

Pendekatan TOGAF Architecture Development Method Sebagai Perencanaan Strategi Sistem Informasi Penjualan Zolla Cosmetic

¹Ety Meikhati*, ²Khusnaini, ³Nimas Natasha Ayu Safira

¹Akuntansi, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta

^{2,3}Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Duta Bangsa Surakarta

*ety_meikhati@udb.ac.id

ABSTRAK

Zolla Cosmetic merupakan salah satu dari beberapa bisnis yang berlokasi di Jl. Surya Utama, Jebres, Surakarta. Bisnis ini menawarkan semua hal tentang skincare, dan makeup untuk kalangan remaja dan dewasa baik wanita ataupun pria. Dalam kegiatan bisnis proses, Zolla Cosmetic telah menerapkan perencanaan strategis, tetapi dalam prospek ini perencanaan telah meleset ditargetkan sehingga tidak dapat direalisasikan dengan baik, masalah mengenai proses pengumpulan data produk yang dijual dan memesan data untuk pelanggan kadang-kadang hanya ditulis, dimasukkan kedalam Ms.Word dan Ms.Excel. Di momen ganjil, produk share and promotion Zolla Cosmetic di media sosial, komunitas kecantikan memiliki setiap aturan jika ingin memposting di grup. Sehingga, Zolla Cosmetic harus merencanakan strategi Sistem Informasi dan strategi teknologi informasi untuk menjadi proses bisnis yang baik di masa depan. Kesimpulannya, pendekatan TOGAF ADM sebagai perencanaan strategi system penjualan adalah salah satu solusi terbaik untuk mendukung bisnis atau organisasi Zolla Cosmetic. Jadi dengan ini, penulis melakukan penelitian dengan studi TOGAF ADM untuk mendukung Sistem Informasi Penjualan yang terintegrasi, tepat sasaran dan sesuai kebutuhan.

Kata kunci: strategi, arsitektur perusahaan, TOGAF ADM

PENDAHULUAN

Cantik bagi wanita menjadi bagian dari gaya hidup agar memberikan penampilan sempurna dan kepercayaan diri. Cleopatra Ratu Mesir kuno yang menjadi primadona kecantikan dan menjadi simbol dewi kecantikan pada masa itu, menjadi bukti bahwa kecantikan telah menjadi bagian dari kebutuhan hidup wanita sepanjang masa. Fenomena ini yang membuat pertumbuhan bisnis kosmetik mengalami kemajuan dan menimbulkan persaingan yang cukup ketat. Agar pelaku bisnis kosmetik tetap eksis maka harus aktif berinovasi untuk menggaet pelanggan dengan menghadirkan varian produk dan memperkenalkan tren-tren produk kosmetik agar bisa memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk mengembangkan strategi mampu bersaing maka sebuah usaha harus menetapkan tujuan jangka panjang dan jangka pendek dengan mengidentifikasi sebuah

ancaman dan peluang, menentukan kekuatan serta kelemahan untuk membentuk keunggulan bersaing. Agar selangkah lebih maju dari kompetitor, maka harus lebih *up-to-date* mengikuti tren-tren baru yang keluar.

Era digital saat ini konsumen lebih dipermudah dengan menggunakan banyak channel untuk berbelanja, terutama generasi millennial yang sudah tidak bisa dipisahkan dari teknologi. Sehingga pelaku usaha bisnis kosmetik harus lebih kreatif dan inovatif bagaimana konsumen mudah menemukan brand kosmetik yang mereka sukai melalui online sebagai strategi penjualan yang cocok pada bisnis mereka. Dalam mendukung tercapainya tujuan perusahaan, sebuah organisasi memerlukan evaluasi ulang secara internal maupun eksternal terhadap aktivitas maupun proses (Mastan & Stefanus, 2021). Belakangan ini para pelaku usaha mulai sadar terhadap perlunya penerapan *Enterprise Architecture* sebagai suatu perencanaan strategi yang terstruktur dan sistematis yang memudahkan kalangan pelaku usaha dalam merencanakan prospek tujuan keberlangsungan usaha kedepannya, karena sistem dan teknologi informasi merupakan salah satu komponen penunjang yang sangat berpengaruh dalam menentukan keberhasilan sebuah usaha baik intansi maupun organisasi. Pelaku usaha dari berbagai bidang yang siap bersaing dengan kompetitor secara global melakukan penerapan perencanaan strategis dalam mengembangkan kebutuhan sistem serta teknologi informasi, salah satunya adalah jenis usaha yang saat ini marak di kalangan remaja, dewasa baik wanita maupun pria yaitu penjualan *skincare*, *makeup*, dan *fashion*.

Pesatnya lonjakan peminat dalam skala global setiap tahunnya, maka semakin besar pula peluang yang sangat menjanjikan peningkatan omzet sektor penjualan produk *skincare*, *makeup*, dan *fashion*. *Zolla Cosmetic* merupakan sektor usaha kecil menengah yang berada di Jl. Surya Utama, Jebres, Surakarta yang bergerak di bidang penjualan *skincare* dan *make up*. Dalam proses aktifitas bisnisnya *Zolla Cosmetic* sudah mulai mengimplementasikan perencanaan strategi namun dalam prospeknya perencanaan tersebut kurang tepat sasaran sehingga tidak dapat terealisasi dengan baik, salah satu kekurangan dari sarana penunjang aktivitas bisnis *Zolla Cosmetic* yaitu perencanaan strategi sistem informasi dan teknologi belum memadai. Tanpa adanya perencanaan strategi sistem informasi dan teknologi, hal ini tentu saja menghambat perkembangan

kinerja perusahaan dalam proses bisnisnya. Untuk memudahkan konsumen melihat produk sesuai brand yang mereka butuhkan maka diintegrasikan dengan jenis-jenis brand yang tersedia sesuai dengan tren dan kebutuhan market untuk meningkatkan penjualan. Meskipun jenis-jenis produk dan brand cukup komplit tetapi stok yang dimiliki terbatas terkadang menimbulkan kekecewaan terhadap konsumen. Sehingga sistem informasi diintegrasikan dengan manajemen inventaris untuk mengontrol ketersediaan stok barang dengan menetapkan jumlah minimum untuk setiap produk yang harus tersedia dalam stok, pemrosesan yang cepat dan memiliki gambaran serta kendali atas keseluruhan proses penjualan dari pembelian, pemesanan, pengiriman, pengembalian produk hingga hubungan dengan pelanggan (CRM) termasuk untuk mengelola keluhan pelanggan.

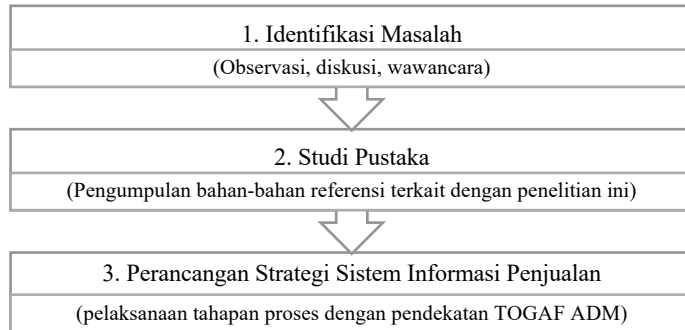
Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Sastradipraja et al., (2021) yang menghasilkan usulan perencanaan strategi sistem informasi penjualan pada *Three Sister's House Of Beauty* menggunakan *TOGAF ADM* untuk menunjang aktivitas bisnis usaha yang berlangsung. Penelitian Diana et al., (2022) melalui kerangka kerja *TOGAF ADM* dan bahasa pemodelan *Archimate Core Framework* pada industri kosmetik menghasilkan model bisnis yang menggambarkan struktur organisasi yang terintegrasi mulai dari penargetan pasar, pengumpulan data, promosi, pemesanan, pembagian informasi dan layanan konsumen. Proses perencanaan adalah bagian tahapan rasional di dalam penyusunan rencana. *TOGAF ADM* merupakan metode yang fleksibel, dapat mengidentifikasi berbagai macam teknik pemodelan yang digunakan dalam perancangan dan bisa disesuaikan dengan perubahan serta kebutuhan selama perancangan dilakukan. Pada setiap tahapan proses pada ADM, berisi mengenai tahapan-tahapan yang dilakukan dan hasil output dari masing-masing tahapan (Hanafi & Purba, 2021). Sifat-sifat yang dipunyai dalam proses: (1) tujuan harus disesuaikan; (2) keterbatasan juga harus disesuaikan; (3) teknik dan kebutuhan disesuaikan dengan teknik serta kebutuhan tertentu. Proses ini semula merupakan perencanaan konvensional, yang bisa dibilang proses yang cukup terbuka guna menghasilkan sesuatu yang terbuka tanpa feedback (Sutangsa & Suryana, 2023). Strategi dapat membantu perusahaan beradaptasi dan mengidentifikasi perubahan atau masalah yang muncul dalam lingkungan bisnis. Dengan merumuskan strategi akan mengasah kemampuan perusahaan

untuk mencegah berbagai masalah di masa depan. Berikut adalah konsep strategi menurut beberapa tokoh, menurut Marrus dalam Deni et al., (2023), strategi didefinisikan sebagai proses penentuan rencana pemimpin puncak berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai dengan penyusunan metode atau upaya untuk tujuan tersebut dapat tercapai.

Untuk proses penyelesaian masalah yang terjadi, maka penelitian ini akan menghasilkan rancangan perencanaan *enterprise architecture* pada layanan penjualan dengan menggunakan *TOGAF* sebagai solusi terbaik yang diselaraskan dengan strategi bisnis dan sistem informasi yang dibutuhkan oleh *Zolla Cosmetic*, sehingga kegiatan dan proses bisnis terintegrasi, terencana, tepat sasaran dan berdaya guna sehingga konsumen menilai *Zolla Cosmetic* sebagai toko yang *ter-update*, mengikuti brand dan tren terbaru, *ready stock* serta selalu menjaga kepuasan pelanggan.

METODOLOGI PENELITIAN

Tahapan yang dilakukan dalam prosedur penelitian ini, seperti terlihat pada gambar 1:



Gambar 1. Prosedur Penelitian

Penjabaran prosedur penelitian pada Gambar 1 sebagai berikut:

Langkah pertama adalah identifikasi masalah dilakukan dengan mengambil sumber data primer melalui beberapa langkah yaitu observasi (pengamatan) terhadap strategi bisnis berjalan, diskusi dan wawancara dengan pemilik *Zolla Cosmetic* dan pemangku kepentingan.

Langkah kedua mengambil sumber data sekunder dengan melakukan studi pustaka dan mengumpulkan referensi yang terkait dengan topik permasalahan dalam penelitian ini, diperoleh dari jurnal, paper, buku, studi *benchmarking* atau dari penelitian-penelitian sebelumnya yang sejenis sehingga dapat dijadikan acuan dan panduan dalam melakukan penelitian ini. Data ini digunakan untuk memvalidasi identifikasi masalah dan iterasi pengembangan *architecture* pada tahap berikutnya.

Langkah ketiga adalah merancang *Enterprise Architecture* berupa sistem informasi penjualan dengan pendekatan *TOGAF ADM* diintegrasikan dan diselaraskan dengan proses bisnis dan penggunaan teknologi informasi untuk mencapai tujuan bisnis *Zolla Cosmetic*. Fase yang akan dijalankan melalui *TOGAF ADM* disesuaikan dengan strategi yang sangat dibutuhkan oleh *Zolla Cosmetic* diantaranya:

Preliminary Phase, pada tahap ini penulis mendefinisikan suatu perancangan pada *Zolla Kosmetik*, maka hal yang harus dijabarkan diantaranya mengenai prinsip-prinsip organisasi, mengidentifikasi *5W+1H*, mengkonfirmasi perspektif dan kebutuhan dari beberapa pemangku kepentingan, menentukan tim arsitektur dan organisasi serta frameworknya.

Requirements Management, tahap ini bertujuan untuk menyediakan proses pengelolaan kebutuhan arsitektur sepanjang fase pada siklus *ADM*, mengidentifikasi kebutuhan *enterprise*, menyimpan lalu memberikannya kepada fase yang relevan dengan mengidentifikasi *core* bisnis, proses bisnis yang sedang berjalan (*Value Chain*), pembahasan lingkup *enterprise* organisasi dan *issue* organisasi serta memberikan solusi bisnis.

Architecture Vision, tahap ini mengikuti beberapa pendekatan berdasarkan kerangka *TOGAF ADM*. Pendekatan tersebut dilakukan untuk mendefinisikan visi arsitektur antara lain dengan memahami kunci utama *Architecture Vision* yang isinya berupa membahas profil organisasi, pendefinisian visi dan misi, tujuan organisasi, sasaran organisasi.

Business Architecture, tahapan ini menentukan model bisnis atau aktivitas bisnis (proses, fungsi dan aktifitas) yang di inginkan berdasarkan skenario bisnis dengan menggunakan *UML*. Beberapa hal yang harus dilakukan adalah membahas ruang lingkup *stakeholder* terhadap sistem, proses bisnis organisasi, perancangan bagan hierarki fungsi.

Information Systems Architectures, tahapan menentukan arsitektur data dan arsitektur aplikasi yang memfokuskan bagaimana data digunakan untuk kebutuhan fungsi bisnis, proses, layanan dan organisasi, melakukan proses permodelan data, merancang arsitektur data menggunakan *class diagram* dan *gap* arsitektur data, merancang katalog aplikasi yang akan dirancang, menjelaskan *sequence diagram* pada proses bisnis yang dikembangkan setelahnya. Perkembangan teknologi tidak berarti selalu diperkenalkan dengan produk baru, tetapi dapat pula berupa layanan atau pendekatan aktivitas lain yang elum pernah terpikirkan seperti inovasi dalam model bisnis, tata kelola dan beberapa aktivitas lainnya (Indrajit, n.d.)

Technology Architecture, dengan mendefinisikan tentang teknologi-teknologi utama yang dibutuhkan untuk menyediakan dukungan lingkungan teknologi bagi aplikasi beserta data yang akan dikelola menggunakan teknologi tersebut. Untuk membangun arsitektur teknologi dibutuhkan tahapan konfigurasi jaringan internal, pendefinisian *platform* teknologi, menetapkan spesifikasi perangkat lunak dan keras.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahapan perencanaan arsitektur interprise pada Zolla Kosmetik akan digunakan metode TOGAF ADM. Pada bab ini akan dijelaskan hasil dan pembahasan mengenai tahapan TOGAF ADM, diantaranya Preliminary Phase, Requirements Management, Architecture Vision, Business Architecture, Information Systems Architectures, Technology Architectur.

Preliminary Phase

Pada tahapan ini terdapat beberapa hasil yang akan disampaikan, yaitu prinsip prinsip perencanaan arsitektur dan identifikasi 5W+1H pada Zolla Kosmetik. Berikut adalah tabel prinsip perencanaan arsitektur:

Tabel 1. Prinsip Perencanaan Arsitektur

Prinsip	Deskripsi
Prinsip Bisnis	Arsitektur yang dibuat harus sesuai dengan tujuan, kegiatan, serta tugas pokok dari <i>Zolla Cosmetic</i> serta membantu dalam penjualan barang yang disediakan oleh <i>Zolla Cosmetic</i>
Prinsip Data	Data yang disimpan harus akurat, terstruktur, dan aman dalam penyimpanan suatu data. Agar data yang tersimpan nantinya bisa digunakan dengan

	baik
Prinsip Teknologi	Untuk kebutuhan <i>hardware</i> yang dibutuhkan yaitu <i>smartphone</i> dan laptop dengan koneksi internet yang baik agar dalam melakukan proses kegiatan bisa berjalan dengan lancar

Tabel 2. Tabel Identifikasi 5I+1H

No	Driver	Deskripsi
1	What	Sistem informasi seperti apa yang ingin dibangun, apa saja yang akan terlibat atau dilibatkan seperti: data barang, pencatatan uang, data karyawan.
2	Who	Gambaran mengenai siapa, apa tugas dan peranan mereka dan hubungan kerja antar satu individu dengan lainnya yang akan menggunakan sistem tersebut serta fungsi apa pemilik / owner Toko <i>Zolla Cosmetic</i> perankan.
3	Where	Penjelasan dimana system tersebut akan dipakai yaitu di Toko <i>Zolla Cosmetic</i>
4	When	Kapan sistem tersebut akan dipergunakan, dapat di akses dan tidak.
5	Why	Mengenai mengapa sistem tersebut perlu dibangun, dengan ini Toko <i>Zolla Cosmetic</i> berencana membangun sistem untuk membantu dalam kegiatan pencatatan barang, uang dan proses pengumpulan data produk serta hubungan dengan pelanggan.
6	How	Perancangan arsitektur enterprise dibuat dengan menggunakan metode TOGAF ADM, bagaimana system tersebut bekerja serta fungsi seperti apa yang diharapkan oleh Toko <i>Zolla Cosmetic</i> .

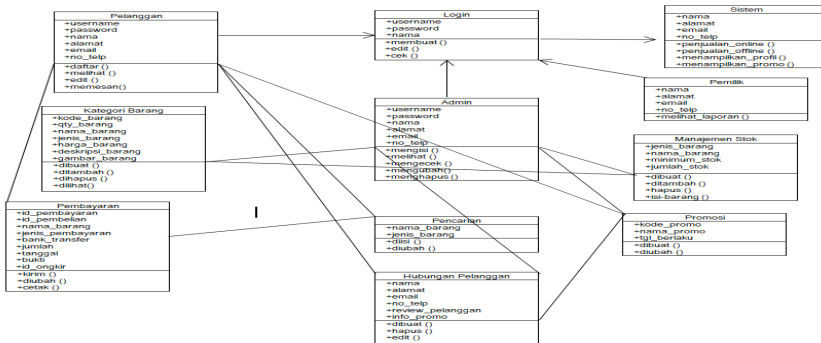
Requirements Management

Tujuan dari tahapan requirement management adalah menyediakan proses pengolahan kebutuhan sepanjang fase pada siklus ADM, mengumpulkan, menginventarisir dan mengidentifikasi seluruh kebutuhan enterprise, menyimpan lalu memberikannya kepada fase TOGAF ADM yang relevan.

Architecture Vision

Visi dan Tujuan Visi *Zolla Cosmetic* menjadi jaringan terdistribusi ritel terkemuka/terkenal yang dimiliki oleh masyarakat luas, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen,serta mampu bersaing secara global. Tujuan *Zolla Cosmetic* memberikan Fasilitas dan barang barang yang

unggul,berkualitas,agar tidak membuat pembeli merasa terugikan dan agar kita dan pembeli sama-sama saling menguntungkan dan pemilik toko mendapatkan penghasilan / omset sesuai target.



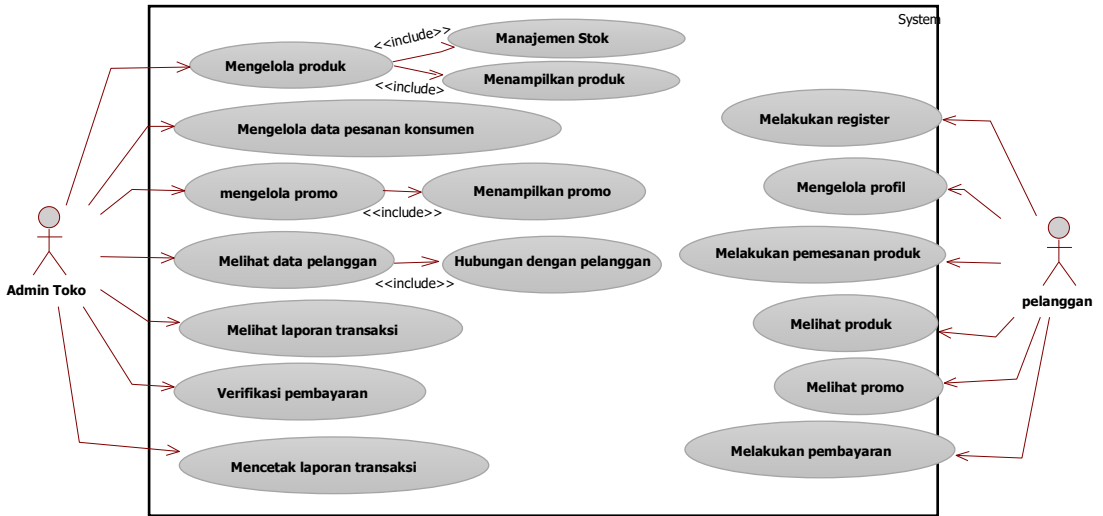
Gambar 2 Class Diagram Perencanaan Sistem Pada Zolla Cosmetic

Business Architecture

Dalam menjalankan bisnisnya Zolla Cosmetic melakukannya dengan cara *offline* dan *online*. Untuk *offlinenya* Zolla Cosmetic mempunyai sebuah toko sedangkan pada *online* menggunakan sebuah platform sosial media dan komunitas kecantikan dan grup. Dan juga tentunya ada aturan tersendiri untuk menjalankan bisnis secara *online* maupun *offline* tersebut. Ini dari business architecture merupakan aktivitas penunjang proses bisnis utama, target pasar, tipe pelanggan yang akan mengkonsumsi produk dari Toko Zolla Cosmetic atau janya untuk menikmati layanan yang diberikan.

Information Systems Architectures

Zolla Cosmetic telah menerapkan teknologi system untuk memudahkan konsumen berbelanja diantaranya pada teknologi bank dan media pemasarannya pun sudah menggunakan media sosial seperti Instagram dan tiktok, Adapun dalam pembayarannya juga tidak hanya terbatas pada pembayaran cash saja namun ada pilihan pembayaran atau transfer bank ditunjukkan pada gambar 2.



Gambar 3. Use Case Diagram Perencanaan Sistem pada Zolla Cosmetic

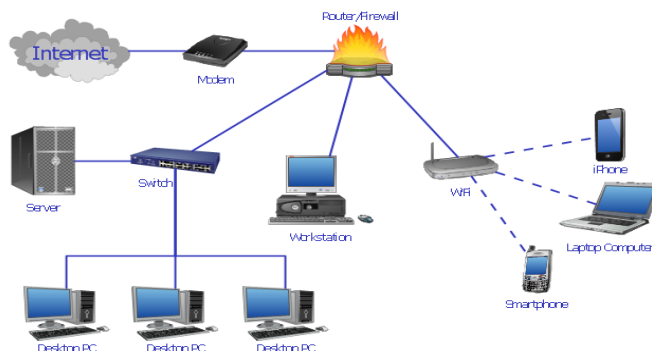
Gambar 3 menjelaskan bahwa pada sisi sebelah kiri terdapat proses bisnis pengelolaan penjualan yang dilakukan oleh admin toko didukung oleh beberapa aplikasi seperti: 1) mengelola produk, dilengkapi dengan aplikasi manajemen stok berfungsi agar stok dalam kondisi selalu ready sehingga pada batas minimum stok langsung melakukan pemenuhan stok kembali dan menampilkan produk sehingga pelanggan mudah melihat produk-produk brand yang mereka inginkan; 2) Mengelola data pesanan konsumen, berfungsi setiap pesanan dari pelanggan segera diproses dan ditindak lanjuti sampai dengan pembuatan invoice atau pengiriman jika pesanan dilakukan secara *online*; 3) Mengelola promo, berfungsi untuk menampilkan promo yang ditawarkan setiap hari, Mingguan atau bulanan dari brand produk yang diminati pelanggan; 4) Melihat data pelanggan, berfungsi untuk mengirimkan promo yang sedang ada, keluaran produk brand yang sedang tren samapai dengan menjaga hubungan dengan pelanggan untuk memberikan kepuasan dan tidak terputus hanya sekali pesan; 5) Melihat laporan transaksi, berfungsi untuk melihat setiap transaksi sudah tercatat dengan baik dan betul; 6) Verifikasi pembayaran, berfungsi untuk memastikan bentuk pembayaran transaksi pelanggan yaitu melalui transfer bank, *cash* atau COD; 7) Mencetak laporan transaksi *invoice* untuk transaksi *offline* yang diberikan kepada pelanggan, mencetak laporan

transaksi bulanan berfungsi untuk arsip pelaporan pertanggungjawaban.

Pada sisi sebelah kanan menunjukkan aplikasi dari langkah-langkah sebagai pelanggan didukung oleh beberapa aplikasi seperti: 1) Melakukan register, berfungsi untuk pendaftaran pelanggan baru yang belum pernah terdaftar pada *Zolla Cosmetic*, 2) Mengelola profil, berfungsi untuk memasukkan data diri pelanggan baru seperti nama, alamat, nomor telepon dan email sehingga *Zolla Cosmetic* mudah untuk mengirimkan promo-promo yang ada atau menjaga hubungan pelanggan; 3) Melakukan pemesanan produk, berfungsi setelah pelanggan melihat produk yang dibutuhkan maka memproses untuk melakukan pemesanan kepada toko; 4) Melihat produk, berfungsi agar pelanggan mudah untuk melihat produk dari brand yang sedang tren atau sesuai dengan kebutuhan pelanggan; 5) Melihat promo, berfungsi agar pelanggan dapat melihat dari setiap promo yang ditawarkan dari *Zolla Cosmetic*; 6) Melakukan pembayaran, berfungsi jika pelanggan sudah melakukan pemesanan maka toko memproses transaksi penjualan untuk dibuat invoice kemudian memberikan pelanggan bentuk dari pembayaran yaitu cash, transfer bank, atau *COD (Cash on Delivery)* diartikan secara umum sebagai cara pembayaran yang dilakukan secara tunai dan langsung ketika Anda menerima pesanan (Qothrunnada, 2022)

Technology Architecture

Untuk menunjang teknologi sistem tentunya ada perangkat atau alat yang digunakan misalnya pada *Zolla Cosmetic* menggunakan *Smartphone*, komputer desktop serta laptop untuk menunjang performa bisnisnya.



Gambar 4. Computer network system design diagram

Pada gambar 4 menjelaskan pemetaan antar aplikasi, data, jaringan dan komponen teknologi seperti server yang mendukung. Aktor internal harus terlebih dahulu terhubung dengan jaringan LAN untuk mendapatkan akses, sedangkan pelanggan sebagai aktor eksternal dapat terhubung hanya dengan menggunakan internet melalui protocol http.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, maka dapat disimpulkan penelitian ini untuk membuat perencanaan strategi sistem informasi penjualan dengan pendekatan framework TOGAF ADM agar lebih terstruktur. Hasil target arsitektur bisnis dan sistem informasi berguna untuk mendukung keberlangsungan proses bisnis dan dan system informasi agar lebih mendukung performa toko *Zolla Cosmetic*. Pada perencanaan arsitektur enterprise dibuat struktur organisasi usulan untuk memaksimalkan pemanfaatan SDM dalam mengembangkannya agar lebih terstruktur dan perencanaan disesuaikan dengan proses pengembangan bisnis yang mengarah pada 1) mengelola profil dan mengirimkan promo-promo yang ada atau menjaga hubungan pelanggan; 2) pelanggan melakukan pemesanan produk setelah pelanggan melihat produk yang dibutuhkan dan persediaan barang yang ada; 3) mempermudah pelanggan untuk melihat produk dari brand yang sedang tren atau sesuai dengan kebutuhan pelanggan; 4) mempermudah pelanggan untuk melihat setiap promo yang ditawarkan dari *Zolla Cosmetic*; 5) setelah pelanggan melakukan pemesanan maka toko memproses transaksi penjualan untuk dibuat invoice kemudian memberikan pelanggan bentuk dari pembayaran yaitu cash, transfer bank, atau *COD (Cash on Delivery)*. Perencanaan sistem yang dirancang akan membantu pencatatan penjualan supaya bisa beroperasi dengan lebih efisien dan *real time*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada toko *Zollla Cosmetic* dan tim dalam penelitian dan membantu dalam kelancaran penulisan artikel.

DAFTAR PUSTAKA

AS Girsang, A Abimanyu. (2021). Development of an Enterprise Architecture for Healthcare using TOGAF ADM. *Emerging Science Journal*, 2021 -

- Diana, D., Indrajit, R. E., & Dazki, E. (2022). Penerapan Enterprise Architecture Pada Industri Kosmetik dengan TOGAF ADM. *Jutisi : Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 11(1), 165. <https://doi.org/10.35889/jutisi.v11i1.820>
- Deni, R. A., Nazori, M., & Ismail, M. (2023). Strategi Pemasaran Usaha Produksi Tahu Alami Sido Makmur Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Di Kabupaten Tebo. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 1(2), 24-39.
- Eka Putri Ermawanti, Hapzi Ali, (2022) Pengaruh Teknologi Informasi, Sistem Informasi Berbasis Web Dan Knowledge Management terhadap Kinerja Karyawan (Literature Review Executive Support Sistem (Ess) For Business) *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi Vol.3 E-ISSN: 2686-5238, P-ISSN 2686-4916*
- FF Oroh, RE Indrajit, E Dzaki, (2022) Kajian Enterprise Resource Planning pada Industri Manufaktur Pengolahan Bambu menggunakan Arsitektur Enterprise, *Jurnal Ilmiah OJS*
- Hanafi, B., & Purba, R. D. H. (2021). Perancangan Enterprise Architecture Dengan Modified Togaf Adm Pada PT Ilmu Komputercom Braindevs Sistema. *JISICOM (Journal of Information System, Informatics and Computing)*, 5(2), 222-231.
- Hulun, D. B., Dince, M. N., & Aurelia, P. N. (2023). Analisis Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit Pada Graha Insan Surya (GIS) Maumere. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 3(4), 238-259.
- Ignatius Adrian Mastan, Mario Stefanus. (2021). Perancangan Enterprise Architecture Pada PT Vitapharm Menggunakan Framework TOGAF
- Indrajit, R. E. (n.d.). S I T A P TM. In Preinexus (Ed.), *Rancangan Strategis Sistem Informasi , Seri Bunga Rampai Pemikiran Ekoji* (14th ed.). Harvard Edu.
- Jatmiko, W., & Saepudin, S. (2023). Perancangan Model Enterprise Architecture Framework Togaf Pada Penjualan Alat-Alat Olahraga Di Toko Sentral Sport. *Jurnal Riset Sistem Informasi dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, 5(2), 214-224.
- Kurniawanto, R. (2021). Perancangan Strategi Sistem Informasi Penjualan Menggunakan Pendekatan Togaf Adm. *Perancangan Strategi Sistem Informasi Penjualan Menggunakan Pendekatan Togaf*.
- Rohmah, M., and Subriadi, A. P. (2022). Processes and Activities for Managing Change in Information Systems Implementation in Higher Education Institution. *The Winners*, 51–64. doi: 10.21512/tw.v23i1.7170.
- R.A, Hermawan., and I.D, Sumitra. (2019). Designing Enterprise Architecture Using TOGAF Architecture Development Method. *IOP Conf. Ser.: Mater. Sci. Eng.* 662 042021.
- Sutangsa, S., & Suryana, E. (2023). Perencanaan Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pembentukan Relawan Pemadam Kebakaran Di Kabupaten Subang: Sebuah Tinjauan. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(1), 330-342.

- W Nur'aeni, F Sembiring, (2021), Implementasi TOGAF Pada Perancangan Sistem Informasi Reservasi Berbasis Progressive Web Application, Jutisi: Jurnal Ilmiah OJS.
- YM. Geasela, JF Andry (2019) Desain EAP Pada Industri Crude Palm Oil Menggunakan TOGAF, Jurnal semanticsholar.org