

EDISI XXVI
NOVEMBER 2013

■ Upaya Perancangan Inventarisasi Logistik Tahan Lama untuk Mendukung Implementasi Manajemen Logistik pada Perusahaan

(P. Tri Anung Sutanto)

■ Konsep Relasi Harmonis Manusia Mikrokosmos dengan Alam Semesta Makrokosmos dalam Filsafat Tung Chung Shu (Suatu Refleksi Sosial Filsafat Timur)

(Parijo Henricus)

■ Pengembangan Strategi Bisnis dalam Manajemen untuk Mempertahankan Keunggulan Bersaing

(Gregorius Jarot Windarto)

■ *Equivalence Analysis in The Translation of Toeti Heraty's Poems*

(Victor Nanang Subroto)

■ Pancasila dan Pluralisme

(Paulus Glorie Pamungkas)

■ Pengembangan Industri Kecil sebagai Sarana Pemberdayaan Ekonomi Rakyat

(Subiyantoro)

■ Upaya-upaya Internalisasi Budaya Organisasi:
Studi Kasus pada Rumah Sakit Panti Nugroho Pakem Sleman Yogyakarta

(Ignasius Triyana)

Jurnal Ilmiah Sosial

Caritas Pro Serviam

ASMI SANTA MARIA YOGYAKARTA

Tahun XXVI, November 2013

ISSN: 1410-4547

Jurnal Ilmiah Sosial *Caritas Pro Serviam* diterbitkan tiga bulan sekali sebagai media publikasi kajian masalah atau hasil penelitian tentang ilmu pengetahuan dan teknologi dari para dosen ASMI Santa Maria Yogyakarta. Redaksi juga mengundang para penulis lain untuk mengisi tulisan di jurnal ini sebagai wacana pengembangan intelektual.

DEWAN REDAKSI :

Penanggung Jawab :

Dra. Sr. M. Clarentine OSF, MM. (Direktur ASMI Santa Maria)

Penyunting Ahli :

Dr. FX. Nadar, MA.

Penyunting Bahasa :

Dr. R. Kunjana Rahardi, M.Hum.

Fransiskus Ransus, S.S., M.Hum.

Penyunting Pelaksana :

Indri Erkaningrum FL., SE., M.Si.

Drs. Yohanes Suraja, M.Si., MM.

Lukas Dwiantara, SIP., M.Si.

Ch. Kurnia Dyah Marhaeni, S.Sos., MM.

Drs. Z. Bambang Darmadi, MM.

Redaktur Pelaksana :

P3M

Desain dan Tata Letak :

Agustinus Iryanto Bowo P.

N. Nunung Dwiarta Adhiarta

Produksi :

Isbekti Raharjo

Administrasi dan Sirkulasi :

N. Nunung Dwiarta Adhiarta

Alamat Redaksi dan Sekretariat :

Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M)

Akademi Sekretari dan Manajemen Marsudirini

ASMI Santa Maria

Jl. Bener 14 Tegalrejo Yogyakarta 55243

Telp. (0274)585836, Fax. (0274) 585841

e-mail : asmismyk@indosat.net.id

DAFTAR ISI

Upaya Perancangan Inventarisasi Logistik Tahan Lama Untuk Mendukung Implementasi Manajemen Logistik pada Perusahaan	1
(P. Tri Anung Sutanto)	
Konsep Relasi Harmonis Manusia Mikrokosmos Dengan Alam Semesta Makrokosmos dalam Filsafat Tung Chung Shu (Suatu Refleksi Sosial Filsafat Timur)	14
(Parijo Henricus)	
Pengembangan Strategi Bisnis Dalam Manajemen untuk Mempertahankan Keunggulan Bersaing.....	23
(Gregorius Jarot Windarto)	
<i>Equivalence Analysis In The Translation Of Toeti Heraty's Poems</i>.....	31
(Victor Nanang Subroto)	
Pancasila dan Pluralisme	43
(Paulus Glorie Pamungkas)	
Pengembangan Industri Kecil Sebagai Sarana Pemberdayaan Ekonomi Rakyat	51
(Subiyantoro)	
Upaya-upaya Internalisasi Budaya Organisasi: Studi Kasus Pada Rumah Sakit Panti Nugroho Pakem Sleman Yogyakarta.....	60
(Ignasius Triyana)	

PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS DALAM MANAJEMEN UNTUK MEMPERTAHANKAN KEUNGGULAN BERSAING

Gregorius Jarot Windarto

Abstract

Every company depends on its customers. Customers are the sole reason why a company continues to exist. Every company should continue to innovate to find new ways to satisfy its consumers, instead of focusing merely on fulfilling quality standards. Equally important is the need to continuously improve its human resources as a source of competitive advantage. Human resource utilization should be accompanied with continuous improvement and development toward workers' ability and skill to enable them to be responsive to changes. Not less important is to initiate change through leadership in every aspect, followed by efforts to build and develop a market information system.

A. Pendahuluan

Sejalan dengan adanya globalisasi, tantangan dan persaingan di dunia bisnis semakin ketat. Ini ditandai dengan perubahan lingkungan yang cepat dengan kemajuan teknologi informasi yang menuntut kepekaan organisasi dalam merespon perubahan yang terjadi agar tetap *exist* dalam kancah persaingan. Kondisi krisis yang masih membayangi dunia usaha, menuntut kesiapan dunia usaha dalam menghadapi persaingan pasar bebas serta tuntutan terhadap restrukturisasi organisasi agar lebih fleksibel dan adaptif dalam mensikapi berbagai perubahan yang terjadi. Perubahan besar-besaran dalam bidang manajemen memerlukan suatu strategi tertentu yang berbeda dengan strategi tradisional yang selama ini dianut oleh para manajer. Perubahan secara besar-besaran diperlukan dengan melalui strategi yang tepat, sesuai dengan tujuan yang dikehendaki, yaitu meningkatkan kinerja unggul dalam waktu dan tempat tertentu secara cepat dan menyeluruh.

Menurut Tom Peters (2002) perubahan dalam bidang manajemen ini tidak harus melalui pengurangan jumlah kesempatan kerja, atau pengurangan manajer perusahaan. Dengan suatu cara yaitu menggarap dengan tajam lima bidang

tugas manajemen dengan penuh fleksibilitas dan semangat proaktif, sehingga segala keburukan dan ketidak-pastian dapat diatasi. Dalam kaitan ini hal yang mendesak yang harus dilakukan pimpinan perusahaan adalah dengan menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan nilai tambah guna mencapai perubahan dramatis menuju yang lebih baik. Strategi sendiri menurut Jemsly dan Martani (2004) adalah arah dan cakupan jangka panjang organisasi untuk mendapatkan keunggulan melalui konfigurasi sumberdaya dalam lingkungan yang berubah untuk mencapai kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pihak yang berkepentingan. Jika kita telaah lebih lanjut mengenai strategi, maka salah satu karekteristik dari strategi adalah bahwa strategi itu dinamis, dalam arti harus terus menerus diperbaharui sesuai dengan perubahan dan tuntutan lingkungan. Hal ini bisa datang dari berbagai sebab yang salah satunya karena adanya pergerakan pesaing.

Ada beberapa strategi yang digunakan untuk mengembangkan dan memperbaharui kemampuan perusahaan dalam menghadapi persaingan. Adapun strategi yang dapat dilakukan adalah dengan menciptakan respon

pelanggan secara total, menemukan inovasi secara cepat dan tepat, mencapai fleksibilitas melalui peningkatan kemampuan manusia, melakukan perubahan lewat kepemimpinan disegala bidang, dan membangun sistem manajemen bagi dunia baru.

B. Pembahasan

1. Strategi Pelanggan

Ungkapan pembeli adalah raja sudah lama dikenal orang. Kalimat tersebut seringkali begitu saja diartikan sebagai tindakan untuk membuat pembeli laksana raja sedangkan penjual adalah abdinya. Namun, berkaitan dengan itu kemudian muncul pertanyaan tentang apa yang disebut sebagai melayani pelanggan. Aktivitas melayani itu sendirisungguhnya merupakan bagian dari aktivitas penjualan. Maka wajarlah kalau ada pertanyaan tentang cara melayani yang berdampak pada peningkatan margin keuntungan. Pada dasarnya setiap interaksi dengan pelanggan adalah sebuah bentuk dari layanan pelanggan. Bentuk interaksi tersebut bermacam-macam, bisa lewat telepon, surat, email atau tatap muka langsung. Semua bentuk kontak dengan pelanggan ini memikul tanggungjawab yang sama terhadap persepsi konsumen mengenai suatu bisnis dan tingkat kepuasan keseluruhan yang mereka rasakan ketika berhubungan dengan bisnis itu. Jadi layanan pelanggan adalah benar-benar tentang memuaskan kebutuhan pelanggan dan melampaui harapan-harapan mereka. Berbicara tentang pelayanan pelanggan tentunya tidak bisa dilepaskan dari respon pelanggan. Untuk menciptakan respon pelanggan secara total dapat dilakukan dengan strategi peningkatan kualitas sebagaimana dikehendaki pelanggan, memberikan pelayanan terbaik terutama untuk

produk jasa, mencapai tingkat respon yang tinggi, menjalani wawasan internasional, menciptakan keunikan, sehingga tercapai revolusi dalam menghadapi pelanggan.

Memenangkan konsumen adalah kata kunci yang harus diwujudkan, di mana usaha pemasaran difokuskan pada penciptaan pasar, bukan pembagian pasar. Penciptaan pasar berarti membuat ukuran pasar menjadi lebih besar lagi. Pemasaran dengan penciptaan pasar ini tidak dilakukan dengan promosi, pengendalian harga, produk, dan distribusi, tetapi dengan penciptaan ide-ide baru, melalui aplikasi teknologi, mendidik pasar, mengembangkan struktur industri, menciptakan standar baru, sehingga kreativitas dalam pemasaran akan tercipta. Mengingat bahwa kreasi menciptakan pasar tidak mungkin dilakukan secara massal, maka penekanan pada spesialisasi sebagai pengganti pasar massal dilakukan melalui penggarapan relung pasar dengan meningkatkan secara terus-menerus bentuk, pelayanan, dan kualitas, sehingga tercapai diferensiasi produk yang berskala besar. Strategi kearah pengembangan kualitas dan pelayanan produk dilakukan melalui peningkatan kualitas sebagaimana dikehendaki oleh pelanggan. Definisi mengenai kualitas ini perlu ditekankan pada kacamata konsumen, mengingat segala kualitas dan pelayanan tidak berarti apa-apa, bila hal tersebut tidak dikehendaki pelanggan. Kualitas di mata pelanggan yang beragam berarti menciptakan kualitas yang beragam juga, antara lain dibedakan antara kualitas kelas atas dan kualitas kelas menengah. Apabila strategi penekanan pada kualitas dilakukan secara nyata, maka akan terpenuhi keunggulan bersaing dalam pasar yang kompetitif. Namun konsumen telah menjadi pelanggan yang fanatik akibat kualitas dan pelayanan prima yang

merupakan citra perusahaan, telah tercapai. Dengan mempertimbangkan bahwa pelanggan dapat dipertahankan dalam jangka panjang, maka pelayanan dapat mendatangkan nilai tambah pelayanan yang semakin meningkat.

Disadari atau tidak, setiap bisnis pada hakikatnya adalah bisnis jasa/layanan. Setiap bisnis yang menawarkan layanan pelanggan baik, akan memiliki kesempatan yang lebih besar untuk sukses dan berkembang dari pada yang tidak terlalu peduli pada pelayanan pelanggan. Setiap bisnis yang memiliki komitmen yang jujur terhadap layanan pelanggan akan selalu memiliki pelanggan yang setia. Bisnis seperti ini akan bertumbuh melalui promosi dari mulut ke mulut dan respon pelanggan akan menjadi tetap setia. Respon pelanggan secara menyeluruh dapat tercapai dengan strategi yang telah berjalan secara matang, sehingga penciptaan pasar berikutnya dapat dilakukan bersama dengan mitra kerja baru, supaya penyesuaian dan adaptasi terhadap pasar baru menjadi semakin besar dan semakin cepat tercipta. Memang layanan pelanggan yang hebat tidak terjadi begitu saja tetapi memerlukan waktu, energy dan komitmen yang nyata yang harus diberikan oleh setiap orang yang terlibat, tidak hanya dari orang-orang yang melayani konsumen secara langsung. Tidak ada cara yang lebih baik untuk membangun bisnis yang menguntungkan selain komitmen penuh untuk memberikan level layanan pelanggan terbaik.

2. Strategi Inovasi

Usaha mencari inovasi baru dilakukan dengan membatasi diri pada bisnis kecil sebagai suatu permulaan dan menggarapnya melalui strategi pengembangan tim pelayanan produk, mendorong kepemimpinan di segala bidang, menjalankan usaha secara kreatif,

melaksanakan pemasaran dari mulut ke mulut secara sistematis, sehingga diperoleh suatu kemampuan menciptakan inovasi bagi perusahaan. Investasi dimulai pada skala yang kecil namun dengan pengembangan strategi yang secara cepat mampu sehingga tim pengembangan produk dapat memodifikasi dan memasarkan temuannya sebelum temuan tersebut ditiru oleh pesaing terdekat. Awal yang kecil akan berlanjut dengan sistem desentralisasi, di mana dapat secara cepat dikembangkan dari satu tempat ke tempat lain secara serentak.

Beberapa tim dengan masing-masing fungsi yang berbeda dilibatkan dalam inovasi produk secara penuh waktu, dengan melibatkan pemasok, distributor, dan pelanggan semenjak awal, sehingga rasa kepemilikan terhadap produk dapat terus ditingkatkan dan dikembangkan ke pelanggan yang lain. Strategi menyebarkan inovasi secara cepat dilakukan dengan menemukan daerah yang jauh dari temuan tersebut dan dicanangkan melalui program, proyek, dan produk yang unggul, sehingga proyek percontohan dapat berkembang secara cepat dan produk menjadi andalan perusahaan dalam waktu yang singkat. Organisasi yang berkembang secara cepat, sehingga produk dapat ditangani secara cepat, tepat, dan menyeluruh, perlu dilatih oleh semua pemasar produk, sehingga penyesuaian terhadap yang terbaik menjadi dominan dalam setiap usaha meningkatkan bisnis. Strategi pengembangan inovasi produk dan jasa baru dilakukan dengan tidak melupakan peranan komunikasi dari mulut ke mulut yang secara efektif dan sistematis, menimbulkan percepatan penciptaan pasar baru, sehingga menghemat pengeluaran untuk pengembangan pasar yang

cukup besar. Opini perusahaan dapat diberikan melalui komunikasi formal maupun informal dengan pelanggan organisasi dan atau pelanggan akhir. Komunikasi dengan pihak pers perlu dilakukan secara sinambung untuk menjaring respon dari masyarakat. Komunikasi dari mulut ke mulut dapat dilakukan oleh pelanggan yang puas terhadap layanan perusahaan.

Inovasi juga dirangsang terus dilakukan oleh personel dan teknisi yang terlibat dalam pengembangan produk baru dengan mencari peluang-peluang baru dan menyediakan fasilitas penunjang agar inovasi tersebut segera dapat ditindak lanjuti dengan cepat dan secara terus menerus. Mempertahankan inovasi dan mengembangkannya dalam jangka panjang akan merupakan jalan hidup setiap karyawan perusahaan. Belajar dari keberhasilan suatu temuan dan mengembangkan temuan yang lain akan menjadi suatu keunggulan yang sulit dikalahkan oleh pesaing manapun. Pada akhirnya perusahaan tersebut akan unggul dan memperoleh citra yang terbaik di mata pelanggan.

3. Strategi Sumberdaya Manusia

Penggunaan sumberdaya manusia (SDM) adalah menjadi landasan bagi organisasi agar mampu bersaing dan memiliki keunggulan kompetitif. Pemanfaatan SDM sebagai modal dasar harus diikuti dengan pengembangan dan pembaharuan terhadap kemampuan dan keahlian yang dimiliki pekerja agar setiap anggota organisasi mampu merespon dan peka terhadap arah perubahan yang terjadi. Peranan sumberdaya ditingkatkan dengan melibatkan semua orang pada setiap kegiatan dan mempekerjakan tim manajemen secara mandiri. Strategi yang menunjang ke arah itu

adalah dengan mulai mendengarkan sumberdaya manusia berbicara, melakukan pelatihan secara berkesinambungan, memberikan rangsangan kerja kepada setiap karyawan, dan jaminan kerja yang layak, kesemuanya agar dapat dicapai kondisi yang sederhana tanpa banyak melibatkan birokrasi. Strategi melibatkan semua sumberdaya manusia pada program pengembangan kualitas akan menyebabkan pengawasan seratus persen dilakukan oleh masing-masing sumberdaya manusia yang terlibat tersebut. Di sini tidak ada pihak-pihak yang diistimewakan dalam pengambilan keputusan. Bisnis, kesemuanya mendapat perlakuan istimewa, baik dalam memperoleh kesempatan dalam program pengembangan produktivitas, monitoring dan penyesuaian kerja, dan sebagainya, sehingga keberhasilan pengembangan sumberdaya manusia melalui program partisipasi penuh akan mampu meningkatkan kinerja perusahaan secara dramatik.

Strategi pengembangan sumberdaya manusia melalui partisipasi penuh diorganisasi melalui sebanyak mungkin tim kerja terfokus pada unit-unit tugas dengan penuh inovasi dan komitmen individual. Pengorganisasian beberapa, masing-masing beranggotakan 10 karyawan mungkin secara nyata dapat mengurangi beban manajer lini atas dan tengah, sehingga biaya supervisi dapat dikurangi dan bahkan kesalahan perorangan dapat dihindarkan. Strategi melibatkan sumberdaya manusia secara menyeluruh adalah merupakan suatu hal yang diperlukan dalam meningkatkan mutu pelayanan dan memudahkan pencapaian fleksibilitas penyesuaian pasar. Setiap terjadi peningkatan produk dan pelayanan, maka tim kerja yang memenangkan pelayanan

tersebut perlu memperoleh insentif, sehingga terdapat lomba antar tim untuk meningkatkan pelayanan perusahaan. Strategi investasi sumberdaya manusia dilakukan secara hati-hati, karena kesalahan menerima karyawan akan mengakibatkan kerugian besar di kemudian hari. Oleh karenanya setiap rekrutan pegawai dilakukan dengan mendengar secara sungguh-sungguh segala kelebihan dan kekurangan mereka. Pada saat karyawan telah diterima, maka pengembangan sumberdaya manusia tetap dijalankan dengan latihan secara terus menerus. Investasi sumberdaya manusia sebaiknya diberikan sama banyaknya dengan investasi perangkat keras. Pelatihan dibutuhkan secara terus menerus dan radikal untuk memecahkan permasalahan yang baru muncul. Pelatihan sebaiknya berlangsung satu tahun supaya mampu meningkatkan ketrampilan karyawan.

Sumberdaya manusia adalah merupakan suatu nilai tambah, sehingga pengembangannya harus secara nyata mempengaruhi kinerja perusahaan. Kondisi tersebut dapat berlangsung bila perusahaan tidak dipenuhi oleh birokrasi yang berbelit-belit, sehingga tidak mengindahkan hubungan antar manusia dalam perusahaan. Debirokratisasi dalam perusahaan akan membuahkan keluaran yang berarti, dalam revolusi manajemen perusahaan. Seperti tidak perlu bagi karyawan membaca peraturan setiap kali memasuki kantor atau setiap kali menghadapi pelanggan, peraturan telah melekat dalam hati setiap karyawan. Tidak perlu lagi memo-memo disebar setiap kali ada pertemuan, sehingga meja-meja manajer dipenuhi oleh segala memo yang tidak dapat dilaksanakan. Dan tidak perlu lagi formalitas dalam menemui pimpinan perusahaan, karena hal tersebut akan menurun-

kan derajat kemanusiaan. Pertemuan cukup dilakukan secara informal tanpa birokrasi.

4. Strategi Kepemimpinan

Kondisi usaha yang semakin kompetitif akan membutuhkan sosok pemimpin yang mampu menghadapi persaingan. Kepemimpinan itu ditentukan oleh dua faktor yaitu peluang dan kompetensi. Kompetensi bisa dibangun lewat berbagai pendidikan dan pengalaman. Peluang tercipta karena mekanisme pasar. Tanpa ada peluang maka sulit mencari pemimpin. Menyinggung soal kepemimpinan tidak bisa bicara tentang satu atau dua orang, tapi harus berbagai lapisan. Ini juga berlaku dalam berbagai bangsa dan bernegara, karena semua level membutuhkan pemimpin. Jadi kebutuhan akan pemimpin sangatlah besar. Pemimpin adalah orang yang terus menerus memperbaharui pengetahuannya, karena perubahan terjadi begitu cepat. Ciri pokok yang ada dalam pemimpin adalah pembelajaran yang baik dan mau menyerap hal-hal baru. Jika kedua unsur ini terpenuhi maka ia memiliki sifat terbuka. Karena keterbukaan diri pemimpin sangat dibutuhkan untuk menyatukan visi yang berbeda dalam berbagai unsur. Kepemimpinan pada setiap tingkat manajemen dilakukan dengan mengembangkan visi yang penuh dengan inspirasi, mengelola bisnis dengan teladan, melaksanakan manajemen yang dapat dipraktekkan, menjalankan manajemen dengan penuh perhatian dan mendelegasikan ke bawahan sehingga tercapai rasa memiliki kepentingan bersama.

Pandangan baru mengenai kepemimpinan dalam menghadapi dunia usaha harus dirubah dari pandangan tradisional bahwa segala permasalahan harus dihadapi sesuai dengan

kebiasaan terdahulu, dirubah menjadi pandangan baru, bahwa setiap permasalahan harus dilawan dengan mengadakan eksperimentasi sesuatu yang baru dan yang belum pernah dilaksanakan sebelumnya. Strategi baru yang merupakan paradoks tersebut dapat dikembangkan ke dalam berbagai praktek bisnis di mana permasalahan yang timbul justru dihadapi dengan jiwa kepemimpinan yang proaktif, sehingga kinerja perusahaan dapat dimaksimalkan. Untuk itu perlu digaris bawahi hal-hal sebagai berikut :

- Stabilitas diperlukan pada saat terjadi ketidak stabilan dalam bisnis yang berlangsung maupun yang akan terjadi. Resiko berkurang bila stabilitas terjaga pada suatu tingkat produksi tertentu. Kerjasama diajurkan pada saat terjadi semakin banyak persaingan dalam bisnis dan industri. Kerjasama dalam bentuk koordinasi akan menyebabkan berkurangnya biaya rata-rata.
- Produktivitas kerja meningkat dengan menambah sumberdaya manusia, dan bukan dengan cara mengurangnya. Di sini sumberdaya manusia adalah aset perusahaan dan bukan merupakan biaya usaha.
- Skala ekonomi harus digantikan dengan skop ekonomi melalui sebanyak mungkin usaha kecil-kecil dan banyak dengan mitra usaha lain, terutama dalam skop internasional.
- Meningkatnya keberhasilan disebabkan oleh banyaknya uji coba dengan tingkatan kesalahan tertentu dan bukan dengan mengurangi tingkat kesalahan, sehingga keberhasilan bahkan tidak terjadi.
- Meningkatnya keberhasilan juga diperoleh dari perubahan yang tetap terjadi dan bukan diperoleh dari usaha mengurangi perubahan.

Meningkatkan kreasi dalam ketidak pastian akan membuahkan hasil lebih baik daripada mengurangi kreasi pada saat yang sama.

Visi dan misi organisasi mengarahpada peningkatan nilai tambah perusahaan melalui kepemimpinan yang melibatkan semua pihak, di mana pendekatan kualitas dan bukan volume usaha menjadi strategi terbaik dalam mencapai visi dan misi perusahaan tersebut. Keterlibatan manusia dalam pengambilan keputusan kepemimpinan perusahaan dikaitkan dengan dinamika peningkatan jiwa wiraswasta pemimpin dan bawahannya. Keterlibatan semua manusia dalam suatu perusahaan dilakukan dengan berbagai contoh yang diberikan oleh pemimpin perusahaan. Contoh adalah merupakan kepemimpinan itu sendiri. Dalam masa ketidakpastian, maka setiap kebijakan senantiasa diiringi dengan contoh teladan dari pemimpin usaha. Untuk itu perlu digaris bawahi hal-hal sebagai berikut :

- Mulai setiap pertemuan dengan membuat ringkasan berita mengenai kemajuan kualitas yang telah diperoleh sampai saat ini. Pemimpin perlu mengikuti seminar-seminar yang membahas mengenai peningkatan mutu perusahaan dan industri. Pemimpin menyebarkan tulisan mengenai isu-isu yang berkaitan dengan pengembangan kualitas yang mungkin dapat dilakukan oleh perusahaan.
- Berikan kesempatan setiap karyawan untuk membuat laporan mengenai mengembangkan mutu dan mengoperasikan dalam perusahaan.
- Distorsi dalam manajemen, sering disebabkan oleh mis informasi, kurangnya pandangan ke depan yang jauh, terlalu banyaknya

peraturan dalam organisasi, sehingga untuk menciptakan manajemen yang transparan, dibutuhkan berbagai strategi antara lain dengan mengurangi seminimal mungkin distorsi yang tercipta dalam manajemen perusahaan melalui berbagai cara.

- Membuat peringatan terlebih dahulu, buat catatan penting dalam setiap perjanjian, mendengar dan memberi secukupnya, melatih diri membuat setiap pekerjaan sendirian tanpa orang lain. Melaksanakan manajemen horizontal, di mana tidak terlalu banyak perintah atasan, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan secara lebih cepat.
- Buat evaluasi terhadap pekerjaan karyawan yang mencintai perubahan dan ciptakan manajemen perubahan dengan meletakkan aspek penting prioritas pekerjaan.

4. Strategi Pengembangan Sistem

Menurut Sutanta (2006) Sistem adalah sekumpulan hal atau kegiatan atau elemen atau subsistem yang saling bekerja sama atau yang dihubungkan dengan cara-cara tertentu sehingga membentuk satu kesatuan untuk melaksanakan suatu fungsi guna mencapai suatu tujuan. Seorang manajer perlu suatu pandangan sistem yaitu suatu pandangan yang melihat operasi bisnis sebagai sistem-sistem yang melekat dalam suatu lingkungan yang lebih luas. Sistem manajemen harus dapat diukur secara tepat melalui strategi peralatan kontrol dengan desentralisasi informasi, otoritas, dan perencanaan strategi yang matang, sehingga diperoleh integritas menyeluruh terhadap sistem yang dikehendaki. Sistem dalam manajemen sangat penting karena setiap perubahan bersifat simultan, yaitu saling mempengaruhi antar variabel satu dengan lainnya.

Mengingat pentingnya pendekatan sistem dalam manajemen, maka pengukuran menjadi suatu keharusan. Dalam mengukur suatu persamaan simultan, maka variabel eksternal harus lebih banyak daripada variabel internal atau endogen, sehingga perubahan dalam manajemen dapat diukur. Sedangkan variabel dalam setiap persamaan, tidak baik terlalu banyak.

Segmentasi makro menciptakan peluang dan tantangan bisnis, di mana bila peluang lebih besar daripada tantangannya, maka secara makro segmentasi industri adalah fisibel. Sementara itu segmentasi mikro menciptakan kekuatan dan kelemahan bisnis, di mana bila kekuatan melebihi kelemahannya, maka secara mikro segmentasi industri adalah fisibel. Fisibilitas aspek makro dan mikro dapat dinilai secara kualitatif maupun kuantitatif. Kriteria kualitatif seperti tinggi, sedang, rendah, dapat diaplikasikan pada kedua aspek tersebut, sedang-sedang, sedang-tinggi, sedang-rendah, sedang-tinggi, rendah-sedang, dan rendah-rendah. Pada posisi di mana fisibilitas aspek mikro-makro tinggi-tinggi, tinggi-sedang, dan sedang-tinggi, maka segmentasi industri membuahkan hasil maksimal, di mana kebijakan segmentasi dapat diteruskan bahkan perlu ditingkatkan secara maksimal. Pada posisi di mana fisibilitas aspek mikro-makro tinggi-rendah, rendah-tinggi, dan sedang-sedang, maka segmentasi industri membuahkan hasil sedang-sedang saja, di mana kebijakan segmentasi dapat dilakukan secara hati-hati sambil berusaha meningkatkan kinerja yang rendah ke tingkat yang lebih baik. Pada posisi di mana fisibilitas aspek mikro-makro rendah-sedang, sedang-rendah, dan rendah-rendah, maka segmentasi industri membuahkan hasil rendah, di mana kebijakan segmentasi harus ditunda sampai ada tanda-tanda di mana

aspek mikro dan makro menunjukkan hasil yang meningkat. Kebijakan pemerintah di bidang makro ekonomi seperti deregulasi di sektor riil banyak dikomentari sebagai kurang membawa hasil maksimal. Hal ini antara lain disebabkan oleh belum siapnya perangkat keras dan perangkat lunak dalam mengantisipasi kebijakan tersebut.

C. Kesimpulan

Setelah mempelajari berbagai faktor strategi dalam meningkatkan kinerja perusahaan tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kenyataan dewasa ini membutuhkan suatu integritas penuh terhadap pelanggan, inovasi, karyawan, kepemimpinan dan atau kewiraswastaan, dan integritas terhadap sistem manajemen secara keseluruhan. Berbagai faktor yang mempengaruhi secara nyata kelima variabel endogen dalam manajemen tersebut apabila dilaksanakan secara mendasar melalui perubahan secara besar-besaran atau revolusioner, maka akan diperoleh suatu kinerja bisnis dan industri yang jauh lebih baik dibanding dengan kinerja yang selama ini berlangsung secara rutin. Di Indonesia, kebutuhan untuk melakukan revolusi dalam manajemen sudah mendesak untuk

dilakukan. Hal ini terutama terjadi oleh sebab berlakunya informasi global yang mau tidak mau mempengaruhi perubahan manajemen ke arah yang lebih baik.

Daftar Pustaka

- David, Fred R, *Strategic Management Concept*, Ninth Edition, Prentice Hall, 3003
- Jemsly, Martani, *Strategik Di Tengah Operasional*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 2004
- Peters, Tom, *Thriving on Chaos, Handbook for a Management Revolution*, Knopf, New York, 2002
- Porter, Michael E, *Keunggulan Bersaing, Menciptakan Dan Mempertahankan Kinerja Unggul*, Binarupa Aksara, Jakarta, 2003
- Sutanta, Edhy, *Sistem Informasi Manajemen*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2006
- Winarsih, Ratminto, *Manajemen Pelayanan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2010
- William B, Martin, *Quality Customer Service*, PPM, Jakarta, 2005
- Wood, Ivonne, *Layanan pelanggan*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009