

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Teknologi Informasi (TI)

Teknologi informasi (TI) tidak terbatas pada teknologi komputer, tetapi juga termasuk teknologi komunikasi. Dengan kata lain, teknologi informasi merupakan hasil konvergensi teknologi komputer dan teknologi komunikasi. Teknologi komputer adalah teknologi yang berkaitan dengan perangkat komputasi seperti *printer*, pembaca sidik jari, *CD-ROM*, prosesor, dan *floppy disk*. Komputer adalah mesin serbaguna yang dapat digunakan untuk mengubah data menjadi informasi yang berguna. Teknologi informasi juga merupakan *program* yang terdiri dari serangkaian perintah yang memungkinkan pengguna untuk mengontrol sistem komputer [9].

Memanfaatkan TI merupakan salah satu hal yang diharapkan bagi pengguna sistem informasi yang melakukan tugas dan tindakan mereka saat menggunakan teknologi untuk bekerja. Pengukuran didasarkan pada intensitas penggunaan, frekuensi penggunaan, dan jumlah aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan. Keahlian pengguna dan *operator* TI yang tepat dapat meningkatkan kinerja bisnis perusahaan dan pemangku kepentingannya [9].

#### 2.2 Sistem Informasi (SI)

Sistem Informasi adalah bidang yang menggabungkan ilmu komputer dengan bisnis dan manajemen. Di jurusan sistem informasi ini akan memahami bagaimana mengidentifikasi kebutuhan dan proses bisnis perusahaan berdasarkan data-data yang dimiliki perusahaan, kemudian merancang sistem yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Sistem informasi dapat didefinisikan sebagai sistem yang dapat menghasilkan informasi yang berguna, dimana dalam penerapannya menggunakan sistem informasi yang merupakan kesatuan elemen yang saling berhubungan satu sama lain yang membentuk satu kesatuan untuk mengintegrasikan data, memproses dan menyimpan serta mendistribusikan

informasi, yang akan mendukung pembuatan keputusan. Sistem Informasi juga merupakan kumpulan *hardware* dan *software* yang dirancang untuk mentransformasikan data ke dalam bentuk informasi yang berguna [9].

Saat ini sistem informasi dapat meningkatkan kemampuan penggunanya dan meningkatkan produktivitas dengan lebih cepat, tepat dan akurat. Selain itu penggunaan sistem informasi juga untuk mendapatkan hasil yang lebih berkualitas dan konsisten dalam ketepatan waktu. Saat ini sistem informasi harus menjadi bagian penting di dalam suatu organisasi. Dalam penggunaannya sistem informasi mempunyai tipe yang berbeda-beda sesuai dengan *domain* dan kebutuhannya pada suatu organisasi [9]. Beberapa *hardware* dan *software* yang dapat membentuk suatu sistem informasi yaitu [9] :

1. *Hardware*, terdiri dari perangkat seperti *processor*, *keyboard* dan *printer*. Secara bersamaan alat ini menerima, memproses, dan menampilkan data serta informasi.
2. *Software*, program yang memungkinkan perangkat keras untuk melakukan pengolahan data. *Database* adalah kumpulan informasi yang disimpan di dalam komputer secara sistematis sehingga dapat diperiksa menggunakan suatu program komputer untuk memperoleh informasi dari *database* tersebut.
3. *Network*, adalah suatu (sistem *wireline* atau nirkabel) yang menghubungkan dan memungkinkan komputer yang berbeda untuk berbagi sumber daya.
4. *Procedures*, mengintruksikan orang-orang untuk menggabungkan komponen di atas untuk diproses sesuai informasi yang di dapat dan menghasilkan *output* yang diinginkan.
5. *People*, adalah orang-orang atau individu yang menggunakan *hardware* dan *software*, *interface*, atau memanfaatkan *output* yang dihasilkan.

### **2.3 Customer Relationship Management (CRM)**

*Customer Relationship Management* atau manajemen hubungan pelanggan adalah proses di mana bisnis atau organisasi lain mengelola interaksinya dengan pelanggan, biasanya menggunakan analisis data untuk mempelajari sejumlah besar informasi [10]. Manajemen hubungan pelanggan berfokus pada memperoleh dan mempertahankan pelanggan dengan meningkatkan hubungan pelanggan kepada perusahaan. Manajemen hubungan pelanggan (*CRM*) juga mengacu pada semua kegiatan atau aktivitas pemasaran yang dilakukan untuk menstabilkan, mengembangkan dan menjalin pertukaran hubungan yang baik dengan pelanggan [11].

Terdapat tiga faktor komunikasi yang mempengaruhi manajemen hubungan pelanggan, yaitu keuntungan bersama, komitmen, kebenaran, dan komunikasi. Berikut penjelasan dari ketiga faktor-faktor tersebut [11] :

1. Komitmen : orientasi hubungan pelanggan jangka panjang didasarkan pada niat untuk menjaga hubungan baik dengan ikatan emosional untuk menciptakan keuntungan yang lebih tinggi.
2. Komunikasi : ini adalah salah satu karakteristik dasar dari hubungan yang baik. Pengumpulan data pelanggan dapat dilakukan dengan *live chat* dan *Q&A*, fokus pada kelompok pelanggan tertentu, mengamati atau mempelajari pembelian pelanggan.
3. Kualitas Pelayanan : kualitas adalah kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan meliputi lima unsur yaitu frekuensi, standar pelayanan, kenyamanan, ketepatan, keselamatan dan keamanan.

### **2.4 Layanan Pelanggan**

Layanan pelanggan atau *customer service* adalah salah satu elemen terpenting dari bisnis apa pun, baik di sektor jasa maupun di sektor produk. Pengertian layanan pelanggan adalah layanan tambahan yang diberikan untuk mendukung suatu produk utama dan juga merupakan bagian penting dari kepuasan pelanggan. Layanan pelanggan sangat penting untuk membina hubungan jangka

panjang dengan menyediakan layanan pelengkap yang membedakan produk perusahaan dari pesaingnya. Sebagai contoh, setelah pelanggan mengkonsumsi produk atau jasa dari perusahaan yang telah memiliki sistem basis data, pelanggan dapat melakukan hal-hal seperti memberikan informasi tentang produk baru dan perusahaan dapat merayakan tanggal penting bagi pelanggan. Dengan semakin ketatnya persaingan dalam industri manufaktur, dapat dipastikan bahwa layanan pelanggan sangat penting untuk mempertahankan pelanggan [12].

## 2.5 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan mengacu pada kegembiraan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk dengan apa yang diharapkan pelanggan. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa sangat puas. Setiap pelanggan yang mempunyai kepuasan akan sangat tinggi jika [10] :

- Produk berumur jangka panjang.
- Membeli produk lebih banyak saat *supplier* mengumumkan produk baru dan meningkatkan *brand* yang sudah ada.
- Membicarakan hal yang baik tentang *supplier* dan barang dagangan.
- Tidak terlalu peduli dengan *brand, ads*, harga pesaing.
- menyebarkan ide seperti jasa, layanan, atau produk kepada *supplier*.
- Biaya layanan yang relative lebih rendah dibandingkan dengan biaya pelanggan baru.

## 2.6 Loyalitas Pelanggan

Indikator dari loyalitas pelanggan adalah [13] :

- Pembelian berulang, indikator ini menunjukkan seberapa *loyal* produk untuk mengulang atau sering melakukan pembelian. Pembelian berulang oleh pelanggan berarti loyalitas dan dapat mengukur kepuasan pelanggan terhadap suatu produk.

- penyimpanan, loyalitas pelanggan dan loyalitas dampak negatif terhadap perusahaan. Pelanggan setia ini tidak terpengaruh oleh produk lain yang jauh lebih murah dan memiliki lebih banyak fitur.
- Rujukan, hal ini sepenuhnya mencerminkan keberadaan perusahaan. Menghadapi situasi ini, pelanggan siap merekomendasikan produk perusahaan kepada orang-orang terdekatnya.

## 2.7 *Gap Analysis*

*Gap analysis* atau analisis jarak merupakan aktivitas yang membandingkan kedua jenis data untuk mengidentifikasi perbedaan. *Gap analysis* sering digunakan untuk membandingkan serangkaian persyaratan. *Gap analysis* sering terstruktur ke dalam satu set *area*, topik, atau kategori, analisis kesenjangan yang efektif dan dapat mengungkapkan sektor atau *area* yang perlu ditingkatkan. *Gap analysis* efektif karena daftar periksa atau *checklist* dapat terstruktur secara tepat waktu. Daftar periksa dikembangkan secara hierarkis dalam penelitian dan menangani semua persyaratan yang ada. Elemen-elemen ini mencakup pertanyaan umum dan memberikan gambaran umum tentang topik dan kategori penilaian. Pertanyaan pada daftar periksa ini harus lengkap dan terperinci sehingga dapat menilai kebutuhan individu sesuai kebutuhan. Setiap pertanyaan dalam *gap analysis* ditautkan ke pertanyaan terpisah untuk memastikan ketertelusuran [14].

## 2.8 *Use Case Diagram*

*Use case diagram* adalah visualisasi dari interaksi yang terjadi antara *user* (pengguna) dan sebuah sistem. Gambar ini memberikan representasi *visual* yang baik dari konteks sistem dan dengan jelas menunjukkan batas-batas sistem. Dua faktor penting harus dijelaskan yaitu aktor dan kasus penggunaan atau *use case*. Aktor adalah segala sesuatu yang berinteraksi langsung dengan sistem, seperti orang (diwakili oleh peran, bukan nama / karyawan) atau sistem komputer lain. Aktor diwakili oleh ikon *stickman* dan memiliki nama di bagian bawah untuk menunjukkan peran atau sistem mereka. Aktor dapat menjadi *primer* (yaitu memulai *use case*) atau sekunder (mendukung eksekusi *use case*). Kasus

penggunaan diwakili oleh ikon *oval* dengan nama suara aktif *internal* dan mewakili aktivitas dari sudut pandang *user*. Setiap aktor dapat berinteraksi dengan sistem dalam banyak kasus penggunaan. Di sisi lain, *setiap use case* dapat dieksekusi oleh banyak aktor [15].

## 2.9 **Arsitektur *Enterprise***

Arsitektur *enterprise* atau perusahaan adalah kumpulan dokumen yang menggambarkan perusahaan dari sudut pandang bisnis. Sistem informasi dan teknologi informasi saling terintegrasi untuk menjembatani dan meningkatkan kesenjangan komunikasi antara bisnis dan pemangku kepentingan sistem informasi maupun teknologi informasi. Arsitektur perusahaan datang dalam banyak *domain* dan cakupan yang berbeda, dan tingkat kerumitannya yang tinggi mencerminkan sifat arsitektur perusahaan. Bagian ini menjelaskan struktur arsitektur *enterprise* di *area* utama untuk memberikan pandangan yang komprehensif dari semua aspek yang relevan dari arsitektur perusahaan [5].

Arsitektur *enterprise* mendahului munculnya dua hal, yaitu [16]:

1. Sistem yang kompleks ini mengharuskan organisasi untuk menghabiskan uang dalam jumlah besar untuk merancang atau mengembangkan sistem.
2. Mengkoordinasikan teknologi dan bisnis di banyak organisasi yang berjuang untuk mengkoordinasikan kebutuhan bisnis dan teknologi. Arsitektur *enterprise* terdiri dari tiga komponen utama yaitu arsitektur *enterprise*, arsitektur sistem informasi (dipisahkan menjadi arsitektur data dan arsitektur aplikasi), dan arsitektur teknologi.

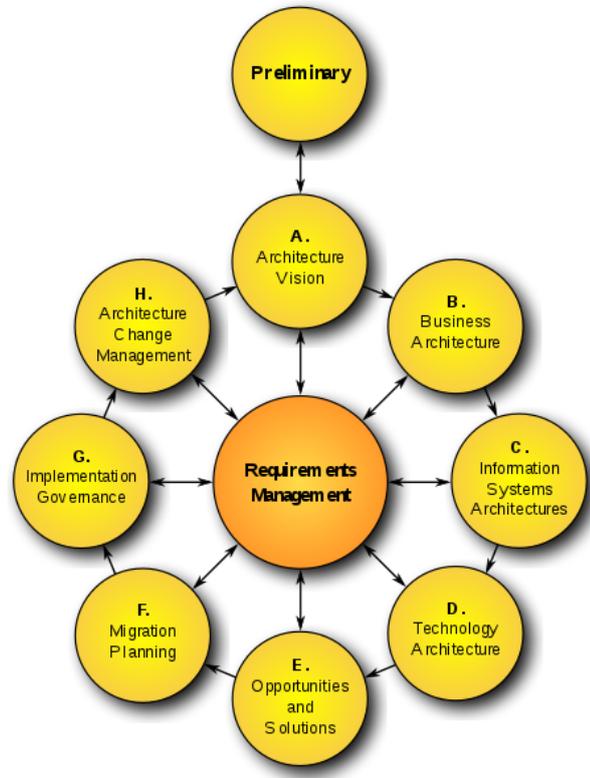
## 2.10 **Framework**

*Framework* atau erangka kerja adalah struktur untuk pemodelan teknologi informasi dan operasi bisnis dengan mendefinisikan ruang lingkup dan hubungan *domain* arsitektur. Kerangka kerja dapat memfasilitasi desain dan pengembangan sistem melalui langkah-langkah, metode, dan struktur logis yang mereka sediakan. Ada beberapa kerangka kerja untuk memodelkan arsitektur *enterprise*, seperti *EAP*, *TOGAF*, *DODAF*, *Gartner*, dan *FEA* [17].

## 2.11 *TOGAF ADM*

*TOGAF* merupakan penerapan yang tepat dari kerangka arsitektur perusahaan untuk mengelola teknologi dari perspektif praktis dan penelitian. *TOGAF* menggambarkan proses sistematis transformasi teknologi dari ide-ide strategis dan persyaratan menjadi produk, sistem atau solusi yang dapat diimplementasikan dan didokumentasikan. Kerangka kerja ini pertama kali dikembangkan oleh anggota Grup Terbuka yang bekerja di *Forum* Arsitektur dan kemudian dikembangkan oleh Departemen Pertahanan (*DOD*). Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan efisiensi organisasi perusahaan dengan mengusulkan beberapa kemungkinan metodologi langkah demi langkah. *TOGAF* dapat menyediakan penerapan sederhana dan koordinasi yang luar biasa antara SI dan/atau TI [5].

*Architecture Development Method (ADM)* merupakan alur yang lengkap dan terintegrasi untuk mengembangkan dan memelihara arsitektur perusahaan. *TOGAF ADM* juga merupakan metode yang fleksibel dan mudah diterapkan untuk kebutuhan banyak organisasi industri dan akademisi seperti universitas. *TOGAF ADM* memiliki 9 langkah dasar [8].



**Gambar 2.1** *Architecture Development Method (ADM)*

Berdasarkan gambar 2.1 berikut terdapat pembahasan dari prinsip atau tahap-tahap dari metode *TOGAF ADM* [3] :

*Preliminary Phase*

Kegiatan persiapan dan *start-up* yang diperlukan untuk memenuhi arah bisnis dari sistem arsitektur perusahaan yang baru.

Fase A: *Architecture Vision*

Tahap ini mendefinisikan mengenai visi arsitektur, termasuk ruang lingkup, definisi pemangku kepentingan terkait, dan juga persetujuan untuk memulai pengembangan arsitektur perusahaan.

Fase B : *Business Architecture*

Fase ini menjelaskan mengenai strategi, produk atau layanan, organisasi, fungsi, proses, dan data-data lain yang berkaitan dengan bisnis organisasi.

Fase C : *Information System Architecture*

Fase ini menjelaskan tentang arsitektur sistem informasi. Ada dua divisi besar di bagian ini:

- Arsitektur data yaitu mendefinisikan mengenai informasi atau data yang terlibat di arsitektur sistem informasi.
- Arsitektur aplikasi yaitu mendefinisikan mengenai apa saja aplikasi yang terlibat dalam arsitektur.

Fase D : *Technology Architecture*

Fase ini mengidentifikasi mengenai arsitektur teknologi yang digunakan dan / atau akan digunakan dalam arsitektur perusahaan.

Fase E : *Opportunities and Solution*

Fase ini mengidentifikasi hasil arsitektur, seperti proyek, program, dan / atau portofolio yang secara efektif merealisasikan arsitektur *target* dari fase sebelumnya.

Fase F : *Migration Planning*

Fase ini memiliki tujuan yaitu menyampaikan perencanaan perpindahan dari arsitektur sebelumnya ke arsitektur tujuan atau *target*.

Fase G : *Implementation Governance*

Fase ini menjelaskan tentang pemantauan rencana implementasi, untuk memastikan pelaksanaan berjalan sebagaimana mestinya.

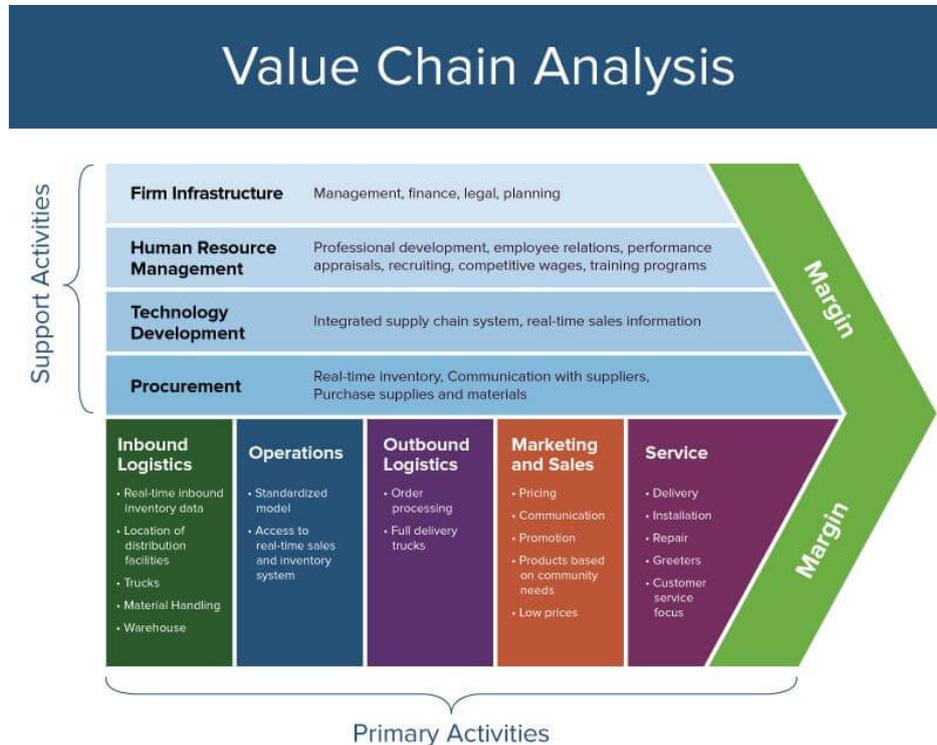
Fase H : *Architecture Change Management*

Fase ini merupakan langkah-langkah untuk mengatur transformasi arsitektur perusahaan, sehingga memastikan kelangsungan siklus hidup arsitektur perusahaan.

*ADM Architecture Requirements Management*

Bagian ini menjelaskan tentang proses untuk mengelola persyaratan semua fase di *TOGAF ADM*.

## 2.12 Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*)



**Gambar 2.2** *Value Chain Analysis*

Berdasarkan gambar 2.2 pengertian dari analisa rantai nilai atau *value chain* yaitu setiap perusahaan adalah kumpulan kegiatan yang dilakukan untuk merancang, memproduksi, memasarkan, memberikan dan mendukung produk dan layanan. Semua kegiatan tersebut direpresentasikan dengan menggunakan rantai nilai. Nilai rantai hanya dapat dipahami dalam konteks unit bisnis [18]. Tujuan dari analisis rantai nilai adalah untuk membantu bisnis tumbuh melampaui persaingan dengan mengidentifikasi peningkatan nilai pelanggan yang dapat meningkatkan dan mengurangi biaya operasi bisnis dan hubungannya dengan pemasok industri, pelanggan, dan bisnis lainnya [5].

### 2.13 Analisis SWOT

Analisis *SWOT* mengandung empat elemen di dalamnya [19].



**Gambar 2.3 Analisis SWOT**

Berdasarkan gambar 2.3 berikut penjelasan terkait analisis SWOT :

- *Strength* (kekuatan) adalah keadaan dimana kekuatan yang ada dalam suatu organisasi, proyek, atau konsep bisnis berada dalam isi dari organisasi, proyek, atau konsep usaha itu sendiri.
- *Weakness* (kelemahan) adalah keadaan kelemahan yang ada dalam organisasi, proyek, atau konsep bisnis yang ada. Kerentanan yang dianalisis adalah elemen yang dibangun ke dalam organisasi, proyek, atau konsep usaha itu sendiri.
- *Opportunities* (peluang) adalah pengembangan masa depan di mana peluang akan muncul. Kondisi tersebut tampaknya menjadi peluang dalam organisasi, proyek atau konsep usaha itu sendiri.
- *Threats* (ancaman) adalah keadaan yang mengancam dari eksternal atau luar. Ancaman ini dapat menghambat organisasi, proyek atau konsep usaha itu sendiri.

## 2.14 *Cloud Computing*

*Cloud computing* atau komputasi awan adalah seperangkat sumber daya komputasi yang saling berhubungan untuk infrastruktur dan aplikasi yang dimiliki dan dikelola oleh penyedia layanan yang dapat digunakan pengguna sesuai permintaan melalui jaringan pribadi dan *public* [18]. Terdapat lima sifat dari *Cloud Computing*, yaitu [9] :

1. Penyatuan sumber daya : Sumber daya atau *resource* dari komputasi (*storage*, *CPU*, *memory*, *bandwidth* jaringan, dan lainnya yang dikumpulkan oleh penyedia layanan untuk memenuhi kebutuhan banyak klien (pelanggan layanan) dengan beberapa *model* penyewa.
2. Akses jaringan : kemampuan untuk mengakses layanan penyedia *cloud* melalui jaringan dan dari berbagai jenis perangkat atau *gadget*.
3. Layanan terukur : layanan *monitoring* ini merupakan bentuk perpindahan antara penyedia *cloud* dan *cloud* pelanggan.
4. Elastisitas cepat : fungsi layanan dari penyedia layanan *cloud* dapat digunakan secara fleksibel oleh pelanggan yang menggunakan layanan *cloud* sesuai dengan kebutuhan pengguna.
5. Swalayan : pelanggan *cloud* bisa dengan sendiri mengkonfigurasi layanan yang digunakan melalui sistem tanpa harus berinteraksi dengan penyedia *cloud* dan orang-orang.

## 2.15 Penelitian Terdahulu

Tabel berikut adalah hasil dari penelitian terdahulu yang berhubungan dengan studi kasus penerapan arsitektur *enterprise* dengan menggunakan *framework TOGAF ADM* :

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

Judul	Nama Jurnal	Penulis / Tahun	Permasalahan	Adopsi	Hasil dan Kesimpulan
<i>Design Enterprise Architecture in CPO Industry Using TOGAF ADM Framework</i>	Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (J-PTIIK) Universitas Brawijaya	Yemima Monica Geasela, Johanes Fernandes / 2019	Perusahaan membutuhkan aplikasi yang berjalan selaras dengan tujuan bisnis.	Menggunakan metode arsitektur <i>enterprise TOGAF ADM</i> .	Penelitian ini mengusulkan suatu desain arsitektur ke depan yang dapat dipertimbangkan untuk diimplementasikan.
<i>Enterprise Architecture Planning Information System Based On Cloud Computing Using Togaf (Case Study: Pandi .Id Registry)</i>	<i>International Journal of Scientific and Technology Research</i>	David Kwek, Dimaz Maulana, Emil Robert Kaburuan, Nilo Legowo / 2019	Diperlukan suatu sistem informasi yang mampu menghubungkan dan membantu proses kinerja operasional PANDI untuk meningkatkan kualitas pelayanan baik <i>internal</i> maupun <i>eksternal</i> .	Menggunakan metode arsitektur <i>enterprise TOGAF ADM</i> .	Pengembangan sistem informasi <i>cloud computing</i> berbasis arsitektur <i>enterprise</i> menggunakan pendekatan <i>TOGAF ADM</i> yang hanya mengacu pada tahapan sampai pada fase G, namun dapat menghasilkan desain <i>model</i> arsitektural yang sesuai dengan kebutuhan proses bisnis perusahaan.
<i>Designing Enterprise Architecture Enable of Business Strategy and IS/IT Alignment in Manufacturing using TOGAF</i>	<i>International Journal of Information Technology and Business</i>	Rengga Eko Riwanto, Johanes Fernandes Andry / 2019	Dalam proses bisnis masih terdapat kelemahan, seperti proses secara <i>manual</i> , sistem masih	Menggunakan metode arsitektur <i>enterprise TOGAF ADM</i> .	Perusahaan perlu mengevaluasi kembali implementasi arsitektur perusahaan dari sistem lama ke sistem baru guna menciptakan

Judul	Nama Jurnal	Penulis / Tahun	Permasalahan	Adopsi	Hasil dan Kesimpulan
<i>ADM Framework</i>			belum terintegrasi satu sama lain.		efektivitas dan efisiensi dalam proses bisnis.
Perancangan <i>Enterprise Architecture</i> Fungsi Pemasaran dan CRM pada Industri Pariwisata di Perum Perhutani Unit III dengan Menggunakan <i>Framework TOGAF</i>	Jurnal Rekayasa Sistem & Industri	Fitri Febriana Purba, Rohmat Saedudin, Basuki Rahmad / 2016	membutuhkan perancangan enterprise <i>architecture</i> yang dapat menunjang kegiatan pemasaran dan manajemen hubungan pelanggan melalui pemanfaatan teknologi informasi.	Menggunakan metode arsitektur enterprise <i>TOGAF ADM</i> .	Menghasilkan arsitektur bisnis, arsitektur sistem informasi dan arsitektur teknologi yang dapat dijadikan pedoman perusahaan untuk menjalankan aktivitas bisnis dan mendukung tercapainya tujuan perusahaan.
Perancangan <i>Enterprise Architecture</i> Menggunakan <i>Togaf Architecture Development Method</i> (Studi Kasus: Yakuza Gym Jakarta Barat)	Seminar Nasional Teknoka	Suryadi, Johannes Fernandes Andry / 2017	Perlu adanya sebuah sistem informasi yang dapat membantu proses manajemen dan kinerja untuk meningkatkan kualitas manajemen dan pelayanan.	Menggunakan metode arsitektur enterprise <i>TOGAF ADM</i> .	Dampak dari penerapan <i>enterprise architecture</i> terhadap proses bisnis Yakuza Gym adalah terciptanya efektifitas dan efisiensi dalam proses bisnis Yakuza Gym.
Perancangan <i>Enterprise Architecture</i> Sistem Penjualan dengan Metode	Konferensi Mahasiswa Sistem Informasi	Eviana, Sucipto / 2018	Dibutuhkan pengembangan sistem dalam penjualan untuk meningkatk	Menggunakan metode arsitektur enterprise <i>TOGAF ADM</i> .	Pada saat implementasi arsitektur <i>enterprise</i> perlu dilakukan evaluasi ulang

Judul	Nama Jurnal	Penulis / Tahun	Permasalahan	Adopsi	Hasil dan Kesimpulan
<i>TOGAF ADM pada Marino Collection</i>			an kualitas manajemen dan pelayanan.		untuk menyesuaikan dengan perubahan sistem lama ke sistem baru.
<i>Sales Force Automation dalam Peningkatan Pelayanan Terhadap Pelanggan</i>	ULTIMA InfoSys, Vol. VIII, No. 1	San Karya, Joni Suhartono, Sevenpri Candra / 2017	Kurangnya fitur yang memudahkan aplikasi <i>internal</i> perusahaan.	merancang sistem <i>e-crm</i> menggunakan metode studi literatur.	Terdapat aplikasi dimana perusahaan bisa memantau perkembangan <i>project</i> yang ditangani dengan melihat pada laporan <i>project</i> dan laporan <i>project</i> yang ditolak.
<i>Analysis and Design of Enterprise Architecture using TOGAF ADM in Analytic of Customer Care Management at Telecommunication Company</i>	<i>e-Proceeding of Engineering</i> : Vol.4, No.3	Lanusgana Amerta, Yuli Adam Prasetyo, Dr. Basuki Rahmad / 2017	Dibutuhkan lebih banyak sistem untuk beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang selalu berubah.	Menggunakan metode arsitektur enterprise <i>TOGAF ADM</i> .	Beberapa perbaikan perlu dilakukan dengan menggunakan arsitektur <i>enterprise</i> untuk membantu perusahaan menentukan arsitektur yang lebih baik.

Berdasarkan tabel 2.1 terdapat delapan penelitian terdahulu yang sesuai dan berhubungan dengan skripsi ini. Penelitian pertama dibuat karena perusahaan membutuhkan aplikasi yang berjalan selaras dengan tujuan bisnis, metode yang dipakai *TOGAF ADM* dan hasilnya terdapat desain arsitektural yang dapat dipertimbangkan untuk diimplementasikan di perusahaan. Penelitian kedua dibuat untuk meningkatkan kualitas pelayanan baik *internal* maupun eksternal, metode

yang dipakai *TOGAF ADM* dan hasilnya hanya mengacu pada tahapan sampai pada fase G. Penelitian ketiga oleh dibuat karena sistem masih belum terintegrasi satu sama lain, metode yang dipakai *TOGAF ADM* dan hasilnya perlu ada evaluasi arsitektur perusahaan dari sistem lama ke sistem baru.

Penelitian keempat dibuat untuk menunjang kegiatan pemasaran dan manajemen hubungan pelanggan, metode yang dipakai *TOGAF ADM* dan hasil dari arsitektur *enterprise* dapat menjadikan landasan organisasi atau perusahaan agar bisa menerapkan kegiatan bisnis. Penelitian kelima oleh dibuat untuk meningkatkan kualitas manajemen dan pelayanan, metode yang dipakai *TOGAF ADM* dan hasilnya tercipta efektifitas dan efisiensi dalam proses bisnis. Penelitian keenam oleh dibuat untuk meningkatkan kualitas manajemen dan pelayanan, metode yang digunakan *TOGAF ADM* dan hasilnya perlu dilakukan evaluasi ulang terhadap arsitektur *enterprise* yang lama dan yang baru. Perbedaan skripsi ini dengan studi penelitian yang sebelumnya adalah objek penelitian yang diteliti.

Penelitian ketujuh dibuat untuk menganalisis proses bisnis perusahaan dalam mengelola pelanggan, dan merancang sistem *e-crm* di bidang *Sales Force Automation*, metode yang dipakai yaitu studi literatur, pengumpulan data dengan melakukan survey dan wawancara, hasil dari penelitian ini perusahaan bisa memantau perkembangan *project* yang ditangani dengan melihat pada laporan *project* dan laporan *project* yang ditolak dengan aplikasi yang sudah dirancang, perbedaan skripsi ini dengan studi penelitian yang sebelumnya adalah adopsi penelitian yang dipakai. Penelitian kedelapan dibuat untuk menambahkan sebuah sistem untuk beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang selalu berubah, sehingga dapat mempertahankan tingkat pertumbuhan yang tinggi bagi perusahaan, metode yang dipakai yaitu *TOGAF ADM* dan hasil dari penelitian ini terdapat beberapa perbaikan yang perlu dilakukan dengan menggunakan arsitektur *enterprise* untuk membantu perusahaan menentukan arsitektur yang lebih baik, Perbedaan skripsi ini dengan studi penelitian yang sebelumnya adalah objek penelitian yang diteliti.