

Strategi Teknologi Informasi Pada Perusahaan

Mariana Kristiyanti
Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AKI

Abstract

For modern company, only having business strategy is not enough to face competition these days. Business strategy applied in document or blue print of Business Plan must be provided by information technology strategy or IT Strategy. The aim is to use maximally the application of information technology as the main component of company's information system (the system consists of components processing data and sending information of the result of data processing to related organizational functions).

Key words : *Information Technology, technology Strategy Information Technology, Strategy Company.*

Pendahuluan

Teknologi Informasi saat ini berperan penting dalam bisnis dan Organisasi. Melalui Teknologi Informasi, perusahaan dapat memperoleh keunggulan strategi dalam persaingan antar para pelaku bisnis yang ketat saat ini. Agar hal ini dapat dicapai, diperlukan suatu perencanaan strategi di bidang Teknologi Informasi. Melalui perencanaan strategi yang bersifat dinamis dan fleksibel, sebuah perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga dapat mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis dan mampu bertahan pada persaingan bisnis

dan mampu bertahan pada persaingan bisnis yang semakin ketat.

Kendala yang dihadapi oleh perusahaan pada masa sekarang ini adalah system informasi yang berjalan pada saat ini, belum dapat menghubungkan antara divisi yang satu dengan divisi yang lain, sehingga menyebabkan informasi yang dihasilkan tidak dapat terintegrasi dengan baik dan sering terjadi duplikasi data yang menyebabkan ketidak-akuratan informasi. Hal ini menghambat keputusan para eksekutifnya, terutama pada waktu merumuskan perencanaan yang berhubungan dengan pengembangan

perusahaan dimasa yang akan datang. Atas dasar hal ini maka diperlukan suatu terobosan untuk mengembangkan sebuah Strategi Teknologi Informasi pada sebuah perusahaan.

Menurut Wheelen dan Hunger (2004), strategi dari sebuah perusahaan merupakan perencanaan utama yang menyeluruh yang merumuskan bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi yang tepat akan mampu memaksimalkan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Strategi adalah pola perencanaan yang menyeluruh meliputi serangkaian usaha dan pemberdayaan sumber daya untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Menurut Robson (1997), Perencanaan Strategi Informasi adalah suatu proses untuk memformulasikan strategi informasi bagi suatu perusahaan yang meliputi perumusan kegunaan dari system informasi dan pengelolaannya. Keseluruhan proses perencanaan ini akan mendefinisikan dengan jelas apa yang harus dicapai system dan batasan-batasan yang dimiliki oleh system yang dihasilkan.

Penekanan utama dari Strategi Informasi adalah bagaimana menggunakan Teknologi secara tepat untuk membantu

perusahaan agar dapat meningkatkan keuntungan, mendorong pertumbuhan perusahaan dan memenangkan persaingan dengan para pesaingnya tanpa melupakan etika bisnis. Pengertian Teknologi menurut Fred. R. David (2004) adalah suatu penemuan secara revolusioner yang mengakibatkan perkembangan sehingga membantu manusia dalam menjalankan kegiatan sehari-hari. Menurut Henry C. Lukas, Jr (2000), Teknologi Informasi digunakan untuk semua bentuk teknologi yang dipakai untuk pemrosesan, penyimpanan, dan pengiriman informasi dalam bentuk elektronik.

Pentingnya Strategi Perusahaan

Menurut Ward (2002), strategi bisnis ialah sekumpulan tindakan terintegrasi yang bertujuan untuk mencapai tujuan jangka panjang dan kekuatan perusahaan untuk menghadapi competitor. Berikut ini adalah beberapa hal yang membuat strategi itu penting untuk perusahaan,

1. Karena sumber daya yang dimiliki perusahaan sangat terbatas, sehingga harus digunakan seoptimal mungkin.
2. Untuk meningkatkan daya saing atau kinerja perusahaan, karena para kompetitor memiliki sumber daya teknologi yang sama.

3. Untuk memastikan bahwa asset teknologi informasi dapat dimanfaatkan secara langsung maupun tidak langsung meningkatkan profitabilitas perusahaan, baik berupa peningkatan pendapatan atau revenue maupun pengurangan biaya-biaya atau costs.
4. Untuk mencegah terjadinya kelebihan investasi (*over investment*) atau kekurangan investasi (*under investment*) di bidang teknologi informasi.
5. Untuk menjamin bahwa teknologi informasi yang direncanakan dan dikembangkan benar-benar menjawab kebutuhan bisnis perusahaan akan informasi.

Hal-hal yang harus diperhatikan dan dipertimbangkan untuk menghasilkan sebuah Strategi Teknologi informasi yang baik adalah :

1. **Sistem Informasi**, merupakan definisi secara jelas dan terperinci sehubungan dengan jenis-jenis informasi apa saja yang dibutuhkan oleh perusahaan dan hal-hal yang berkaitan dengannya (kecepatan proses pengolahan data menjadi informasi, tingkatan detil informasi, cara menampilkan informasi,

volume dan transaksi informasi, penanggung jawab informasi, dan lain sebagainya).

2. **Teknologi Informasi**, meliputi komponen-komponen perangkat keras (komputer, infrastruktur, alat komunikasi, dll) dan perangkat lunak (aplikasi, sistem operasi, database, dll) yang harus tersedia untuk menghasilkan sistem informasi yang telah didefinisikan.
3. **Manajemen Informasi**, menyangkut perangkat manusia (*brainware*) yang akan mengimplementasikan sistem informasi yang dibangun dan mengembangkan teknologi informasi sejalan dengan perkembangan perusahaan di masa mendatang.

Untuk setiap domain atau hal pokok di atas, akan dianalisa dan diusulkan beberapa skenario atau pilihan (*options*), dimana setiap skenario memiliki variabelnya masing-masing seperti biaya (*costs*), manfaat (*benefits*), resiko (*risks*), dampak (*impacts*), tingkat kesulitan (*complexity*), hambatan (*constraints*), dan hal-hal terkait lainnya. Beberapa skenario ini kemudian diajukan dalam rapat para pimpinan manajemen untuk dibahas secara mendetail dengan tujuan tunggal untuk memilih

skenario terbaik. Jika pembuatan Strategy Teknologi Informasi melibatkan banyak pihak ada baiknya dimintakan pendapat obyektif mereka (*rekomendasi*). Setelah skenario terbaik berhasil ditentukan, maka langkah terakhir adalah membuat rencana implementasi yang didasarkan pada manajemen proyek (*project management*).

Melihat bahwa akan terjadi pengembangan beberapa modul sistem, maka harus dibedakan proyek-proyek jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang yang ditentukan melalui analisa nilai kepentingan atau skala prioritas. Jadwal pengembangan proyek inilah yang akan menjadi pegangan dalam setiap pengembangan teknologi informasi di perusahaan.

Untuk menghasilkan output yang berkualitas dengan karakteristik di atas, berbagai hal harus dilakukan, menyangkut masukan (*input*) yang dibutuhkan oleh tim penyusun Strategy Teknologi Informasi dan proses analisa yang harus dilakukan. Setidak-tidaknya harus ada lima input utama sebagai langkah awal penyusunan Strategy Teknologi Informasi :

1. Business Strategy
2. Business Trends
3. Competitor Analysis
4. IT Trends
5. Existing IT

Business Strategy merupakan dokumen yang harus dijadikan landasan berpijak utama dalam pembuatan IT Strategy karena dalam dokumen tersebut disebutkan visi dan misi perusahaan beserta target kinerja masing-masing fungsi pada struktur organisasi. Di dalam dokumen ini pula ditegaskan peranan teknologi informasi yang sesuai dengan strategi perusahaan (ingat bahwa untuk setiap perusahaan sejenis, posisi teknologi informasi dapat berbeda), sehingga filosofi yang digunakan dalam pengembangan IT Strategy harus sesuai dengannya.

Business Trends adalah segala hal yang berhubungan dengan kecenderungan pola-pola bisnis yang akan terjadi di masa mendatang sehubungan di sebuah industri tertentu.

- a. Contohnya dalam industri keuangan seperti bank, asuransi, dan sekuritas. Ada kecenderungan bahwa di masa depan, ketiga entiti bisnis yang biasa terpisah ini akan bergabung menjadi sebuah perusahaan keuangan multi fungsi di mana produk-produk dan jasa pelayanan yang diberikan dapat beragam.
- b. Contoh lain adalah di industri pariwisata yang melibatkan perusahaan-perusahaan transportasi (darat, laut, dan udara),

hotel, lokasi wisata, taman-taman hiburan dan lain sebagainya. Saat ini, masing-masing perusahaan berada dalam jalur bisnisnya sendiri-sendiri, tetapi dengan adanya kemajuan teknologi informasi dan fenomena pembentukan rekanan strategis (*strategic alliances*) antar beberapa perusahaan, kecenderungannya di masa depan akan terbentuk sebuah tipe perusahaan pelayanan yang memadukan servis-servis yang biasa dilakukan perusahaan-perusahaan dalam industri pariwisata tersebut.

Hal-hal seperti di atas perlu dicermati dan dipelajari untuk mengantisipasi perubahan-perubahan yang mungkin terjadi dalam jangka pendek, menengah, atau panjang yang dapat mempengaruhi infrastruktur teknologi informasi yang ada (karena adanya perubahan orientasi bisnis).

Competitor Analysis merupakan suatu aktivitas yang harus dilakukan mengingat bahwa pada dasarnya strategi itu dibuat karena adanya pesaing. Tujuan dari dikembangkannya teknologi informasi adalah untuk meningkatkan kinerja perusahaan sehingga dapat menghasilkan produk atau jasa yang *cheaper, better, dan faster* dibandingkan dengan produk atau jasa

yang dihasilkan kompetitor. Sehingga jelas bahwa tujuan diadakannya analisa terhadap para pesaing bisnis adalah untuk melihat seberapa murah, seberapa baik, dan seberapa cepat produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan lain sehingga hal tersebut dapat menjadi patokan target perusahaan.

Tujuan dipelajarinya **IT Trend** adalah agar tidak terjadi kesalahan dalam pemilihan teknologi yang diterapkan dan dikembangkan di perusahaan. Tidak semua produk-produk teknologi informasi tergolong baik. Dari sekian banyak produk yang ditawarkan, lebih banyak yang gagal bertahan di pasaran daripada yang berhasil.

Perusahaan harus dapat melakukan pemilihan terhadap teknologi mana saja yang masih dalam tahap percobaan atau pengenalan (*infancy/emerging*), perkembangan (*growth*), stabil (*mature*), dan mulai ditinggalkan (*facing out*). Dan dari sekian banyak produk, mana pula yang kira-kira akan menjadi standar di masa mendatang. Di samping untuk tujuan tersebut di atas, melihat trend dalam perkembangan teknologi informasi berarti mempelajari kesempatan-kesempatan (*opportunities*) baru yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan di masa mendatang, baik dalam peningkatan

revenue, penurunan costs, atau kemungkinan dikembangkannya bisnis baru.

Hal terakhir yang harus dipelajari adalah konfigurasi dan spesifikasi dari teknologi informasi yang dimiliki perusahaan saat ini (*Existing IT*). Alasan utamanya adalah karena pada hakekatnya pengembangan teknologi informasi di masa mendatang dibangun di atas infrastruktur yang dimiliki saat ini (*baseline*), bukan membuat sesuatu yang sama sekali baru (paling tidak jika diputuskan untuk sama sekali tidak menggunakan infrastruktur yang ada sekarang, tetap saja diperlukan strategi untuk facing out).

Setelah mengetahui output dan input yang dibutuhkan, tahap selanjutnya adalah aspek-aspek yang harus dipelajari dan dianalisa sebagai dasar pijakan pembuatan rekomendasi strategi yang cocok diterapkan. Ada dua aspek utama yang harus dicermati: aspek internal dan aspek eksternal.

Di dalam aspek internal, ada empat hal utama yang harus dianalisa:

1. Struktur Organisasi, mempelajari fungsi-fungsi apa saja yang ada dalam organisasi dan bagaimana hubungan keterkaitan antara fungsi-fungsi tersebut;
2. Proses dan Prosedur, mempelajari bagaimana proses dan prosedur

penciptaan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan secara mendetail;

3. SDM dan Budaya Perusahaan, mempelajari karakteristik manusia sebagai implementor sistem yang diterapkan perusahaan, terutama hal-hal yang melatarbelakangi terbentuknya budaya perusahaan; dan
4. Sumber Daya dan Infrastruktur Perusahaan, mempelajari sumber daya-sumber daya yang dimiliki perusahaan seperti asset, keuangan, manusia, informasi, waktu, dan lain sebagainya.

Mempelajari faktor-faktor internal ini sangat perlu dilakukan karena pada kenyataannya setiap perusahaan memiliki keunikan tersendiri, yang membedakannya dengan perusahaan lain. Harap diperhatikan bahwa pada dasarnya *strategi* adalah bagaimana memutilisasikan sumber daya-sumber daya yang dimiliki perusahaan sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan produk atau jasa sesuai dengan target yang diinginkan.

Di dalam aspek eksternal, ada dua faktor yang harus dipelajari:

1. Produk dan Jasa (Pelayanan), yang merupakan alasan mengapa sebuah perusahaan didirikan, karena dari

penjualan produk dan jasa inilah pendapatan diperoleh untuk mendapatkan profit atau keuntungan.

2. Pasar dan Pelanggan, yang merupakan kumpulan dari para calon pembeli produk atau jasa yang ditawarkan tersebut di atas.

Aspek eksternal ini pun mutlak dipelajari karena tanpa ada produk dan jasa yang laku dijual di pasaran, perusahaan akan merugi dan jatuh bangkrut. Di pihak lain, banyak sekali hal yang telah terbukti bahwa keterlibatan teknologi informasi memungkinkan terciptanya produk-produk atau jasa-jasa baru yang dapat ditawarkan perusahaan atau memperbaiki produk atau jasa yang sudah ada. Tidak tertutup ada kemungkinan bahwa teknologi informasi dapat mempengaruhi pasar dan pelanggan.

Aspek Eksternal dan Internal dalam penyusunan Strategi Teknologi Informasi

Kalau diamati lebih jauh, hanya komponen-komponen yang berada di dalam aspek internal saja yang dapat dikontrol oleh perusahaan karena semuanya merupakan milik perusahaan. Sementara di lain pihak, komponen-komponen pada aspek eksternal berada di luar kendali perusahaan, sehingga perusahaan hanya dapat bertindak secara pasif dan adaptif (dengan asumsi bahwa

tidak ada praktek monopoli). Namun dilemanya, justru aspek eksternal-lah yang belakangan ini menjadi sedemikian kuatnya, sehingga merupakan sumber mati hidupnya perusahaan. Sehingga, harus diperlukan strategi khusus untuk dapat mengantisipasi setiap pergerakan dinamis yang mungkin terjadi pada komponen-komponen eksternal.

Hal kedua yang patut dipelajari adalah bahwa perubahan pada komponen luar akan merubah komponen-komponen internal baik secara langsung maupun tidak langsung, karena sebagai komponen internal, teknologi informasi harus mampu mengantisipasi perubahan tersebut.

Pada akhirnya semua strategi yang ada harus diimplementasikan, bukan hanya dijadikan sekedar mimpi yang dapat terwujud dapat juga tidak. Untuk keperluan ini, harus ditunjuk seseorang yang bertanggung jawab atas implementasi semua rencana tersebut. Untuk perusahaan besar, biasanya akan ditunjuk seorang CIO (*Chief Information Officer*). Selanjutnya CIO ini akan memilih orang-orang terbaik sebagai anggota team pengembangan teknologi informasi.

Sebelum team ini bekerja berdasarkan cetak biru yang telah dibuat, terlebih dahulu, CIO harus menjelaskan visi dan misi team tersebut, beserta target-target

dan ukuran kinerja (*performance*) yang ingin dicapai. Selanjutnya CIO tersebut akan mengundang para manajer menghadiri suatu sesi dimana CIO akan mempresentasikan rencana-rencananya untuk memperoleh dukungan. Terhitung mulai saat itu, dimulailah perjalanan implementasi teknologi informasi di perusahaan.

Di era modern yang serba dinamis ini, organisasi seperti perusahaan berusaha untuk selalu berubah dari waktu ke waktu. Semboyan "*today has to be better than yesterday*" berusaha untuk ditanamkan ke seluruh jajaran manajemen dan karyawan.

Sistem informasi sebagai salah satu komponen utama perusahaan modern juga tidak lepas dari tuntutan untuk selalu memperbaiki kinerjanya. Perkembangan teknologi informasi yang kecepatannya eksponensial saat ini memberikan dampak yang cukup besar bagi perusahaan yang ingin selalu beradaptasi dengan teknologi terbaru.

Ada satu masalah yang kerap diperdebatkan antara praktisi teknologi informasi dan manajemen: *perubahan semacam apakah yang cocok diterapkan di perusahaan?* Di lihat dari kaca mata manajemen organisasi, *perubahan secara evolusioner (perlahan-lahan)* yang cenderung dipilih, berlawanan dengan pendekatan *perubahan revolusioner*

yang cocok diterapkan jika ingin selalu memanfaatkan teknologi informasi terbaru.

Para pakar teknologi informasi dari *Sloan School of Management di Massachusetts Institute of Technology (MIT)* memberikan suatu kerangka landasan yang dinamakan sebagai "MIT '90 Five Layer Model" untuk membantu manajemen perusahaan dalam mencermati permasalahan ini (Scott-Morton, 1991). Dalam menganalisa permasalahan ini, mereka mencoba melihat dari dua buah sisi: besarnya manfaat atau benefit yang akan didapatkan perusahaan, dan tingkat perubahan manajemen internal perusahaan yang harus dijalani (*business transformation*).

Jenis perubahan pertama disebut sebagai "*localised exploitation*" karena wilayah perubahan hanya terjadi di sebuah fungsi atau departemen di dalam organisasi. Katakanlah Divisi SDM ingin menerapkan Sistem Aplikasi Personalia sebagai pengganti sistem manual yang saat ini dipergunakan. Otomatis proses dan prosedur baru sehubungan dengan diimplementasikannya aplikasi ini hanya diperuntukkan bagi para karyawan di Divisi SDM tersebut. Dampaknya pun secara langsung hanya akan dinikmati oleh divisi yang bersangkutan, tidak secara signifikan

berpengaruh ke seluruh fungsi-fungsi yang ada di perusahaan. Dari segi resiko, perubahan ini dapat secara “aman” dilakukan karena ruang lingkupnya yang terbatas.

Jenis perubahan kedua yang dikenal dengan istilah “*internal integration*” merupakan perubahan yang terjadi, dimana tujuan utama adalah untuk melakukan integrasi antar fungsi-fungsi atau departemen departemen yang ada dalam perusahaan. Dalam teori organisasi modern, perusahaan yang ingin berkembang saat ini harus merubah filosofi cara memandang aktivitas internal perusahaan, dari yang berbasis hirarki (atau fungsional) untuk keperluan manajemen internal, menjadi berbasis proses yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Contohnya adalah penerapan Sistem Informasi Lembur Karyawan yang secara langsung akan berdampak pada paling tidak tiga direktorat perusahaan, yaitu Direktorat Sumber Daya Manusia, Direktorat Keuangan, dan Direktorat Operasi. Seorang karyawan yang lembur kerja di daerah pertambangan, harus memperoleh ijin kerja lembur dari supervisornya (Direktorat Operasi), dimana besarnya uang lembur dan jumlah jam lembur akan ditentukan dan dikelola oleh manajer personalia (Direktorat SDM),

dengan pembayaran uang lembur yang akan ditangani oleh staf bagian penggajian karyawan (Direktorat Keuangan). Secara langsung, pengenalan aplikasi baru ini akan merubah cara kerja beberapa direktorat sekaligus. Proses dan prosedur kerja secara efisien dan efektif akan tercapai jika ketiga direktorat di atas terintegrasi dengan baik. Untuk jenis perubahan “*internal integration*” ini, manfaat yang didapatkan akan lebih besar dibandingkan dengan “*localised exploitation*” karena sudah melibatkan beberapa fungsi dalam organisasi. Demikian pula dengan resiko yang dihadapi akan lebih besar, mengingat mengintegrasikan beberapa buah fungsi organisasi yang memiliki karakteristik dan obyektivitas berbeda bukanlah suatu hal yang mudah.

Jenis perubahan berikutnya yang sangat populer saat ini adalah “*business process redesign*” atau yang lebih dikenal dengan BPR atau “*Business Process Reengineering*”. Teori Michael Hammer dan James Champy, yang digabung dengan kerangka value chain Michael Porter, telah mengilhami perusahaan untuk mengadakan perubahan besar-besaran dan secara mendasar. Karena perusahaan akan melakukan transformasi besar-besaran di sini, maka resiko yang dihadapi juga sangatlah besar.

Tercatat dalam statistik terakhir bahwa 80% dari program BPR mengalami kegagalan. Namun seperti istilah “*high risk high return*” mengatakan, dari 20% perusahaan yang berhasil menjalani program BPR dengan sukses, manfaat atau benefit yang diperoleh pun tidak kepalang tanggung! Ada yang sanggup meningkatkan pendapatannya (*revenue*) hingga 100%, ada yang langsung menjadi market leader, ada yang frekuensi transaksi dan volume penjualannya meningkat sangat tajam, dan keberhasilan lainnya. Dilihat dari kacamata sistem informasi, aplikasi-aplikasi seperti ERP (*Enterprise Resource Planning*) dan Sistem Informasi Korporat lainnya merupakan salah satu komponen utama (*change driver*) yang memicu perusahaan untuk melakukan program BPR. Sebutlah aplikasi seperti SAP, BAAN, Oracle, PeopleSoft, yang merupakan perangkat lunak paling laku di pasaran. Perubahan mendasar yang dimaksud dalam BPR adalah tidak hanya membatasi diri pada pembagian fungsi atau proses di dalam perusahaan, tetapi lebih dari itu. Bahkan ada perusahaan yang harus mendefinisikan ulang bisnis yang akan digelutinya (visi dan misi usaha).

“*Business Network Redesign*” adalah suatu jenis perubahan yang mulai menjadi fenomena di abad globalisasi

informasi saat ini. Perusahaan akan sukses di masa-masa ini jika menspesialisasikan diri pada suatu proses tertentu (fokus). Dalam proses penciptaan produk atau jasa yang ditawarkan, tentu saja banyak sekali rekanan bisnis (*business partners*) yang diajak untuk bekerja sama, baik secara langsung (sebagai supplier bahan mentah, pendistribusi produk, agen pemasaran, dsb.) maupun tidak langsung (pemasok alat-alat kantor, kebutuhan sehari-hari karyawan, dsb.). Semangat “*collaboration for competition*” merupakan hal yang menjadi sangat umum saat ini dimana kunci keberhasilannya adalah terletak pada jaringan yang dimiliki suatu perusahaan dengan rekanan bisnisnya. Biasanya yang terjadi pada perubahan ini adalah masalah komunikasi antar rekanan bisnis.

Produk-produk teknologi informasi berbasis internet, intranet, dan ekstranet merupakan tulang punggung dalam jaringan kerja ini. Tentu saja derajat transformasi yang akan dialami perusahaan akan semakin besar, karena bisa dibayangkan tingkat kompleksitas penyusunan proses dan prosedur untuk beberapa perusahaan yang ingin bekerja dalam proses penciptaan produk-produk baru. Lepas dari resiko kegagalan yang cukup “tinggi”, keberhasilan menjalin jaringan bisnis secara efektif akan

mendatangkan dampak positif yang signifikan untuk masing-masing perusahaan yang berkerja sama.

Jenis perubahan terakhir yang risikonya tertinggi namun dampak yang dihasilkan akan sangat besar adalah “*business scope redefinition*”. Singkatnya adalah perubahan ini disebabkan karena kemajuan teknologi informasi yang tercanggih (*state-of-the-art*) menawarkan kesempatan (*opportunity*) baru bagi perusahaan untuk menciptakan jenis-jenis produk atau pelayanan yang lain dari pada yang lain. Namun syarat utamanya adalah bahwa bisnis harus mengikuti teknologi informasi, bukan sebaliknya. Seorang praktisi manajemen mengatakan: “Mungkin baru di era ini seseorang dapat menjalankan bisnis atau usahanya tanpa harus memiliki asset seperti tanah, gedung, peralatan kantor, atau bahkan karyawan! Dengan berbekal seperangkat PC (*personal computer*) yang terkoneksi dengan jaringan internet, seorang individu sudah dapat menawarkan produknya ke sekian juta calon pelanggan di seluruh dunia...”. Sudah banyak perusahaan yang melakukan transformasi besar-besaran dengan menggunakan kerangka manajemen perubahan “*business scope redefinition*”. Bank internet pertama lahir di benua Eropa dimana bank yang bersangkutan “benar-

benar” tidak memiliki gedung untuk menjalankan bisnisnya.

Tentu saja risikonya cukup besar, karena selain harus merubah cara berfikir (*mindset*) dalam melihat kesempatan bisnis di cyber space, perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat harus selalu dapat diantisipasi oleh perusahaan tersebut dengan cara mengadaptasikannya secepat mungkin. Kecenderungan yang terjadi adalah bahwa akan menjamurnya perusahaan yang mentransformasikan dirinya menjadi perusahaan pelayanan murni, dimana secara internal manajemen dan stafnya (dengan jumlah armada yang relatif sedikit) hanya akan berfungsi mengatur perjalanan produknya (*flow of goods*) dari satu tempat ke tempat lain, sampai ke tangan pelanggan.

Seperti terlihat pada grafik di atas, para pakar dari MIT mengusulkan pendekatan evolusi untuk dua jenis perubahan yang pertama, dan pendekatan revolusi untuk tiga manajemen perubahan terakhir. Namun tentu saja hal ini tidak mutlak untuk dilakukan, tetapi baik sebagai pertimbangan karena didasarkan pada pengalaman beberapa perusahaan. Kunci mengelola perubahan adalah terletak pada pola pikir (*mindset*) dari seluruh SDM perusahaan yang terlibat. Agak sulit,

terutama bagi negara berkembang, untuk memahami pola pikir manajemen perubahan seperti BPR yang sangat populer di negara-negara maju. Faktor utamanya adalah kesiapan SDM dalam menghadapi perubahan drastis tersebut. Tidaklah aneh jika fenomena yang terjadi di negara berkembang cenderung pada perubahan yang bersifat evolusioner sebagai konsekuensi masuknya teknologi informasi sebagai salah satu komponen penting abad ini. Dan tentu saja, kemauan dan kesediaan untuk berubah (*“willingness to change and to act”*) merupakan kunci lainnya di samping pola pikir baru yang harus mulai ditanamkan di kepala para generasi muda penerus. Mengapa generasi muda? Karena banyak para pengambil keputusan saat ini (terutama di negara berkembang) tidak mau aktif dalam mempelajari kemajuan teknologi. Bagi mereka sistem informasi tidak ada bedanya dengan teknologi informasi yang mereka setarakan dengan pengertian komputer, alat untuk mengetik dan membuat laporan.

Kesimpulan

Dengan menggunakan Strategi Teknologi Informasi, pihak perusahaan dapat mengetahui factor-faktor penting yang diperlukan dalam mengembangkan suatu

system informasi yang selaras dengan strategi perusahaan. Perusahaan akan memfokuskan pada pemanfaatan seluruh peluang-peluang yang dimilikinya untuk merebut pasar dan meminimalkan kelemahan. Prioritas factor sukses akan dimulai dari peningkatan kinerja Sumber Daya yang ada. Dengan penambahan divisi Teknologi Informasi, diharapkan perusahaan mampu mengatasi kebutuhan perusahaan akan pengembangan Perangkat Teknologi guna pencapaian target perusahaan.

Daftar Pustaka

- David, Fred R. (2004), *Manajemen Strategis : Konsep*, edisi ketujuh, Terjemahan Alexander Sindoro. PT. Indeks, Jakarta.
- Indrajit, Ricardus E. (2001), *manajemen Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, Cetakan ke-2, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Madura, James (2001), *Pengantar Bisnis Buku Satu*, PT. Salemba Empat, Jakarta
- McLeod, Raymond (2001), *Sistem Informasi Manajemen* jilid 2, edisi ketujuh. PT. Prenhallindo, Jakarta
- Robson, Wendy (1997), *Strategic Management & Information Systems*, Second Edition. Prentice Hall, London

Tozer, Edwin E (1996), *Strategic IS/IT Planning*, Butterworth-Heinemann, USA

Turban, Efraim, Rainer, dan Potter (2001), *Introduction to Information Tecnology*, John Wiley & Sons

Ward, John, dan Peppard (2002), *Strategic Planning for Information System*, 3rd Edition. John Wiley & Sons

Wheelen & Hunger (2004), *Strategic Management and Business Policy*, Pearson Prentice Hall