

**PERENCANAAN STRATEGI SISTEM INFORMASI PADA
PT A.J. SEQUIS LIFE STAR**

Sandy Kosasi

*Program Studi Sistem Informasi, STMIK Pontianak
STMIK Pontiana, Jln. Merdeka No. 372 Pontianak, Kalimantan Barat
Email : sandykosasi@yahoo.co.id, sandykosasi@stmikpontianak.ac.id*

ABSTRACT

Increased competition and competitive requires companies to have a strategic plan to align information systems with business strategy in an effort to improve performance and productivity. The company is currently in high potential quadrant, where the use of technology and information systems in the enterprise is still low but have the benefits of high competition. PT.A.J.Sequis Life needs to complete the critical success factors based on the analysis of business areas to achieve functional integration through vertical integration and align menthor is on given technology and information system sasan important thing in the future that will come into quadrant Strategic. This research uses information engineering approach of James Martin in the strategic planning of information systems. The results of this research to develop an information system architecture based on the decomposition of all existing businesses and functions that are useful in decision making for the company to achieve a competitive advantage.

Keywords : Information Systems Strategic Planning, Critical Success Factor, Business Area Analysis, Application Portfolio

ABSTRAK

Meningkatnya persaingan dan kompetitif mengharuskan perusahaan untuk memiliki perencanaan strategis untuk menyelaraskan sistem informasi dengan strategi bisnis sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja dan produktivitas. Perusahaan saat ini berada di kuadran high potential, dimana penggunaan teknologi dan sistem informasi dalam perusahaan masih rendah namun memiliki manfaat kompetisi tinggi. PT A. J. Sequis Life perlu melengkapi faktor penentu keberhasilan berdasarkan analisis area bisnis untuk mencapai integrasi fungsional melalui integrasi vertikal dan keselarasan horisonal mengingat teknologi dan sistem informasi sebagai satu hal penting di masa yang akan datang ke dalam kuadran Strategis. Penelitian ini menggunakan pendekatan rekayasa informasi dari James Martin dalam perencanaan strategis sistem informasi. Hasil dari penelitian ini untuk mengembangkan arsitektur sistem informasi berdasarkan pada dekomposisi dari semua bisnis yang ada dan fungsi yang berguna dalam pengambilan keputusan bagi perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Kata Kunci : Perencanaan Strategis Sistem Informasi, Faktor Kritis Sukses, Analisis Area Bisnis, Portofolio Aplikasi

PENDAHULUAN

PT A.J. Sequis Life adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang asuransi jiwa khususnya cabang di Pontianak. Perusahaan ini belum memiliki sistem yang terintegrasi untuk

setiap unit organisasinya, karena masing-masing proses bisnis memiliki infrastruktur platform yang berbeda-beda. Kondisi ini jelas menimbulkan berbagai kesulitan saat melakukan penambangan dan pendistribusian informasi dari kantor pusat ke setiap kantor cabang. Jelas dampaknya adalah pemasaran produk asuransi ini tidak atau belum dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas, artinya masih banyak masyarakat yang belum memiliki proteksi asuransi khususnya asuransi jiwa. Perusahaan asuransi ini menawarkan berbagai variasi produk jasa asuransi, diantaranya asuransi tradisional dan asuransi unit linQ. Jenis produk asuransi tradisional yang ditawarkan meliputi: *Saver Plan, Cash Plan 75, New Scheme Plan, Superior Term, Life Plan 100, Retirement Life Plan, Super Fun Plan*, dan *Life Plan Plus*. Sedangkan jenis produk asuransi unit linQ yang ditawarkan meliputi: *SequislinQ Investor plus, SequislinQ Protector plus dan SequislinQ Smart Investor*.

Seiring dengan kondisi perusahaan, eksistensi strategi yang efektif dengan landasan kuat yang direncanakan dengan baik akan semakin memainkan peranan penting dalam perusahaan asuransi untuk mencapai sasaran perusahaan. Pentingnya perencanaan strategi adalah memberi koherensi serta arah tindakan dan keputusan suatu organisasi dalam mencapai sasaran. Sasaran dapat ditentukan sebagai hasil yang spesifik yang ingin dicapai sebuah organisasi dengan melakukan misi dasarnya. Sasaran perlu untuk keberhasilan organisasi karena menyatakan arah, membantu dalam evaluasi, menciptakan sinergi, mengurutkan prioritas, memfokuskan koordinasi, dan menyediakan dasar untuk perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Perencanaan, pengorganisasian, memotivasi, dan mengendalikan aktivitas secara efektif.

Kemajuan teknologi informasi dimanfaatkan oleh perusahaan manajemen dalam pembuatan laporan, seperti laporan klaim, polis, premi, laporan keuangan, dan segala bentuk laporan lainnya. Selain itu juga memberikan kemudahan bagi nasabah PT Asuransi Sequis Life dalam melakukan pembayaran premi, seperti auto debet, kartu kredit, ATM (Bank Mandiri, Bank Central Asia, Bank Mandiri dan jaringan ATM Bersama), internet dan mobile banking. Informasi dapat diperoleh melalui pelayanan langsung melalui line phone dan website sequislife dan sequisfriend. Pada website sequislife terdapat menu utama home, produk, pelayanan, penghargaan, berita, merchandise, karir dan hubungi kami. Menu utama tersebut memiliki link-link ke submenu. Pada website sequisfriend hanya menyediakan layanan informasi pada seluruh agen yang telah memiliki Nomor Pokok Keagenan (NPK) sehingga dapat melakukan pengaksesan dengan menggunakan user ID. Fungsi website sequisfriend adalah memberikan informasi mengenai income statement, sedangkan website sequislife memberikan informasi tentang profile perusahaan, produk serta segala informasi yang terkini dari perusahaan dan memberikan fasilitas untuk melakukan perhitungan finansial.

Pengembangan Teknologi Informasi (TI) pada Sequis Life bekerjasama dengan Dynafrent, konsultan TI Malaysia yang khusus bergerak di bidang asuransi jiwa. Intinya, Perencanaan strategi sistem informasi diperlukan untuk dapat bersaing dengan asuransi jiwa nasional, seperti: Bumi Putera, maupun asuransi jiwa patungan, seperti: *Manulife, Allianz, dan Prudential*, sehingga dengan perencanaan strategi maka akan diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan untuk bersaing dengan asuransi jiwa lainnya agar mencapai sasaran.

METODOLOGI PENELITIAN

Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini mengacu kepada langkah-langkah dalam metodologi Perencanaan Strategis Sistem Informasi (PSSI) yang dikemukakan oleh James Martin. Metodologi ini menggunakan pendekatan rekayasa informasi, dimana PSSI dilakukan melalui dua tahapan, yaitu tahap analisis dan tahap perancangan. Pada tahap analisis, beberapa proses yang dilakukan meliputi tinjauan model perusahaan, analisis strategi bisnis, analisis sasaran dan masalah, analisis faktor kritis sukses, analisis dampak teknologi, pandangan strategis sistem, dan evaluasi sistem saat ini. Sedangkan pada tahap perancangan, proses-proses yang dilakukan adalah membuat arsitektur informasi, matriks fungsional, dan membuat jaringan komunikasi infrastruktur dan aturan yang disesuaikan dengan hasil analisis guna kepentingan implementasi saat ini dan mendatang.

Model kerangka kerja perencanaan dan formulasi strategi sistem informasi memiliki sejumlah elemen masukan dan keluaran. Elemen masukan terdiri dari analisis lingkungan bisnis internal dan eksternal, dan analisis lingkungan sistem informasi internal dan eksternal. Sementara elemen keluaran terdiri dari strategi sistem manajemen sistem informasi, strategi sistem informasi bisnis dan strategi teknologi informasi (Ward & Peppard, 2004). Model strategi sistem informasi ini mengandalkan kepada keakuratan hasil analisis portofolio aplikasi pada sistem berjalan agar dapat merumuskan portofolio aplikasi di waktu yang akan datang. Memahami sejumlah portofolio aplikasi merupakan kenyataan bahwa akan lebih mudah menghasilkan sebuah PSSI (Fong, 2006). Memahami situasi saat ini dan kemampuan menginterpretasikan kebutuhan bisnis dapat menghasilkan sebuah keselarasan antara strategi sistem informasi dengan strategi bisnis sehingga memungkinkan untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing perusahaan.

Dalam hal ini PSSI menggunakan pendekatan rekayasa informasi. Rekayasa informasi (Information Engineering) adalah sebuah satu kesatuan teknik formal untuk melakukan perencanaan, analisis, perancangan dan konstruksi sistem informasi disebuah perusahaan yang cukup luas atau saling bersilangan antara berbagai sektor utama di dalam perusahaan tersebut (Martin, 1990). Rekayasa informasi seringkali dapat diuraikan sebagai kesatuan organisasi yang lebar dari otomatisasi yang disiplin untuk memperoleh informasi yang benar yang diperlukan bagi pemakai yang benar di tempat yang benar. Melalui rekayasa informasi, perencanaan tingkat tertinggi dan model-modelnya yang telah diciptakan dan dibuat sistemnya secara terpisah akan dihubungkan dengan baik untuk setiap perencanaan dan model datanya (Martin, 1990). Paling penting adalah model data dari setiap area bisnisnya dan memetakan proses dalam setiap areanya. Model data ini akan mendasari sebuah kerangka kerja.

Dalam rekayasa informasi perlu memetakan Critical Success Factor (CSF). CSF adalah merupakan faktor kritis yang menentukan keberhasilan bisnis perusahaan. Analisis CSF digunakan untuk mengidentifikasi aktivitas-aktivitas yang diperlukan untuk mendukung tercapainya tujuan perusahaan. Menurut pendapat Rockart dan Bullen (1981), CSF merupakan sejumlah variabel yang mempengaruhi aktivitas manajer yang sekarang atau yang akan datang, dalam mencapai target pekerjaannya. Metode CSF membantu pendefinisian variabel, serta informasi yang dibutuhkan setiap variabel sehingga setiap manajer dapat meningkatkan pemahamannya tentang situasi di ruang kendalinya (Witarto, 2004). Selanjutnya untuk mendekomposisikan posisi dari masing-masing proses bisnis menggunakan analisis area bisnis dengan menggunakan kerangka klasik dari McFarlan Strategic Grid/Matriks (Applegate et.al., 2009).

Secara umum, McFarlan melihat posisi sistem informasi maupun teknologi informasi terhadap suatu perusahaan. Pada kenyataannya, setiap perusahaan memiliki berbagai sistem informasi yang dapat dikategorikan berdasarkan karakteristiknya. Kelompok pertama menggunakan istilah support, dimana sistem informasi yang hanya berfungsi sebagai penunjang perusahaan saja dan bukan merupakan sesuatu yang sifatnya strategis dalam memberikan keunggulan kompetitif. Kelompok kedua menggunakan istilah factory, dimana sistem informasi yang dimiliki tidak secara langsung memberikan keunggulan kompetitif kepada perusahaan, namun keberadaannya mutlak diperlukan. Kelompok ketiga menggunakan istilah high potential, dimana sistem informasi secara langsung dapat memberikan keunggulan kompetitif kepada perusahaan yang memilikinya. Namun secara prinsip, eksistensi perusahaan tersebut tidak bergantung pada sistem informasi yang bersangkutan. Kelompok keempat atau kelompok yang terakhir menggunakan istilah strategic, dimana sistem informasi secara signifikan memiliki nilai-nilai strategis bagi perusahaan. Keberadaan sistem informasi yang sifatnya strategis ini sangat diperlukan karena menentukan eksistensi dan keberlangsungan hidup perusahaan. Secara fungsional, perusahaan tidak dapat beroperasi tanpa dilengkapi dengan sistem informasi yang bersangkutan (Ward & Peppard, 2004).

HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

Analisis strategi bisnis dilakukan untuk mencapai target pemasaran baru sehingga meningkatkan penjualan polis guna memperluas jangkauan pemasaran yang lebih baik dari

sekarang. Dekomposisi fungsi-fungsi bisnis dan subjek data pada PT. A.J. Sequislife beserta dengan area fungsi dan proses-prosesnya secara spesifik dapat dilihat pada tabel 1 dan 2.

Tabel 1. Dekomposisi Fungsi Bisnis pada PT. A. J. Sequislife

Area Fungsi	FungsiBisnis	Proses	
Marketing	Analisa Pasar	Melakukan survey terhadap kebutuhan masyarakat	
		Menganalisa hasil survey	
		Menentukan segmen pasar	
	Perencanaan Pemasaran	Merencanakan pengembangan produk	
		Menetapkan strategi pemasaran	
		Melakukan promosi	
	Penjualan	Meningkatkan penjualan polis	
		Membuat laporan penjualan polis	
		Menganalisa penjualan	
	Accounting & Finance	Pengelolaan Dana	Melakukan investasi
Melakukan pengendalian terhadap keuangan			
Membuat anggaran			
Pengelolaan Kas		Menerima premi	
		Membayar klaim	
		Membayar komisi broker & bank	
		Menerima komisi atas premi yang direasuransikan	
		Membayar gaji	
		Mengeluarkan suntuk biaya	
		Membuat laporan bulanan	
		Akuntansi	Mencatat penerimaan premi
			Mencatat pembayaran klaim
Mencatat pembayaran komisi			
Internal Audit Claim		Pemeriksaan	Mencatat penerimaan komisi
			Mencatat pembayaran gaji
	Penyiapan Laporan Audit	Membuat laporan keuangan	
		Mengaudit laporan keuangan	
	Pelaksanaan laporan	Memberi pendapat atas hasil yang diaudit	
		Melakukan investigasi kelapangan	
		Administrasi klaim	Menerima Laporan klaim
Mempersiapkan laporan klaim			
Memeriksa kerugian yang dapat dicover polis			
Technical	Underwriting	Menolak atau menerima klaim yang diajukan	
		Menentukan nilai ganti rugi	
		Menerbitkan polis	
		Mengakseptasi surat permohonan	
	Reinsurance	Menetapkan nilai tunai	
		Menghitung premi	
		Mengadakan stabilitas keuangan	
		Mengurangi risiko yang ditutup penanggung	
Personnel & General Affair	Pembelian	Membeli ATK & cetakan	
		Membuat surat order pembelian	
	Perekrutan karyawan	Membuat laporan pembelian	
		Menyeleksi karyawan	
		Mengatur penempatan karyawan	
		Mengadakan pelatihan karyawan	
Pengawasan		Mengatur penggunaan fasilitas perusahaan	

	operasional	Mengawasi kegiatan operasional
	Monitoring &	Membuat laporan penilaian karyawan
	Pelaporan umum	Membuat laporan uang makan dan transport
		Membuat laporan uang lembur
IT	Perancangan	Merancang system
		Merancang database
		Merancang security
	Implementasi	Membuat program
		Melakukan ujicoba
		Menerapkan program
	Maintenance	Membuat jadwal maintenance
		Melakukan pergantian software dan hardware

Tabel 2 Subjek Data pada PT. A.J. Sequis Life

Subject Data	Subject Data	Subject Data
Absensi	Survei	Sallary
Produksi	Pengembangan	Polis
Bank in	Purchasing order	Daftar karyawan
Claim	Audit	Reinsurance
Outstanding premi	Bank out	Keuangan
Outstanding claim	Settled claim	Karyawan
Tunjangan	Settled premi	

FungsiBisnis	Unit Organisasi						
	Internal Audit	Marketing	Accounting Finance	Persommel GA	Claim	Technical	IT
Analisa pasar		X					
Perencanaan pemasaran		X					
Penjualan		X					
Pengelolaan Dana			X				
Pengelolaan kas			X				
Akuntansi			X				
Pemeriksaan	X						
Penyiapan laporan audit	X						
Pembelian				X			
Perekrutan karyawan				X			
Pengawasan Operasional				X			
Monitoring & pelaporan umum				X			
Pelaksanaan pelaporan					X		
Administrasi klaim					X		
Underwriting						X	
Reinsurance						X	
Perancangan							X
Implementasi							X
Maintenance							X

Gambar 1. Matriks Fungsi Bisnis vs Unit Organisasi

Fungsi Bisnis	Lokasi		
	Kantor Pusat	Kantor Cabang	Kantor Perwakilan
Analisa pasar	X	X	

Perencanaan pemasaran	X	X	
Penjualan	X	X	X
Pengelolaan Dana	X		
Pengelolaan kas	X	X	
Akuntansi	X	X	
Pemeriksaan	X		
Penyiapan laporan audit	X		
Pembelian	X		
Perekrutan karyawan	X	X	
Pengawasan Operasional	X	X	
Monitoring & pelaporan umum	X	X	
Pelaksanaan pelaporan	X	X	
Administrasi klaim	X	X	X
Underwriting	X	X	
Reinsurance	X		
Perancangan	X		
Implementasi	X		
Maintenance	X		

Gambar 2. Matriks Fungsi Bisnis vs Lokasi

Dalam gambar 1 dan 2, terlihat bahwa matriks tersebut menjelaskan adanya hubungan antara unit organisasi dengan fungsi bisnisnya. Tiap-tiap unit organisasi mempunyai fungsi bisnisnya tersendiri sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya. Misalnya, unit organisasi IT mempunyai fungsi bisnisnya sendiri, yaitu melakukan perancangan, implementasi dan maintenance. Semua proses bisnis dan hubungan integrasi proses bisnis yang terjadi harus memiliki goal dan subgoal yang jelas, seperti yang disajikan dalam tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Goal dan Subgoal PT. A. J. Sequis Life

Goal	Subgoal
Meningkatkan pelayanan terhadap nasabah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan dilakukan dengan dukungan teknologi informasi 2. Mengutamakan kepentingan nasabah 3. Penyajian informasi tentang perkembangan bisnis asuransi dewasa yang uptodate 4. Pelayanan inovatif dan penuh perhatian 5. Menyediakan proteksi terbaik untuk "A Better Tomorrow"
Meningkatkan Strategi Pemasaran, khususnya Strategi pemasaran Online	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan kegiatan promosi secara efektif 2. Memberikan rate yang bersaing 3. Memberikan fasilitas-fasilitas asuransi kepada nasabah, seperti: souvenir 4. Perluasan kantor cabang 5. Memberikan training dan peningkatan knowledge, attitude, skill dan habit (KASH) dalam bidang teknologi informasi serta semua hal yang berkaitan dengan peningkatan kemampuan / pengembangan diri baik Agen maupun leader.
Meningkatkan kualitas produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. menciptakan produk baru dan merevisi produk lama yang dapat meningkatkan perlindungan nasabah dan disesuaikan dengan kebutuhan nasabah. 2. Melibatkan tenaga-tenaga yang terampil. 3. menciptakan produk-produk dengan mutu terbaik.
Meningkatkan kualitas manajemen dan para agent	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menempatkan karyawan di posisi yang cocok. 2. Melakukan evaluasi secara berkala terhadap kinerja manajemen. 3. Meningkatkan frekuensi pelatihan karyawan. 4. Pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas. 5. Pemberian sistem karier yang terus berkembang bagi para agent 6. Pengembangan profesionalisme yang terus menerus.
Menambah Aset Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan penjualan polis 2. Mengelola investasi secara konservatif melalui Manager Investasi 3. Menjalinkan kerjasama dengan Bank terkemuka, reasuransi, manager asuransi yang memiliki kualitas baik.

Tabel 4. Analisis Problem pada PT. A. J. Sequis Life

Problem	Solusi	Rating kritikal	Sistem yang diperlukan
Karyawan kurang terampil	Memberikan pelatihan Karyawan	3	Pelatihan
Keterlambatan penyampaian informasi disebabkan pengalihan informasi harus melalui head office	Perlu dirancang sistem yang terintegrasi	4	Sistem yang terintegrasi antar Cabang
Kesadaran Asuransi di Indonesia masih rendah	Menyiapkan produk yang sesuai dengan yang dibutuhkan masyarakat pada umumnya.	5	Seminar
Persaingan dalam industri Asuransi	Menciptakan produk yang rate bersaing dengan produk yang inovatif dan menarik	5	Riset pasar

Keterangan rating kritikal:

5 = kritikal terhadap operasi dari bisnis

4 = kritikal terhadap kelancaran operasi dari bisnis

3 = diperlukan untuk mendukung bisnis

2 = diperlukan untuk mendukung bisnis, tetapi kepentingan dan waktu lebih rendah dari 3

1 = diinginkan, tetapi mutlak diperlukan untuk mendukung bisnis

Goal	Karyawan kurang terampil	Keterlambatan penyampaian informasi	Kesadaran Asuransi di Indonesia masih rendah	Persaingan dalam industri Asuransi
Menambah aset perusahaan	X	X	X	X
Meningkatkan kualitas manajemen serta para agent	X	X		X
Meningkatkan kualitas produk	X		X	X
Meningkatkan pelayanan terhadap nasabah	X	X		X
Meningkatkan strategi pemasaran	X	X	X	X

Gambar 3. Matriks Goal vs Problem

Dalam tabel 4, dapat diketahui permasalahan yang terjadi dan penyelesaian yang dapat dilakukan sesuai dengan tingkatan prioritas dan kriterianya. Untuk kolom terakhir juga dapat diketahui mekanisme sistem yang dapat dilakukan untuk memperbaiki kondisi yang dihadapi oleh pihak perusahaan. Menunjuk kepada gambar 3, dapat diketahui bahwa berdasarkan analisis yang dilakukan masalah sumberdaya manusia (SDM) yang kurang terampil dan persaingan dalam industri asuransi dapat menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya, serta keterlambatan penyampaian informasi yang turut berperan penting dalam memberikan pengaruh di dalam bagian ini.

Goal	Critical Success Factor				
	Kepercayaan nasabah	Komitmen Perusahaan dan Agent	Pemasaran dengan sistem agency dan sistem online	Pelayanan yang baik, khususnya melalui website	Pengembangan karier para agent
Menambah aset perusahaan	X	X	X	X	X
Meningkatkan kualitas manajemen serta para agent		X	X	X	X
Meningkatkan kualitas produk		X			
Meningkatkan pelayanan terhadap nasabah	X	X	X	X	
Meningkatkan strategi pemasaran			X	X	X

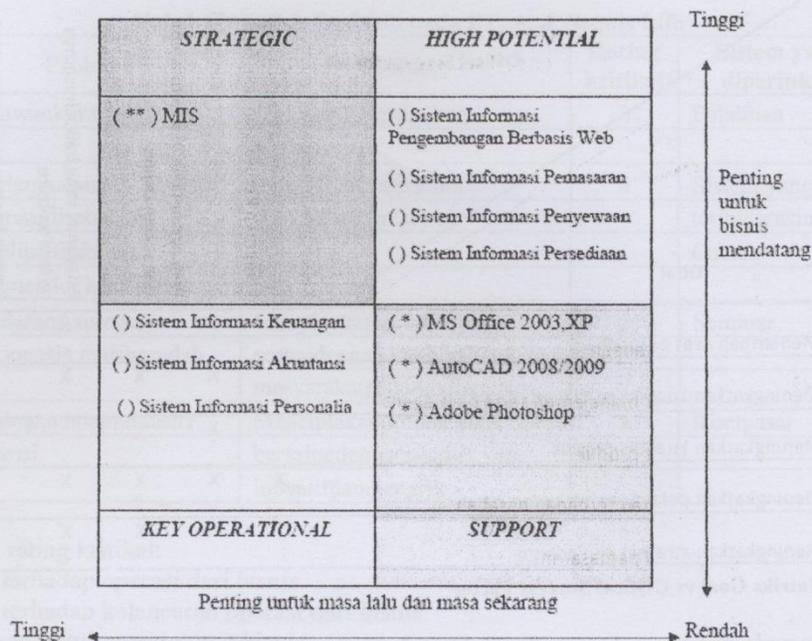
Gambar 4. Matriks Goal vs Critical Success Factor

Dari matriks pada gambar 4 di atas, dapat diketahui bahwa untuk meningkatkan pelayanan terhadap nasabah diperlukan empat faktor kritis yaitu : kepercayaan nasabah, komitmen perusahaan dan agent, pemasaran dengan sistem agency dan pelayanan yang baik. Untuk menambah aset perusahaan diperlukan lima faktor kritis yaitu: kepercayaan nasabah, komitmen perusahaan dan agent, pemasaran dengan sistem agency dan sistem online, pelayanan yang baik dan pengembangan karier para agent.

Problem	Critical Success Factor				
	Kepercayaan nasabah	Komitmen Perusahaan dan Agent	Pemasaran dengan sistem agency dan sistem online	Pelayanan yang baik, khususnya melalui website	Pengembangan karier para agent
Karyawan kurang terampil		X	X	X	X
Keterlambatan penyampaian informasi disebabkan pengalihan informasi harus melalui head office	X	X		X	
Kesadaran Asuransi di Indonesia masih rendah	X				
Persaingan dalam industri Asuransi	X	X	X	X	X

Gambar 5. Matriks Problem vs Critical Success Factor

Dari matriks pada gambar 5 di atas, dapat diketahui bahwa faktor pelayanan yang baik dan komitmen perusahaan dan agent dapat terhambat dengan masalah berupa karyawan kurang terampil, keterlambatan penyampaian informasi disebabkan pengalihan informasi harus melalui head office, dan persaingan dalam industri asuransi. Faktor kepercayaan nasabah terhambat dengan masalah keterlambatan penyampaian informasi, kesadaran asuransi di Indonesia masih rendah dan persaingan dalam industri asuransi.



Gambar 6. Matriks McFarlan's Strategic

Dalam gambar 6 dapat diketahui bahwa kondisi perusahaan saat ini, dimana PT. A. J. Sequis Life berada di kuadran *high potential*. Meskipun penggunaan teknologi dan sistem informasi masih rendah namun memiliki manfaat persaingan yang tinggi. PT A. J Sequis Life memandang teknologi dan sistem informasi sebagai satu hal yang penting di masa yang akan datang sehingga perusahaan akan melakukan pengembangan teknologi dan sistem informasi menuju kuadran *Strategic*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian maka dapat disimpulkan bahwa seluruh unit yang ada pada PT A. J. Sequis Life berada pada kuadran *high potential* sehingga memerlukan dukungan data, informasi dan sistem informasi yang terintegrasi, akurat dan efektif untuk mencapai kuadran strategis. Perusahaan memandang perlu suatu perencanaan strategis sistem informasi, di mana eksistensinya memainkan peranan yang penting dalam menghasilkan suatu arsitektur informasi yang dapat mendukung perusahaan dalam membangun *stakeholder*, meningkatkan pelayanan kepada nasabah, membantu pihak manajemen dalam mengambil keputusan strategis. Agar sistem dapat berjalan dengan baik, maka perlu dukungan sumberdaya manusia yang terampil. Pembekalan pengetahuan teknologi informasi akan diberikan perusahaan dengan berbagai pelatihan dan seminar sehingga dapat mewujudkan PT. A. J. Sequis Life menjadi pemimpin pasar dalam industri asuransi di Indonesia, yang merupakan peluang perusahaan.

DAFTAR RUJUKAN

- [1]. Applegate, Lynda M., Austin, Robert D., and Soule, Deborah L., *Corporate Information Strategy and Management: Text and Cases*, Eighth Edition, McGraw-Hill Higher Education, 2009.
- [2]. Fong, Joseph F.P., *Information Systems Reengineering and Integration*, Second Edition, Springer-Verlag, London Limited, 2006.
- [3]. Finkelstein, Clive., *An Introduction to Information Engineering: From Strategic Planning to Information Systems*, Addison-Wesley, 1989.

- [4]. Martin, James., *Information Engineering*, Book II: Planning & Analysis, Prentice-Hall, Inc., 1990.
- [5]. Ward, John and Peppard, Joe., *Strategic Planning for Information Systems*, Third Edition, John Wiley & Sons, Ltd., 2004.
- [6]. Witarto, *Memahami Sistem Informasi: Pendekatan Praktis Rekayasa Sistem Informasi Melalui Kasus-Kasus Sistem Informasi di Sekitar Kita*, Penerbit Informatika Bandung, Bandung, 2004.