

IT/IS ROLES AS THE BUSINESS *ENABLER* BISNIS ON PT. VOLTRAS TRAVEL

Trisna Febriana¹; Ardhianiswari Diah Ekawati²; Yunita Kartika Sari³

School of Information Systems, BINUS University
Jln. K.H. Syahdan No. 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480
¹trisna.febriana@gmail.com; ²aekawati@binus.edu; ³ysari@binus.edu

ABSTRACT

Technology is very important in facilitating the success of the company to win competition. Organizations strive to select and utilize the various technologies in order to support the achievement of their visions and missions. Development of technology covers all aspect from the hardware, software, data communication of technologies and application. The purpose of this research is to study the development of technologies or trend regarding the usage of the said technology in society. The research method of this research was conducted through direct observation, literature review, evaluation and verification of the result before it was standardized into a usage model of technology. The development of business strategy in this research used SWOT analysis. The study's result stated that there are five technology trends which are used in today's society.

Keywords: *information technology, excellence, enabler, organization, SWOT*

ABSTRAK

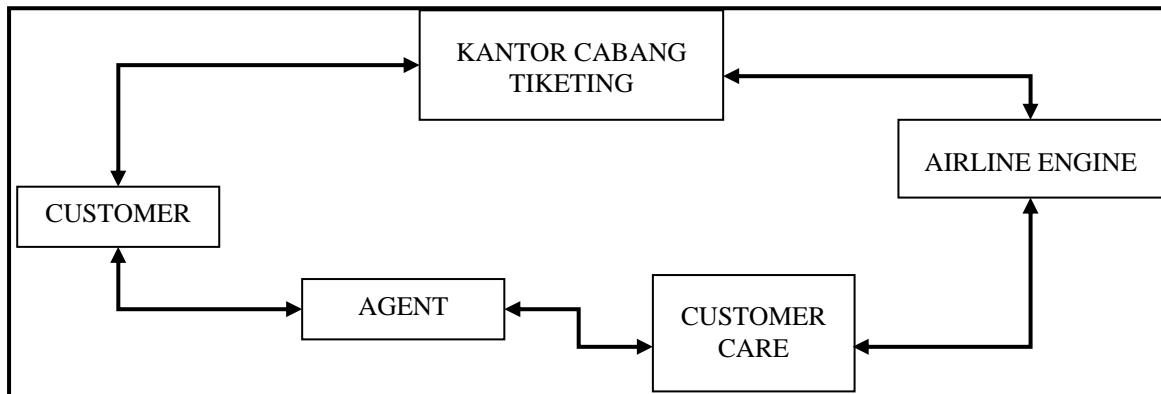
Teknologi amat penting dalam menunjang keberhasilan perusahaan untuk memenangkan persaingan. Organisasi berusaha memilih dan memanfaatkan berbagai teknologi yang tersedia di pasar agar dapat mendukung tercapainya visi misi mereka. Perkembangan teknologi mencakup seluruh aspek didalamnya mulai dari perangkat keras, perangkat lunak, teknologi komunikasi data dan aplikasi. Tujuan penelitian ini adalah melakukan kajian perkembangan atau tren penggunaan teknologi tersebut di masyarakat. Metode penelitian dilaksanakan melalui pengamatan atau observasi langsung, kajian pustaka, evaluasi dan verifikasi hasil kajian tersebut dan kemudian dibakukan ke dalam model penggunaan teknologinya. Pengembangan strategi bisnis yang digunakan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menyatakan terdapat lima tren atau kecenderungan perkembangan teknologi yang progresif yang digunakan di masyarakat dewasa ini.

Kata kunci: *teknologi informasi, keunggulan, enabler, organisasi, SWOT*

PENDAHULUAN

Saat ini, perkembangan teknologi di Indonesia sudah maju, terbukti dengan adaptasi teknologi yang terus dilakukan oleh para pelaku bisnis dalam menjalankan prosesnya. Kondisi saat ini serta masa-masa mendatang, para analisis memprediksi bahwa pengelolaan teknologi melalui *e-commerce* merupakan kunci keberhasilan dalam memenangkan persaingan (Supriyanto, 2004). Dalam persaingan bisnis, manajemen membutuhkan pertukaran informasi yang sangat cepat. Selain untuk kebutuhan manajemen, sistem informasi yang tepat dibutuhkan juga untuk memperlancar proses bisnis yang ada di dalam perusahaan. Sistem informasi yang terpusat dan digunakan oleh setiap bagian yang ada di perusahaan akan mempercepat pertukaran informasi yang akurat dari dan ke setiap bagian. Dengan demikian, proses bisnis yang terjadi di dalam perusahaan menjadi lebih efektif dan efisien (Widiyono, 2013).

PT. Voltras Travel adalah perusahaan travel yang menjalankan bisnis penjualan tiket pesawat internasional dan domestik dengan menggunakan sistem *offline*. Proses penjualan dilakukan pada kantor cabang terdekat beserta *sub agent*. Dalam hal ini, terlihat proses bisnis yang dilakukan oleh PT. Voltras Travel masih kurang peka terhadap inovasi teknologi, padahal *e-commerce* sudah sangat bersahabat bagi masyarakat Indonesia, dapat dilihat dari kemudahan pemesanan tiket *online* melalui *website* maskapai penerbangan secara langsung dan semakin menjamurnya *travel agent* yang sudah menerapkan sistem penjualan *online*. Namun, hanya dengan penerapan inovasi teknologi saja tanpa didukung dengan strategi pemasaran yang baik, bisnis tidak dapat berjalan dengan maksimal. Analisis SWOT merupakan *matching tools* untuk membantu dalam menentukan strategi yang tepat, khususnya, strategi pemasaran sehingga nantinya diharapkan perusahaan akan memperoleh keuntungan maksimal (Suhartini, 2012). Oleh karena itu, PT. Voltras Travel membutuhkan sebuah inovasi teknologi yang dapat membantu pengembangan bisnisnya dan melakukan pengembangan strategi pemasaran bisnis sehingga mampu bertahan dalam menghadapi persaingan. Adapun proses bisnis yang berjalan pada PT. Voltras Travel saat ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1 – Bagan Proses Bisnis Eksisting

Kendala-kendala yang terjadi pada implementasi proses bisnis eksisting adalah: jangkauan pasar terbatas pada tempat tertentu sehingga penjualan tidak terlalu bagus, membutuhkan proses yang panjang dan waktu yang lama untuk 1 proses tiket, respon lambat ketika terjadi kesalahan tiket pada *customer*, dan tidak fleksibel bagi *customer*. Langkah-langkah *strategic* eksisting dalam mencapai keunggulan kompetitif adalah: membangun banyak kantor cabang, menyambung banyak relasi agent untuk penjualan tidak langsung / sistem keagenan, dan menyediakan *customer care* dan *tiketing* yang cukup banyak untuk mampu merespon .dengan cepat seluruh kebutuhan *customer* dan agent.

METODE

Metodologi penelitian yang digunakan meliputi: tempat penelitian, waktu penelitian, teknik atau urutan dalam pelaksanaan penelitiannya. Tempat penelitian dilaksanakan di lingkungan kampus Universitas Bina Nusantara, dalam waktu antara pertengahan tahun sampai dengan akhir tahun 2014. Adapun pelaksanaan penelitian dimulai dengan melakukan observasi langsung, kajian pustaka, evaluasi dan verifikasi hasil kajian tersebut dan kemudian dibakukan ke dalam model penggunaan teknologinya sebagai penyajian hasil penelitian yang dilakukan. Penyusunan strategi bisnis pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Menurut Afrillita (2013), pendekatan dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat dengan menganalisis kekuatan dan kelemahan internal dalam mengantisipasi peluang dan ancaman eksternal adalah dengan melakukan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*).

Dalam penelitian sejenis oleh Supriyanto (2004), dengan judul penelitian “Pemberdayaan teknologi informasi untuk keunggulan bisnis” menyatakan bahwa pemberdayaan teknologi informasi saat sekarang ini sudah merupakan kebutuhan yang dimiliki dan harus dipenuhi oleh semua perusahaan, baik perusahaan berskala besar maupun perusahaan berskala kecil agar mempunyai daya saing yang kompetitif. Selain itu, dinyatakan bahwa faktor penentu keberhasilan pengelolaan teknologi informasi di dalam perusahaan harus didukung paling tidak oleh empat pilar, yaitu: (1) sistem manajemen TI; (2) *storage* manajemen TI; (3) sistem keamanan dari *e-business*; (4) dan *pervasive* manajemen diharapkan akan menjadi kunci keberhasilan dalam transformasi *e-business*.

Penelitian lainnya oleh Suhartini (2012) dengan judul Analisa SWOT dalam menentukan strategi pemasaran pada perusahaan menghasilkan bahwa strategi yang digunakan perusahaan adalah dengan memperbaiki sistem dan meningkatkan promosi sehingga dapat memperluas target pasar dan juga mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan dengan tetap mempertahankan hubungan baik kepada konsumen dan relasi bisnisnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap analisis eksisting, dilakukan analisis terhadap lingkungan bisnis yang di PT. Voltras Travel. Analisis yang dilakukan mencakup analisis lingkungan bisnis internal dan analisis lingkungan bisnis eksternal. Analisis lingkungan bisnis internal adalah analisis yang mencakup aspek-aspek strategi bisnis eksisting, dan sumber daya dari PT. Voltras Travel. Terdapat dua komponen analisis lingkungan bisnis internal dari PT. Voltras Travel: (1) strategi bisnis dan (2) sumber daya.

Strategi bisnis yang tetap digunakan oleh PT Voltras Travel adalah dengan sistem keagenan. Sistem keagenan ini diimplementasikan untuk memperluas jangkauan pasar secara merata di seluruh lokasi. Peningkatan sistem keagenan ini diharapkan mampu mencapai penjualan yang ditargetkan. Sehingga penjualan dilakukan dengan dua cara: (1) *Direct selling*/penjualan langsung, *direct selling* atau penjualan langsung dilakukan oleh PT Voltras Travel melalui sistem penjualan B2C atau Bisnis To Customer. Pada sistem ini, PT. Voltras Travel melakukan penjualan secara langsung ke *customer* atau member. (2) *Indirect selling*/penjualan tidak langsung. *Indirect selling* atau penjualan tidak langsung dilakukan oleh PT. Voltras Travel melalui sistem B2B atau Bisnis To Bisnis. Melalui sistem ini, PT. Voltras Travel melakukan penjualan dengan sistem keagenan.

Sumber daya pada internal PT Voltras Travel terdiri dari beberapa divisi keahlian, yaitu: IT Operasional, *IT Developer*, *Sales*, *Finance*, *Production*, dan *Helpdesks*. Pada masing-masing sumber daya tersebut dilakukan pengembangan kompetensi yang dilaksanakan secara terjadwal dengan

mengikuti beberapa seminar dan *training* sesuai bidang keahlian masing-masing. Analisis lingkungan bisnis eksternal dari PT Voltras Travel dapat dilihat dari aspek ekonomi dan perkembangan *travel*. Pada aspek ekonomi, Bank Dunia memperkirakan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2015 akan tetap stabil. Hanya akan mengalami kenaikan tipis dari 5,1 persen di 2014 menjadi sebesar 5,2 persen. “Pertumbuhan ekonomi Indonesia diperkirakan akan cenderung stabil dan sedikit meningkat di tahun 2016 menjadi 5,5 persen,” kata Ahya Ichsan, ekonom Bank Dunia untuk Indonesia, Kamis (18/12) dalam acara Sosialisasi dan Peluncuran Laporan Perkembangan Perekonomian Indonesia 2014 di Perpustakaan UGM.

Ahya mengatakan melambatnya laju pertumbuhan ekonomi di Indonesia dipengaruhi oleh melemahnya pertumbuhan ekonomi dunia. Kondisi tersebut mengakibatkan investasi dan ekspor Indonesia menjadi lemah. Lemahnya ekspor berpengaruh pada kecilnya kontribusi terhadap penyempitan defisit neraca berjalan. “Defisit neraca berjalan turun menjadi 6,8 miliar dolar atau 3,1 persen dari PDB kuartal ketiga 2014 dan lebih rendah sebesar 0,8 poin persen dari PDB dibanding laju tahun lalu. Penurunan ini secara bertahap akan terus berlangsung,” paparnya. Kondisi yang sama, lanjutnya, juga terjadi pada sektor fiskal dengan pertumbuhan penerimaan tetap yang relatif lemah, sementara belanja modal berkontraksi. Pertumbuhan penerimaan pada periode Januari-Oktober 2014 10,8 persen terus berada di bawah pertumbuhan PDB nominal 11,8 persen pada kuartal 1- sampai kuartal 3 tahun 2014. Sementara pada sisi pengeluaran, laju pencairan anggaran secara keseluruhan di akhir Oktober 2014 mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya karena dorongan peningkatan belanja subsidi energi.

Selanjutnya, pada aspek perkembangan *travel*, dikatakan bahwa di tengah stagnannya pertumbuhan penumpang November 2014 akibat melambatnya ekonomi China dan Zona Euro, pertumbuhan perjalanan udara global pada 2015 diperkirakan International Air Transport Association (IATA) tetap positif. Dalam rilisnya, IATA menyebut, pada November 2014, Pertumbuhan penumpang pesawat rute internasional naik 3,6 persen, dibandingkan dengan tahun lalu. Akan tetapi angka tersebut tidak menunjukkan perbaikan bila dibandingkan dengan Oktober 2014, saat pertumbuhannya mencapai 3,7 persen. Menurut IATA, stagnasi ini lebih disebabkan oleh kondisi bisnis global yang turut menahan pertumbuhan pertumbuhan industri penerbangan. Bahkan, stagnasi ini terjadi di penerbangan kelas ekonomi dan premium. Selain itu, IATA melaporkan performa penerbangan jarak jauh menurun pada November 2014. Walaupun terjadi penurunan, pasar penerbangan jarak jauh untuk Timur Tengah tetap menunjukkan kenaikan di kisaran 8 hingga 10 persen untuk rute dari dan menuju wilayah tersebut. Lemahnya kepercayaan terhadap bisnis penerbangan sejak pertengahan 2014 akan membatasi perbaikan di kancah perdagangan nasional tahun ini. Sementara itu, akhir tahun lalu, International Civil Aviation Organization (ICAO) mencatat jumlah pesawat global untuk tujuan wisata dan bisnis naik menjadi 3,2 miliar, dengan pertumbuhan penumpang sebesar 5% dari tahun sebelumnya. Bahkan, ICAO memperkirakan pertumbuhan penumpang pesawat bisa naik dua kali lipat menjadi 6,4 miliar pada tahun 2030, jika ditopang dengan perbaikan ekonomi global. Dengan demikian, dapat dipastikan bahwa bisnis *travel* masih menjanjikan, namun tetap harus mengikuti perkembangan teknologi yang semakin pesat sehingga dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Strategi usulan adalah strategi yang dirancang untuk memperbaiki strategi eksisting dari PT. Voltras Travel. Strategi usulan dijabarkan dengan beberapa analisis strategi yaitu: (1) Matriks SWOT, Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2009). Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang mampu membantu para *manager* dalam mengembangkan strategi. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya (Nisak, 2014). Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT (Irhama dalam Nisak, 2014). Berikut Matriks SWOT dari PT Voltras Travel:

	Internal		
Eksternal		Strengths - S	Weakness - W
	Opportunities - O	SO	WO
	Threats - T	ST	WT

Gambar 2 – Matriks SWOT

Pada matriks SWOT terdapat beberapa 4 komponen yang menyusun, yaitu yang pertama adalah *strength* (Kekuatan/S). Komponen *strength* adalah komponen kekuatan dari PT Voltras Travel dari sisi internal. Kekuatan dari PT Voltras Travel adalah: (1) memiliki SDM Teknologi informasi dan tiket yang handal, (2) memiliki jaringan internet dan intranet yang terstruktur, (3) memiliki perijinan dengan sistem reservasi maskapai penerbangan internasional dan domestic secara legal. Yang kedua adalah *weakness* (Kelemahan/W). Komponen *weakness* adalah komponen yang berisi kelemahan atau kekurangan dari sisi internal. *Weakness* dari PT. Voltras Travel adalah: belum mampu melayani *customer* secara fleksibel, belum optimal dalam menanggapi semua keluhan dan kebutuhan *customer*, belum mampu mengintegrasikan seluruh sistem maskapai penerbangan, dan seluruh pembayaran dan transaksi tidak tercatat dengan rapi dan intergrasi.

Selanjutnya yang ketiga adalah *opportunities* (Peluang/O). Komponen *opportunities* adalah komponen yang berisi peluang dari sisi eksternal. *Opportunities* untuk PT. Voltras Travel adalah: adanya kerja sama dengan beberapa pihak maskapai penerbangan, meningkatnya kebutuhan *customer*, baik kebutuhan pribadi maupun pengembangan bisnis dalam bidang *travel* khususnya penerbangan, adanya kerjasama dengan ISP untuk kebutuhan jaringan dan server, adanya kerja sama dengan beberapa bank untuk sistem pembayaran melalui *virtual account*. Kemudian yang keempat, komponen *threats* (Tantangan/T) adalah komponen yang berisi tantangan dari sisi eksternal. *Threats* untuk PT. Voltras Travel adalah: tidak semua kalangan menengah ke bawah mampu mengoperasikan suatu sistem secara *familiar*, banyaknya bisnis *travel* yang telah berkembang saat ini, dan kurangnya kepercayaan masyarakat untuk menggunakan jasa *travel*.

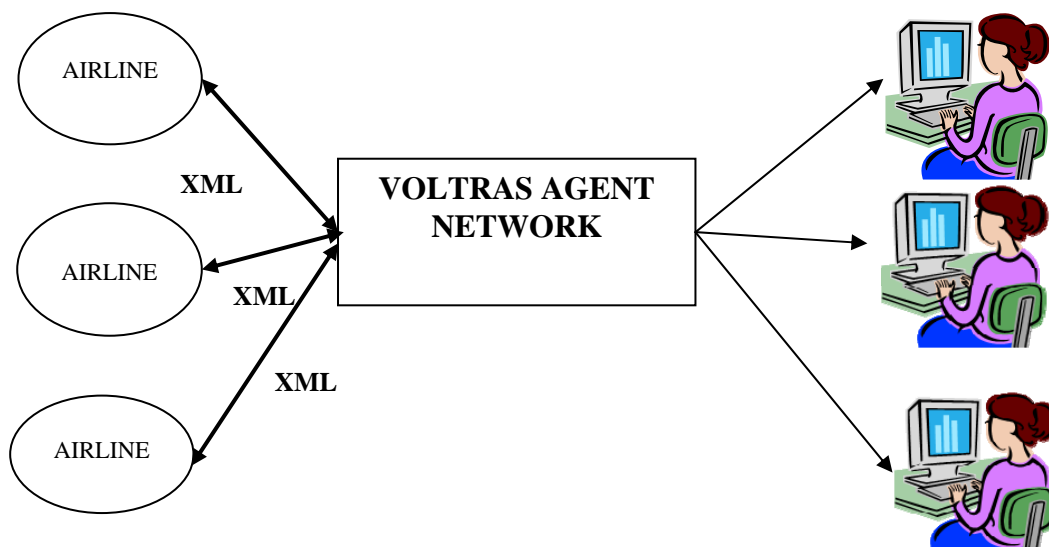
Dari komponen di atas, maka dapat disimpulkan analisis SWOT dari PT. Voltras Travel dengan menggunakan matriks SWOT sehingga menghasilkan strategi sebagai berikut: (1) Strategi SO (Strength & Opportunity), (2) Strategi WO (Weakness & Opportunity), (3) Strategi ST (Strength & Threats), dan (4) Strategi WT (Weakness & Threats). Pertama, strategi SO (Strength & Opportunity) yang memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Posisi ini merupakan posisi yang diharapkan oleh perusahaan, yang kekuatan internal yang dimiliki perusahaan dapat digunakan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Sehingga dapat disimpulkan strategi SO dari PT. Voltras Travel adalah sebagai berikut: memanfaatkan SDM dibidang teknologi informasi dan tiket untuk meningkatkan kebutuhan *customer*, manfaatkan kerja sama dengan beberapa maskapai penerbangan untuk mengintegrasikan sistem maskapai penerbangan tersebut dalam tindakan memenuhi kebutuhan *customer*, maksimalkan jaringan internet untuk meningkatkan kebutuhan *customer* dengan ISP untuk kebutuhan Server dan koneksi jaringan, gunakan SDM dibidang teknologi informasi dan *ticketing* untuk mengintegrasikan antara maskapai penerbangan dan bank untuk pembayaran *customer* agar lebih fleksibel.

Yang kedua, strategi WO (Weakness & Opportunity) adalah strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Apabila perusahaan memiliki peluang eksternal kunci tetapi di satu sisi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghambatnya untuk mengeksploitasi peluang tersebut. Strategi WO dari PT. Voltras Travel adalah: jadikan kerja sama antara maskapai penerbangan dan bank untuk mampu memproses transaksi dan pembayaran *customer*, gunakan kerja sama dengan ISP untuk menghasilkan jaringan internet yang mampu menunjang peningkatan kebutuhan *customer* hingga 24 jam dan fleksibel, dan integrasikan seluruh sistem maskapai penerbangan dengan adanya kerja sama dengan beberapa maskapai penerbangan.

Ketiga, Strategi ST (Strength & Threats) adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Berikut strategi ST dari PT Voltras Travel: (1) Gunakan perijinan dengan beberapa maskapai penerbangan untuk meyakinkan bahwa jasa travel PT Voltras Travel adalah jasa yang terpercaya. Salah satunya dengan memasang logo maskapai penerbangan dengan memasang harga yang sudah diberikan ketentuannya oleh masing-masing maskapai penerbangan. (2) Jadikan SDM teknologi informasi dan tiketing mampu menghasilkan inovasi yang mampu menjadi keunggulan kompetitif daripada travel lain. Misal dengan menampilkan sistem reservasi berupa widget yang mampu dipasang pada masing-masing blog atau website pribadi. (3) Gunakan jaringan internet untuk mempromosikan kemudahan penggunaan sistem reservasi untuk kalangan menengah ke bawah.

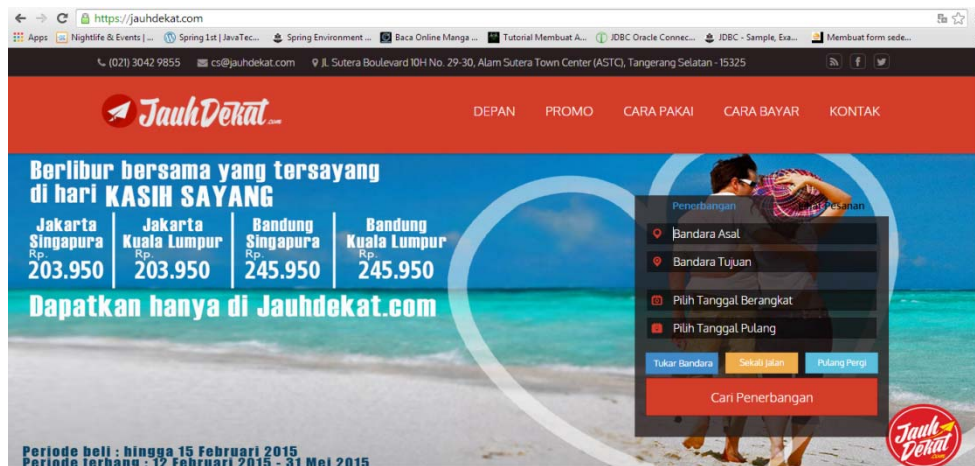
Kemudian yang terakhir, strategi WT (Weakness & Threats) adalah strategi yang merupakan taktik *defensive* yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal. Sebuah organisasi yang menghadapi berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal benar-benar dalam posisi yang membahayakan. Dalam kenyataan, perusahaan semacam itu mungkin harus berjuang untuk bertahan hidup, melakukan *merger*, penciutan, menyatakan diri bangkrut, atau memilih likuidasi. Berikut strategi WT dari PT. Voltras Travel: (1) Membuat sebuah sistem yang *user friendly* sehingga mudah digunakan bagi seluruh lapisan masyarakat. (2) Buat promo-promo yang dapat menarik minat para pelanggan baru sehingga mau untuk menggunakan jasa PT.Voltras Travel ataupun tawaran menarik bagi para pelanggan lama sehingga tetap menjadi *loyal customer* bagi PT.Voltras Travel. (3) Gunakan sebuah sistem administrasi yang baik dan terintegrasi sehingga memudahkan dalam mengelola data pesanan *customer*. (4) Menyediakan layanan *customer service* 24 jam dan juga terhubung dengan sistem, sehingga memudahkan *customer* untuk melakukan *complain* ataupun bermasalah saat melakukan pemesanan tiket.

Strategi IS/IT yang digunakan oleh PT. Voltras Travel terbagi menjadi beberapa bagian sebagai berikut: infrastruktur, arsitektur teknologi, dan produk. Infrastruktur adalah prasarana public yang digunakan untuk mendukung kegiatan bisnis dari PT. Voltras Travel. Berikut infrastruktur yang digunakan: (1) Jaringan internet ISP, (2) Server centos, (3) Platform Java, (4) Oracle database. Selain itu, arsitektur teknologi yang digunakan adalah sebagai berikut:



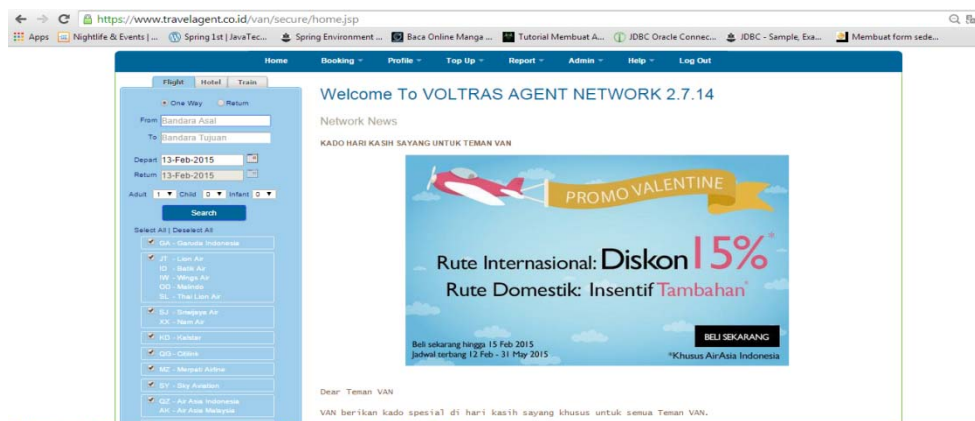
Gambar 3 – Arsitektur Voltras Agent Network

Produk yang merupakan teknologi berdasarkan strategi usulan di atas maka terbentuklah suatu produk teknologi berikut: (1) website E-commerce berbasis b2c (*business to customer*), dan (2) website E-commercer berbasis b2b (*business to business*). Website E-commerce berbasis b2c (*business to customer*) yang diimplementasikan oleh PT. Voltras Travel untuk menjadi *enabler* bisnis adalah website jauhdekat.com, yang website tersebut membantu PT Voltras Travel dalam melakukan bisnisnya untuk penjualan secara langsung (*direct selling*). Berikut tampilan *website* b2c dari PT. Voltras Travel.



Gambar 4 Tampilan Jauhdekat.com

Website tersebut memiliki beberapa fungsi berikut: pencarian jadwal penerbangan, ketersediaan *seat* pesawat/*availability*, *booking*/pemesanan pesawat, *payment*/pembayaran, *issued ticket*, *print ticket*. *Website* tersebut merupakan teknologi IS yang menggunakan konsep *agent* di dalam arsitektur sistemnya. Komunikasi yang digunakan antara PT. Voltras Travel dengan masing-masing maskapai penerbangan/maskapai adalah dengan teknologi komunikasi XML dan *scratch*. *Website* ini berfungsi untuk penjualan langsung ke *customer* tanpa harus melalui *agent*. Kemudian, *website E-commercer* berbasis b2b (*business to business*) adalah *website e-commerce* yang mampu membantu PT. Voltras Travel dalam penjualan tidak langsung ke *customer*. Penjualan ini dilakukan melalui perantara *agent*. PT. Voltras Travel memberikan peluang bisnis untuk *agent* yang ingin memiliki bisnis *travel*. Oleh karena itu, PT Voltras Travel memberikan teknologi tersebut dengan sistem *travel agent* sebagai berikut:



Gambar 5 – Tampilan Travel Agent

Pada teknologi tersebut diberikan proses yang sama dengan proses pada teknologi b2c hanya saja harga yang diberikan adalah harga keagenan dengan komisi 3%.

Peran IT/IS dalam menjadi *enabler* bisnis PT. Voltras Travel adalah sebagai berikut: (1) IT/IS PT Voltras Travel mampu menjalankan strategi bisnisnya dengan menghasilkan produk-produknya. (2) Infrastruktur IT/IS yang dikembangkan oleh PT. Voltras Travel dapat dimanfaatkan pada sistem lama dan baru. (3) Bentuk arsitektur IT/IS yang dikembangkan oleh PT. Voltras Travel berbentuk modular sehingga mengurangi perubahan secara keseluruhan. (4) IT/IS mampu menjalankan bisnis utama PT Voltras Travel yaitu penjualan tiket melalui *agent* secara fleksibel. (5) IT/IS mampu meningkatkan sasaran bisnis dari PT. Voltras Travel yang terbatas. (6) IT/IS mampu membuka peluang bisnis kecil bagi *agent* dan memberikan keuntungan rata bagi PT Voltras Travel dengan *agent*nya secara merata. (7) IT/IS mampu meningkatkan target penjualan PT. Voltras Travel.

SIMPULAN

Beberapa tren teknologi yang dipaparkan seperti Big Data, Data Warehouse, E-Business, Hybrid Cloud dan Mobile Application sangat mendukung dalam proses perubahan *business model* perusahaan maupun *industry*, sehingga menjadi bagian penting dalam sebuah perencanaan strategis IS/IT untuk mengembangkan bisnis *goal* perusahaan dan *industry*. Pada beberapa tren di atas, tren teknologi yang dapat mengubah proses bisnis berasal dari penyimpanan data berskala besar, teknologi aplikasi, dan komunikasi data. Tren tersebut dapat memangkas proses *non-value added* untuk meminimalisir waktu dan biaya pada suatu perusahaan/organisasi bahkan *industry*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa teknologi yang dapat mengubah proses bisnis perusahaan/organisasi bahkan *industry* berkarakteristik sebagai berikut: (1) Dapat menampung seluruh informasi dan data operasional tanpa batas. (2) Dapat memangkas proses *non value added* yang menyebabkan timbulnya biaya dan waktu. (3) Dapat mengimplementasikan proses bisnis dengan fleksibel. (4) Dapat memberikan informasi & data dengan tepat waktu dan cepat pada *customer*, *client* atau *end user*.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrillita, N.T., (2013). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor pada PT.Samekarindo Indah di Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis* 2013, 1(1):56-70.
- Ichsan, A. (October 1, 2015). Bank Dunia Prediksikan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2015 Capai 5,2%, Retrieved from <http://www.ugm.ac.id/en/berita/9598bank.dunia.prediksikan.pertumbuhan.ekonomi.indonesia.2015.capai.52.persen>.
- IATA. (2015). IATA Perkiraan Perjalanan Udara Global pada 2015 Tetap Positif. <http://indonesia-aviation.com/2015/01/21/iata-perkiraan-perjalanan-udara-global-pada-2015-tetap-positif/>. (1 Oktober 2015).
- Nisak, Z. (2014). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. Retrieved from <http://journal.unisla.ac.id/pdf/12922013/4.pdf>
- Rangkuti, F. (2009). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Suhartini. (2012). Analisa SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan. *Jurnal Matrik Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Gresik*, 12(2).
- Supriyanto. (2004). Pemberdayaan Teknologi Informasi Untuk Keunggulan Bisnis. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 2(1).
- Widiyono. (2013). Peranan Teknologi Informasi Dalam Bisnis. *Jurnal Bijak*, X(1)