

PERANAN TEKNOLOGI INFORMASI UNTUK MEMPERCEPAT PELAYANAN KEPADA PELANGGAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN

Ubuh B. Hidajat

:: Abstract ::

Setiap perusahaan, baik swasta maupun milik negara, menghadapi tantangan persaingan yang semakin lama semakin ketat dan semakin mendunia.. Untuk menghadapi tantangan ini, perusahaan perlu mengembangkan visi yang dilandasi oleh pemahaman lingkungan usaha serta kekuatan dan potensi perusahaan. Perubahan lingkungan dan respons yang dilakukan perusahaan semakin lama dituntut semakin cepat. Visi bisnis dan strategi pendukungnya ini memerlukan peran sistem informasi, yang diolah dari berbagai data yang harus diidentifikasi. Ketatnya waktu penentuan visi dan strategi bisnis secara signifikan telah menuntut kebutuhan informasi dari sejumlah besar orang yang terlibat dalam pengambilan keputusan. Teknologi Informasi membantu manajemen untuk mempercepat pengolahan data, proses komunikasi, penetapan keputusan yang disepakati serta penentuan strategi perusahaan. Paparan berikut membahas peran teknologi informasi dalam tiga hal: Penentuan *business environment* dimana perusahaan memainkan persaingan, *company environment* dimana perusahaan dapat memaksimumkan *competitive advantage* dan penggunaan informasi dalam memposisikan perusahaan dalam lingkungan usaha di atas.

Kata Kunci : Minat berusaha, Lingkungan Bisnis, Lingkungan Usaha, Lingkungan IT, Business Process, Peran Sistem Informasi, Era Sistem Informasi, Startegic Option, Information System, Organization System

1. Pengantar

Bila kita melakukan bisnis pada masa sekarang, kita akan menemui kenyataan bahwa menjalankan bisnis sekarang akan jauh lebih complicated dibandingkan dengan masa lalu. Ukuran tradisional untuk menyatakan suatu usaha berhasil adalah ukuran-ukuran finansial (ratio-ratio) dan marketing (market share). (Dean and Boone, 1987). Ukuran keberhasilan usaha masa kini tidak ditentukan oleh kedua faktor ini tetapi jauh lebih sukar untuk diukur, sehingga kita hanya akan mendengar ungkapan-ungkapan: "Berdayakan tenaga kerja", "Rencanakan perusahaan secara jangka panjang" dst.

Faktor-faktor keberhasilan perusahaan tidak cukup terdiri dari satu factor kunci saja, tetapi harus unggul dalam beberapa faktor yang saling terkait. Di masa lalu, kunci keberhasilan ini cukup satu macam saja.

IBM dikenal mempunyai organisasi marketing terhebat, GE dikenal sebagai perusahaan yang mempunyai manajemen keuangan terbaik, dan Boeing memiliki Research and Development terancang. (Kotter dan Heskett, 1992)

Di masa kini, keberhasilan perusahaan didukung oleh keunggulan fungsi-fungsi utama. Dalam industri manufaktur, keberhasilan usaha harus ditunjang oleh keunggulan faktor-faktor: R&D, product design, manufacturing, marketing and sales, distribution, financing, customer support dan repair service.

Untuk memahami peranan dari sistem informasi dalam kaitannya untuk memenangkan persaingan, perlu diketahui terlebih dahulu faktor-faktor yang berpengaruh pada keberhasilan perusahaan.

2. Faktor-faktor keberhasilan perusahaan

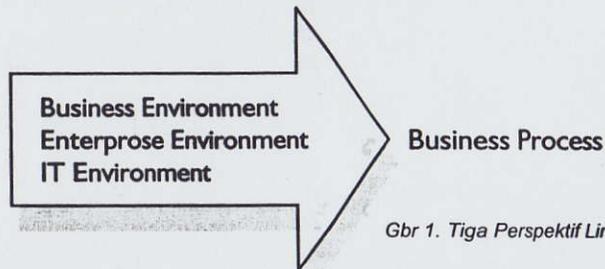
Paling sedikit ada delapan faktor yang berpengaruh pada keberhasilan perusahaan (Callon, 1996):

- *Business Leadership* : Faktor ini merupakan faktor utama yang paling penting. Inovasi produk, marketing dan operasi merupakan unsur-unsur yang akan merupakan penunjang *business leadership* tetapi masih belum cukup untuk berhenti disini. Masih diperlukan lagi inovasi dalam pencarian dana dan pembiayaan seluruh usaha. *Creativity* juga pasangan dari inovasi yang paling dekat, tetapi kreativitas yang akan memimpin usaha adalah yang didukung oleh penyediaan informasi yang tepat.
- *Kemampuan untuk mencocokkan dengan gambaran sistem yang lebih luas*: Usaha akan berhasil apabila setiap langkah operasi di dalam perusahaan sesuai dengan gambaran dunia yang lebih luas, dunia usaha dimana perusahaan tersebut berada. Strategi, *policy* dan program perusahaan harus sesuai dengan perkembangan supra sistemnya
- *Kecepatan respons* : Respons terhadap keluhan pelanggan, tuntutan pemasok dan kecepatan pemenuhan kebutuhan dari setiap unsur *stake-holder* merupakan satu kunci yang meningkatkan daya saing. Hal ini dapat dilakukan dengan memendekkan waktu pemasaran, waktu *delivery* dan percepatan *internal decision*.
- *Pemecahan masalah pelanggan melalui usaha seluruh kombinasi elemen organisasi* : Keluhan dan permasalahan yang umum dihadapi pelanggan tidak dapat dipecahkan oleh satu fungsi saja dalam organisasi. Pemecahan masalah pelanggan secara efektif harus dipecahkan oleh berbagai fungsi, karena keterkaitan antara satu fungsi dengan fungsi lain semakin erat. Keluhan pelanggan misalnya harus diselesaikan oleh fungsi *marketing*, *product development*, *finance* dan *customer service*
- *Budaya perusahaan yang kuat* : Budaya perusahaan adalah norma dan sistem nilai yang hidup di dalam perusahaan. Sistem nilai ini akan membentuk perilaku anggota organisasi. Kepuasan pelanggan terbentuk dari tingginya komitmen anggota organisasi terhadap kebutuhan pelanggan.
- *Kemampuan dan kemauan untuk melakukan inovasi, perubahan dan mengambil resiko* : Perusahaan yang mempunyai kemampuan dan kemauan untuk melakukan inovasi dan perubahan tidak selalu menyebabkan keberhasilan. Apabila tidak disertai dengan pemilihan implementasi yang tepat, inovasi dan perubahan ini akan menimbulkan kontra produktif. Mengambil keputusan atas berbagai kontradiksi yang tepat pada kemungkinan inovasi dan perubahan akan menimbulkan keberhasilan.
- *Memelihara keseimbangan* : Berbagai dimensi dalam pengelolaan sumber daya yang harus dioptimalkan diperlukan untuk memelihara keseimbangan. Pilihan jangka pendek yang inovatif harus dikombinasikan dengan rencana jangka panjang yang mantap. Pemberian kesempatan dan pemberdayaan untuk melakukan perombakan-perombakan kepada karyawan / staf muda harus diseimbangkan dengan pemeliharaan staf yang secara strategis diperlukan untuk jangka panjang.

- *Komunikasi lintas seluruh organisasi* : Faktor terakhir yang harus dimaksimalkan adalah komunikasi yang efektif antar orang/unit dalam organisasi sehingga kecepatan informasi yang mengalir dari sumber ke pengguna akan berjalan sangat cepat.

3. Peran Umum Sistem Informasi menghadapi lingkungan bisnis

Memiliki komputer tidak otomatis berarti dapat meningkatkan daya saing perusahaan. Komputer hanyalah kumpulan *software* dan *hardware* yang tidak mempunyai nilai intrinsik. Komputer baru berperan banyak apabila sudah diisi oleh sistem informasi. Untuk memahami hal ini, perlu diketahui tiga perspektif berikut :



Gbr 1. Tiga Perspektif Lingkungan

- *The business environment*, lingkungan industri dimana perusahaan berada; bagaimana perusahaan dapat efektif bersaing dengan lainnya dalam aturan kompetisi yang terjadi
- *The enterprise environment*, yaitu perusahaan itu sendiri dengan karakteristik umumnya, *track record*, serta kekuatan dan kelemahannya
- *The information technology*, IT yang digunakan oleh perusahaan dalam rangka memenangkan persaingan. Disini, peran sistem informasi sangat besar dalam perusahaan.

Dalam lingkungan bisnis, dapat ditemukan berbagai perkembangan yang semakin sulit bagi perusahaan untuk menempatkan dirinya karena berkembang lebih cepat, lebih kompleks dan arahnya sulit untuk diduga sebelumnya :

- Jumlah pesaing cenderung semakin banyak, baik berasal dari dalam maupun dari luar negeri.
- Aturan baru dalam persaingan, dimana pesaing baru memainkan strategi inovatif dalam bisnis dan mencoba untuk bersaing dengan cara yang juga inovatif.
- Perubahan struktural dalam industri dan penjabarannya pada industri tradisional
- Perubahan atau pembaharuan dalam regulasi, bisa bertambah ataupun berkurang atau kecenderungannya yang berubah.
- Meningkatnya tuntutan pelanggan ; semakin baik performance perusahaan ternyata semakin tinggi harapan konsumen
- Perubahan jumlah dan tanggung jawab serta pengalaman karyawan akibat pengurangan atau restrukturisasi organisasi perusahaan. Karyawan baru cenderung mempunyai sistem nilai dan prioritas yang berbeda sehingga perusahaan perlu untuk mengantisipasi hal ini.
- Teknologi baru, termasuk didalamnya teknologi informasi
- Perubahan sosial politik yang banyak mempengaruhi faktor-faktor di atas.

:: PERANAN TEKNOLOGI INFORMASI UNTUK MEMPERCEPAT PELAYANAN

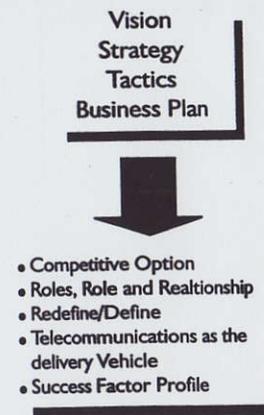
Dalam lingkungan perusahaan itu sendiri, *faktor-faktor pengaruh yang kuat dapat dijelaskan dalam "Business Driver Model" pada gambar 2 berikut :*



Gbr 2. Lingkungan perusahaan

- Market perlu dipelajari, siapa pesaing dan bagaimana aturan persaingan yang berlaku. Dalam *business driver*, perlu diketahui dinamika pasar, globalisasi, dan segmentasi industri.
- Teknologi merupakan dampak dari kebutuhan perusahaan untuk mengetahui secepat mungkin perkembangan di dalam dan di luar perusahaan. Kemampuan teknologi informasi ditentukan oleh dua hal pokok yaitu harga dan *performance*.
- Aturan perlu dipahami. Dalam telekomunikasi, proteksi dalam suatu negara akan menyebabkan kurangnya *long distance call*. Sebaliknya dalam industri penerbangan justru terjadi deregulasi yang menyebabkan pesaing berdesakan dalam pasar dalam negeri.
- Tenaga kerja dan pekerjaan. Sejauh mana perusahaan sudah melakukan pemilihan, pelatihan, pengembangan, motivasi, dan pemberian imbalan kepada tenaga kerja yang merupakan salah satu kunci sukses perusahaan masa kini.

Terakhir, *Information System yang digunakan perusahaan akan mempengaruhi keberhasilan perusahaan, dimana visi, strategi, taktik dan business plan akan menentukan bagaimana peran Information system sebagaimana ditunjukkan gambar 3 berikut ini :*



Gbr 3. Peran sistem informasi dalam bisnis

:: PERANAN TEKNOLOGI INFORMASI UNTUK MEMPERCEPAT PELAYANAN

Peran Sistem Informasi dalam bisnis pada dasarnya hanya ada tiga macam, yaitu :

- **Efficiency** : diukur oleh produktivitas, yaitu melakukan sesuatu lebih baik.
- **Effectiveness** : dicapai melalui perluasan lingkup kerja individual, atau perluasan/pengayaan dari pekerjaan di dalam organisasi, melakukan sesuatu yang lebih baik dari yang sudah dikerjakan organisasi pada waktu sebelumnya.
- **Competitive advantage** : yang memenangkan perusahaan; mengerjakan sesuatu lebih baik dan hal-hal yang lebih baik bagi kepentingan pelanggan.

Dalam perkembangannya, *information technology* mengalami perubahan pengguna, target, dan fungsi yang dicakupnya (lihat gambar 4). Dalam Era I, komputer hanya digunakan oleh unit organisasi tertentu yang digunakan secara formal di dalam organisasi yang ditujukan untuk meningkatkan produktivitas/efisiensi perusahaan. Pada Era II, individu sangat dibantu oleh komputer untuk menyelesaikan permasalahan pekerjaan yang dihadapinya sehingga sasaran yang lebih dibantu oleh penggunaan komputer adalah dalam peningkatan efektivitas pekerjaan. Era III, merupakan pemanfaatan dari perkembangan pada Era I dan Era II. Manfaat individual disebarluaskan, informasi organisasi didistribusikan, arah strategi perusahaan didiskusikan. Keseluruhan usaha pengintegrasian melalui data communication, electronic mail dan penggunaan internet dan media lainnya ini akan menghasilkan keunggulan daya saing perusahaan.

Ilustrasi gambar 4 berikut memperlihatkan perbedaan pada setiap era di atas :

	Administrative Framework	Primary Target	Justification Purpose
ERA I: Data Processing	Regulated Monopoly	Organizational	Productivity Efficiency
ERA II: End User - Computing	Free Market	Individual	Effectiveness
ERA III: Strategic System	Regulated Free Market	Business Process	Competitive Advantage

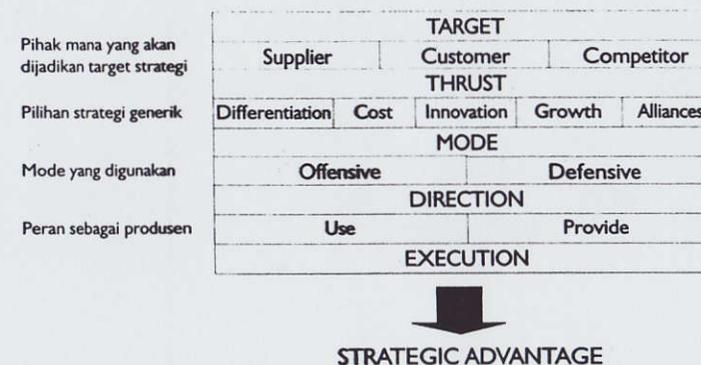
Gbr 4. Lingkungan Information Technology (Callon, 1996)

Untuk mengetahui apakah sistem informasi yang digunakan oleh perusahaan sudah tepat, berikut adalah daftar pertanyaan yang dapat diajukan sebagai *information system self-assessment* :

- Bagaimana bisnis dijalankan ? Apakah perusahaan mengalami kesulitan untuk menganggarkan keperluan sistem informasi? Apakah sistem informasi digunakan untuk mengetahui kepentingan pelanggan ?
- Apakah manager sistem informasi adalah anggota *top management* ? Apakah dia masuk dalam jajaran pemuka organisasi yang mendapatkan golongan gaji tinggi ?
- Berapa persentase anggaran untuk sistem informasi ?
- Apakah sistem informasi merupakan kompetensi inti dari perusahaan ? Apakah strategi yang diterapkan perusahaan sama dengan langkah-langkah yang dilakukan hari demi hari ?

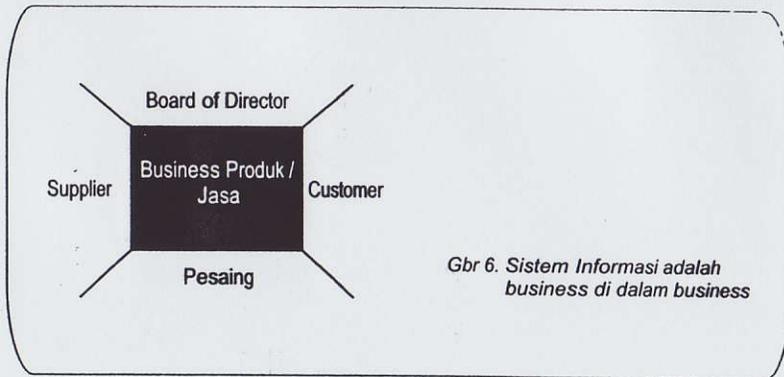
4. Sistem Informasi dalam Strategic Option Generator

Dalam pemilihan strategi untuk memenangkan persaingan, sistem informasi dapat digunakan untuk memilih opsi-opsi sebagaimana digambarkan dalam gambar 5 berikut :



Gbr 5. Strategic Option Generator (Callon, 1996)

Pada dasarnya organisasi dari *Information System* adalah suatu *business* yang berada dalam konteks *business*. Perhatikan gambar 6 berikut :



Gbr 6. Sistem Informasi adalah business di dalam business

Board of Director adalah lembaga yang mewakili kepentingan pemegang saham serta memantau status finansial dan memberikan pujian atau teguran kepada top management dalam pencapaian sasaran perusahaan

Supplier, Customer dan Competitor adalah tiga unsur yang merupakan pemain dalam konsep Porter (*Competitive advantage for the firms*).

Bila dibandingkan dengan model ini, Sistem Informasi juga mempunyai supplier, customer, dan pesaing serta pimpinan sendiri yang harus memainkan peran masing-masing sebaik-baiknya. Jelaslah bahwa sistem informasi memerankan dukungan pada peningkatan daya saing. Hal ini dapat dijelaskan pada gambar 7.

Steering Committee memberikan arah pada organisasi sistem informasi untuk Bergeraknya sistem informasi di seluruh perusahaan. Dari arah lain (*bottom-up*), organisasi sistem informasi dapat memberikan kesempatan apa yang dapat dilakukan oleh perusahaan dengan seluruh daya yang disediakan oleh organisasi sistem informasi.

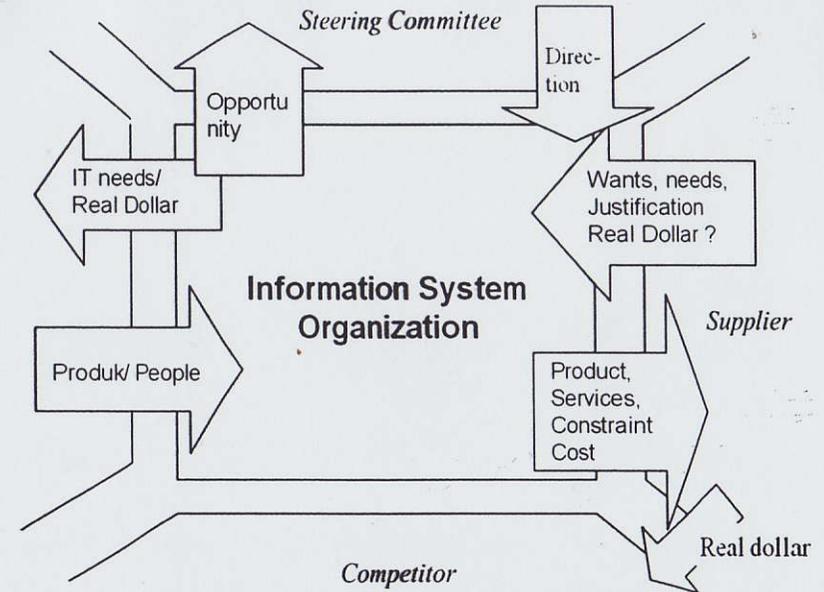
Supplier System dapat menyediakan sumber dalam bentuk orang (tenaga ahli dan barang) sedangkan organisasi sistem informasi menyediakan kebutuhan informasi yang dapat dinilai dengan uang.

Users mengidentifikasi kebutuhan dan keinginannya serta nilai yang diharapkan. Di lain pihak organisasi sistem informasi menyediakan produk dan jasa yang disesuaikan dengan keterbatasan-keterbatasan teknis dan biaya.

DISKUSI

Jelaslah bahwa pendekatan dalam memfungsikan IT dan Sistem Informasi Manajemen pada umumnya tidak lagi diarahkan sekedar untuk mempercepat pengambilan keputusan, tetapi juga yang lebih penting adalah dalam kaitannya dengan mempercepat layanan kepada pelanggan.

Dengan lingkungan bisnis yang lebih cepat berubah, pelanggan yang mempunyai tuntutan yang semakin tinggi, dan dunia persaingan yang semakin membutuhkan keunggulan daya saing, setiap perusahaan membutuhkan efektivitas pemanfaatan IT yang semakin besar.



Gbr 7. Hubungan antara unsur pengguna, supplier, SC, dan Competitor & Information System Organization (Callon, 1996)

DAFTAR PUSTAKA

Callon, Jack D, "Competitive Advantage through Information Technology", Mc Graw Hill Company, Inc., 1996
 Clemons, Eric K, "Evaluation of Strategic Investment in Information Technology", Communication of The ACM, January 1991
 Dean, Meyer and Boone, Mary E., "The Information Edge", New York McGraw Hill, 1987
 Kotter, John P and Heskett, James L., "Corporate Culture", New York The Free Press, 1992
 Sculley, John, "Information Technology, the Trillion Dollar Opportunity", Mc Graw Hill International Edition, 1987