3. Kerja sama dengan influencer dan beauty vlogger untuk meningkatkan promosi.
4. Potensi mengembangkan lini produk skincare premium.

THREAT (T)

1. Persaingan ketat dari merek-merek global yang masuk pasar Indonesia.
2. Fluktuasi harga bahan baku impor.
3. Perubahan regulasi terkait kosmetik dan keamanan produk.
4. Ancaman produk tiruan atau palsu di pasar.

Berdasarkan hasil identifikasi kekuatan, perusahaan kosmetik memiliki merek yang kuat, jaringan distribusi yang luas, serta tim riset dan pengembangan (R&D) yang inovatif. Faktor-faktor ini menjadi modal penting untuk dapat bersaing di industri kosmetik yang memiliki persaingan sangat ketat. Namun, di sisi lain, perusahaan juga menghadapi kelemahan berupa ketergantungan pada bahan baku impor dan sistem teknologi informasi yang belum optimal. Kondisi ini dapat menghambat efisiensi bisnis dan menjadi tantangan khususnya dalam menjalankan produksi berskala besar. Peluang besar terbuka bagi perusahaan seiring dengan tren produk alami yang semakin diminati konsumen dan potensi ekspansi ke pasar luar negeri. Peluang ini dapat meningkatkan daya saing perusahaan jika diiringi dengan inovasi produk yang tepat dan berkelanjutan. Meski demikian, ancaman tetap ada, terutama dari persaingan merek global dan risiko kenaikan harga bahan baku yang menjadi ancaman utama. Oleh karena itu, strategi mitigasi risiko dan peningkatan pengawasan kualitas harus menjadi prioritas dalam perencanaan ke depan. Secara keseluruhan, metode Ward and Peppard terbukti membantu perusahaan dalam memetakan faktor-faktor internal dan eksternal secara terstruktur. Dengan hasil ini, perusahaan dapat menyusun strategi teknologi informasi dan bisnis yang lebih selaras dan efektif untuk menghadapi tantangan yang ada.

Analisis selanjutnya dilakukan dengan menggunakan metode Ward and Peppard untuk memetakan faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi teknologi informasi perusahaan kosmetik. Metode ini membantu mengidentifikasi kekuatan utama perusahaan, seperti kepemilikan merek yang kuat, jaringan distribusi yang luas, serta tim riset dan pengembangan yang inovatif. Faktor-faktor ini menjadi modal penting dalam menghadapi persaingan ketat di industri kosmetik yang dinamis. Dari sisi kelemahan, perusahaan

dihadapkan pada ketergantungan bahan baku impor dan infrastruktur TI yang belum optimal. Hal ini berdampak pada efisiensi operasional, terutama dalam skala produksi besar yang membutuhkan kecepatan dan ketepatan. Oleh karena itu, perusahaan perlu berfokus pada penguatan rantai pasok dan peningkatan kapabilitas teknologi informasi agar dapat bersaing lebih efektif.

Peluang besar juga teridentifikasi melalui tren produk alami dan organik yang semakin diminati pasar global. Selain itu, peluang ekspansi ke luar negeri menjadi salah satu fokus strategis yang dapat memperluas pangsa pasar jika disertai inovasi produk yang berkelanjutan. Meski demikian, ancaman tetap perlu diwaspadai, terutama dari pesaing global yang kuat dan potensi fluktuasi harga bahan baku yang dapat memengaruhi stabilitas produksi. Hasil analisis dengan metode Ward and Peppard ini memperlihatkan bahwa perusahaan perlu menyusun strategi TI yang terintegrasi dengan kebutuhan bisnis, seperti pengembangan sistem produksi yang lebih efisien, optimalisasi distribusi, serta pemantauan tren pasar secara real-time. Dengan langkah tersebut, perusahaan dapat memperkuat posisinya di pasar kosmetik yang kompetitif dan terus bertumbuh.

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh melalui beberapa tahapan, baik dari analisis lingkungan internal maupun eksternal perusahaan, metode Ward and Peppard telah membantu dalam memetakan kebutuhan strategis sistem informasi (SI) yang relevan. Analisis ini memperlihatkan bahwa perusahaan kosmetik memerlukan beberapa sistem informasi utama yang mendukung operasional dan daya saing bisnis.

Pertama, sistem informasi penjualan yang mampu mencatat seluruh transaksi penjualan produk kosmetik secara real-time dan memberikan laporan yang akurat untuk divisi keuangan. Sistem ini diusulkan dalam bentuk aplikasi web dan mobile agar mudah diakses oleh berbagai pihak yang berkepentingan. Kedua, fitur kasir yang terintegrasi dengan sistem barcode produk, untuk mempercepat proses transaksi di outlet-outlet perusahaan. Sistem ini dirancang dalam bentuk aplikasi desktop yang memudahkan karyawan dalam penggunaan sehari-hari.

Ketiga, sistem informasi inventaris barang yang menyediakan laporan rekapitulasi stok secara berkala. Hal ini penting agar perusahaan dapat menjaga ketersediaan produk secara optimal di seluruh jaringan distribusi. Sistem ini juga diusulkan berbentuk aplikasi desktop untuk bagian gudang. Keempat, sistem penggajian yang mampu memberikan informasi mengenai rincian gaji, bonus, serta status pembayaran kepada karyawan. Sistem ini akan dikembangkan dalam bentuk aplikasi web dan mobile agar karyawan dapat memeriksa status mereka kapan saja.

Berdasarkan hasil identifikasi sistem informasi tersebut, selanjutnya aplikasi-aplikasi yang diusulkan akan dipetakan dalam McFarlan Strategic Grid untuk menentukan prioritas penerapan, sehingga perusahaan dapat memiliki portofolio sistem informasi yang terintegrasi dan mendukung visi bisnis di masa mendatang.

4. SIMPULAN

Penelitian ini menyusun perencanaan strategis sistem informasi pada perusahaan kosmetik dengan menggunakan metode Ward and Peppard, yang terbukti efektif dalam memetakan kebutuhan dan tantangan internal serta eksternal perusahaan secara menyeluruh. Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat menyesuaikan strategi TI dengan tujuan bisnis utama. Analisis SWOT dan lingkungan bisnis/SI-TI menunjukkan bahwa meskipun perusahaan memiliki kekuatan seperti merek yang dikenal luas dan tim R&D yang inovatif, terdapat kelemahan signifikan pada infrastruktur TI yang belum terintegrasi. Metode ini membantu perusahaan mengidentifikasi peluang (seperti tren produk alami dan pasar ekspor) serta ancaman (seperti kompetitor global dan fluktuasi bahan baku), sehingga dapat merancang solusi strategis berbasis TI yang sesuai. Rekomendasi sistem informasi yang dihasilkan mencakup sistem penjualan, kasir, inventaris, dan penggajian, semuanya dirancang untuk mendukung efisiensi operasional dan meningkatkan daya saing. Dengan pemetaan melalui McFarlan Strategic Grid, prioritas pengembangan sistem menjadi jelas, memungkinkan perusahaan menjalankan transformasi digital yang terstruktur dan berkelanjutan untuk merespons dinamika industri kosmetik secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariati, N., Hariyansa, M., Masito, M., Prasetyo, D., & Valepi, D. R. (2024). Strategi sistem informasi Giant Ekspres Swalayan dengan metode Ward dan Peppard. *Jurnal Penelitian Teknologi Informasi dan Sains*, 2(4), 110–113.
- Ariati, N., Amelia, R., Waty, R., Agnesia, B. R. D., Agustini, S., & Oktariani, P. (2024). Perencanaan strategis SI/TI pada toko “Latina Bakery” dengan menggunakan metodologi Ward and Peppard. *Jurnal Ilmiah Informatika Global*, 15(3), 100–105.
- Cahyo, A., & Manuputty, A. D. (2021). Perencanaan strategi sistem informasi dengan metode Ward and Peppard di perusahaan Toko Surabaya cabang Surakarta. *Journal of Information Systems and Informatics*, 3(2), 365–377.
- Kustanto, G. E. A., & Chernovita, H. P. (2021). Perancangan sistem informasi manajemen berbasis web studi kasus: PT Unicorn Intertranz. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 8(4), 719.

- Prabowo, O. H., Merthayasa, A., & Saebah, N. (2023). Pemanfaatan teknologi informasi dan manajemen perubahan pada kegiatan bisnis di era globalisasi. *Syntax Idea*, 5(7), 883–892.
- Sam, Prastiwi, Alamsah, & K. C. (2018). Implementasi metode Ward dan Peppard dalam perencanaan strategis sistem informasi. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, 4(2).
- Tiyanto, T. R. (2013). Analisis deskriptif strategi bersaing pada perusahaan kosmetik. *Agora*, 1(1), 35909.
- Wardhana, D. S., & Tanaamah, A. R. (2019). Perencanaan strategis sistem informasi menggunakan metode Ward and Peppard studi kasus CV XYZ. *AITI*, 16(1), 18–30.
- Afriyano, M., Darwiyanto, E., & Wisudiawan, G. A. A. (2016). Perencanaan strategis sistem informasi menggunakan metode Ward and Peppard pada PT. *Grahacipta Bangko Jaya. eProceedings of Engineering*, 3(1).
- Septiarani, C. I., Ramadhan, A., Saputra, A. F., & Yalina, N. (2021). Perencanaan strategis sistem informasi dan teknologi informasi pada PT. Matahari Department Store TBK. *IJCIT: Indonesian Journal on Computer and Information Technology*, 6(1), 43–51.
- Ramadhan, A., Saputra, A. F., & Yalina, N. (2021). Perencanaan strategis sistem informasi dan teknologi informasi pada PT. Matahari Department Store TBK. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 6(1), 490810.
- Ishak, R. R., & Pratama, D. (2025, April). Perencanaan strategis SI menggunakan metode Ward & Peppard pada PT Pulau Subur. In *MDP Student Conference* (Vol. 4, No. 1, pp. 186–197).
- Suhono, E. F., & Fibriani, C. (2023). Perencanaan strategis sistem informasi menggunakan metode Porter's Five Forces (Studi kasus: CV. Bio Chitosan Indonesia). *JUTISI: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 12(2), 838–847.
- Saurina, N., Noerhartati, E., & Revitriani, M. (2023). Perencanaan strategis sistem informasi dan teknologi informasi menggunakan SWOT dan BSC pada entrepreneur sorgum. *JUSIBI (Jurnal Sistem Informasi dan E-Bisnis)*, 5(1), 38–57.
- Saputri, N. A. O. (2022). Perencanaan strategis teknologi informasi pada Universitas Tamansiswa Palembang dengan metodologi balanced scorecard.
- Perkasa, A. Analisis SWOT sebagai sarana perumusan strategi sistem informasi pada PT. Tiga Putra.
- Titiana, T., & Bangkalang, D. H. (2023). Analisis dan penerapan topic modeling pada judul tugas akhir mahasiswa menggunakan metode Latent Dirichlet Allocation (LDA). *JIPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, 8(4), 1275–1287.
- Tahir, R., Yendri, O., Iswahyudi, M. S., Waty, E., Yudhanegara, F., Sigamura, R. K., ... & Hayati, N. (2023). *Manajemen: Konsep, prinsip, dan aplikasi*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ependi, U., Panjaitan, F., & Syakti, F. (2020). Pengembangan aplikasi mobile travel guide pada Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 7(3).
- Ngazizah, I. F. Menyoal bisnis kosmetik bersertifikat halal (Analisis Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal).

- Pranata, A. (2020). Perencanaan strategis sistem informasi klinik kecantikan dengan pendekatan Ward and Peppard model (Studi kasus: PT Virgina Estetika [Farina Beauty Clinic]). *Media Informatika*, 19(1), 26–37.
- Hilabi, S. S. (2016). Perencanaan strategis sistem informasi perusahaan dengan pendekatan model Ward and Peppard (Studi kasus PG. Fanada Super Plered Purwakarta). *Techno Xplore: Jurnal Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi*, 1(1).
- Pramesti, E. N. (2024). Perencanaan strategis SI/TI menggunakan metode Ward and Peppard (Studi kasus UD Indoutama Group) (Doctoral dissertation, UPN Veteran Yogyakarta).