

## PERTEMUAN 11 KEUNGGULAN KOMPETITIF

### A. Tujuan Pembelajaran

Setelah belajar di pertemuan ini, diharapkan mahasiswa mampu memahami kompetensi lingkungan perusahaan keunggulan kompetitif dan menjelaskan tujuan perencanaan strategis, faktor pendukung dan pengelolaan informasi untuk end-user computing sebagai masalah strategis dalam keunggulan kompetitif

### B. Uraian Materi

#### 11.1. Sistem Informasi Untuk Keunggulan Kompetitif

Kompetitif organisasi yang menggambarkan situasi pekerjaan saat ini dibandingkan dengan periode sebelumnya, apakah saat ini jauh lebih kompetitif. Persaingan yang semakin ketat memaksa kita untuk tetap kompetitif. Di era modern dan kompleks kita, orang-orang. Ketika sebuah perusahaan memenuhi kebutuhan pelanggannya akan produk dan layanannya, perusahaan tersebut berusaha untuk melampaui para pesaingnya. Tidak selalu terbukti bahwa perusahaan juga dapat memperoleh keunggulan kompetitif dengan menggunakan perangkat virtual mereka. Keunggulan kompetitif terkait dengan penggunaan sumber daya virtual.

Prof Universitas Harvard Michael Porter seorang yang terkait dengan keunggulan kompetitif, dimana Porter percaya bahwa perusahaan akan mendapat keunggulan kompetitif melalui rantai nilai. Margin meliputi nilai produk dan jasa perusahaan dikurangi nilai barang yang diterima dari perusahaan klien. Kegiatan dibagi menjadi kegiatan utama dan kegiatan tambahan pada perusahaan.

Perusahaan menggunakan kekuatannya untuk melakukan persaingan dengan perusahaan lain yang dapat meningkatkan keuntungan dan nilai komersial citra perusahaannya, misalnya perusahaan telekomunikasi berusaha menarik konsumen sebanyak mungkin dengan cara bersaing berdasarkan kekuatannya. Jika suatu perusahaan ingin memperoleh keunggulan kompetitif, perusahaan harus menghadapi tantangan, bahkan tekanan dari dalam maupun luar dari perusahaan. Cara dengan mengembangkan potensi sumber daya yang baik dengan meningkatkan kualitas produk dan layanan yang diberikan kepada pelanggan, atau dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi.

Strategi persaingan adalah mencoba menemukan tempat yang tetap memberikan keuntungan suatu industri. Strategi tersebut memiliki tujuan untuk melawan kekuatan dimana dapat mendorong persaingan dalam industri dan menciptakan posisi yang menguntungkan dan kuat. persaingan adalah fitur positif dari ekonomi, dan persaingan jinak alami adalah kekuatan pendorong untuk pengembangan pasar. Persaingan semacam ini sebagai pendorong usaha dalam memperoleh keunggulan kompetitif di pasar, yang membutuhkan peluang kompetitif yang penting di berbagai bidang bisnis. Tujuannya adalah untuk melindungi perusahaan dari ancaman pesaing baru.

Lima Kekuatan kompetisi industri Porter adalah alat yang sederhana tetapi kuat dalam memahami daya saing lingkungan bisnis dan sebagai pengidentifikasi potensi keuntungan dari penerapan strategi. Hal ini dikarenakan ketika pemahaman kekuatan di lingkungan atau industri yang dapat memengaruhi profitabilitas perusahaan, sehingga dapat menyesuaikan strategi perusahaan. Misalnya, Pengambil kebijakan dalam perusahaan dapat mengambil keuntungan yang adil dari posisi yang kuat atau meningkatkan posisi yang lemah, dan menghindari mengambil langkah yang salah di masa depan.

Kekuatan dari gagasan Porter dapat menganalisis kekuatan dan kelemahan posisi perusahaan dan bagaimana dapat memengaruhi profitabilitas jangka panjang. Memahami Lima Kekuatan Porter untuk menganalisis daya tarik industri dan kemungkinan profitabilitas. Sejak diterbitkan di 1979, ini telah menjadi salah satu alat strategi bisnis yang paling populer. Lima strategi kompetensi dasar dalam persaingan yang utama:

- a. Strategi kepemimpinan biaya  
Menjadi produsen dengan berbiaya rendah atas produk yang dihasilkan sehingga pesaing kalah dalam pembiayaan atas produksi
- b. Strategi diferensi  
Metode pengembangan dari pesaing dengan produk perusahaan yang dihasilkan sehingga dapat memberikan untung karena menghasilkan keunikan
- c. Strategi inovasi  
Sebagai cara operasi baru, strategi ini melibatkan pengembangan produk atau layanan unik untuk memasuki pasar yang unik. Dengan demikian dapat menyebabkan adanya perubahan dalam memproduksi atau menjual produk yang sudah ada sebelumnya
- d. Strategi pertumbuhan  
Melakukan Strategi perusahaan dalam memproduksi produk sehingga mampu memasuki pemasaran global, mendiversifikasikan produk serta pelayanan yang terbaru atau menggabungkan dengan layanan yang memiliki keterkaitan dengan global.
- e. Strategi aliansi  
Strategi membangun hubungan baik antar supplier, customer atau perusahaan lain bisa berupa merger, join dalam pemasaran, dan lainnya dengan mitra bisnis



Gambar 11. 1 Kekuatan dan strategi kompetitif

Porter menyadari bahwa perusahaan cenderung fokus pada pesaing, tetapi mereka juga mencoba untuk mengungguli pesaing perusahaan lain untuk melihat faktor lainnya yang akan mempengaruhi lingkungan bisnis. Porter mengenalkan lima kekuatan yang dapat menciptakan lanskap kompetitif dan mengurangi profitabilitas:

- a. Kompetisi kompetitif. Hal ini tercermin dari jumlah dan kekuatan para kontestan. Berapa banyak pesaing yang mereka miliki, siapa saja mereka, dan bagaimana kualitas produk dan layanan mereka dibandingkan dengan produk yang pesaing hasilkan?
- b. Dalam lingkungan yang sangat kompetitif, perusahaan dapat memenangkan pelanggan melalui pemotongan harga yang agresif dan kegiatan pemasaran yang efektif. Selain itu, dalam pasar yang sangat kompetitif, jika pemasok dan pembeli merasa transaksinya tidak baik, mereka dapat pindah ke tempat lain.
- c. Di sisi lain, ada persaingan minimal dan tidak ada orang lain yang melakukan apa yang sedang dilakukan, yang mungkin memiliki kekuatan dan keuntungan kesehatan yang besar. g kinerja penyedia. Itu tergantung pada seberapa mudah pemasok menaikkan harga.
- d. Berapa banyak pemasok potensial yang di miliki? Seberapa unik produk atau layanan yang ditawarkan, dan seberapa mahal untuk berpindah dari satu pemasok ke pemasok lain? lebih murah. Tetapi ada beberapa pemasok. Mereka, semakin mereka membutuhkan bantuan maka semakin kuat status dan kemampuan mereka untuk mengumpulkan lebih banyak. Hal ini dapat mempengaruhi keuntungan

- e. **Buyer Power.**  
Pembeli dapat dengan mudah menurunkan harga. Seberapa besar pesanan? Berapa biaya bagi mereka untuk beralih dari produk dan layanan ke produk dan layanan yang kompetitif? Apakah pembeli cukup kuat untuk mengajukan permintaan? Berbicara tentang beberapa pelanggan yang cerdas, mereka memiliki lebih banyak pilihan, tetapi kekuatan perusahaan adalah karena perusahaan sudah memiliki banyak pelanggan.
- f. **Mengganti Ancaman.**  
Ini mengacu pada kemungkinan bahwa pelanggan akan menemukan cara lain untuk melakukan apa yang mereka lakukan. Misalnya, jika produk perangkat lunak yang mengotomatiskan proses kritis dikerahkan, karyawan dapat menggantinya dengan menjalankan proses secara manual atau mengalihdayakannya. Alternatif yang sederhana dan murah akan melemahkan posisi perusahaan dan membahayakan profitabilitas.
- g. **Ancaman Baru.**  
Posisi suatu perusahaan dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan lain untuk memasuki pasar. Oleh karena itu, kita harus mempertimbangkan betapa mudahnya untuk mendapatkan pijakan di suatu industri atau pasar, seberapa tinggi biayanya, dan seberapa kuat pengawasan departemen ekonomi atau perusahaan. Jika mudah memasuki pasar komersial dan bersaing secara efektif, atau jika memiliki sedikit perlindungan teknis, pesaing dapat dengan cepat memasuki pasar komersial dan melemahkan posisi perusahaan. Jika perusahaan memiliki hambatan masuk jangka panjang yang kuat, perusahaan setidaknya harus dapat menempati posisi yang menguntungkan dan menghasilkan pengembalian yang wajar.

Berinvestasi dalam teknologi informasi mampu membantu perusahaan bersaing. berikut ini adalah uraian mengenai implementasi TI diantaranya meminimalkan pembiayaan dari proses bisnis bagi konsumen dan pemasok, meningkatkan layanan pelanggan, menggunakan teknologi Informasi untuk mengurangi persaingan, berinovasi produk terbaru, menciptakan pasar baru, memberikan pelayanan efisiensi waktu dan kualitas, TI sebagai alat berkembangnya bisnis berskala nasional atau internasional, memberikan dukungan terhadap supplier dan pelanggan untuk berbisnis

## 11.2 Fungsi Dan Peran Teknologi Informasi Kompetitif

Pengusaha menggunakan teknologi informasi secara luas. Hal tersebut dikarenakan kebutuhan untuk menghemat waktu dan uang membuat semua pengusaha merasa perlu menggunakan teknologi informasi di lingkungan kerja. Selain itu, teknologi informasi juga berperan penting dalam menunjang dan membantu kehidupan. Manfaat ini dapat diklasifikasikan sesuai kebutuhan:

- a. pendidikan,
- b. industri,
- c. perdagangan dan perbankan,

- d. militer,
- e. teknik dan pengetahuan,
- f. kedokteran,
- g. pemerintah,
- h. hiburan,
- i. kejahatan dan lainnya

Informasi Penggunaan teknologi dapat menyebabkan perubahan dalam dunia kerja. Misalnya, pengenalan manajemen aset perusahaan (ERP). ERP adalah aplikasi produk yang menyematkan dasbor dalam suatu organisasi. Penggunaan Microsoft Access membantu untuk membangun aplikasi dalam mencapai tujuan vitalitas dan efisiensi perusahaan. Fungsi utama teknologi informasi meliputi:

- a. Tangkap, tangkap bisa berarti sebagai masukan. Contoh, menerima input dari mikrofon, pemindai, dll.
- b. Pengolahan, mengolah data masukan menjadi informasi. Pengolahan dan pengolahan data dapat berupa transformasi, perhitungan analisis atau perhitungan.
- c. Generasi, yaitu untuk menghasilkan informasi atau laporan yang dapat dipahami orang lain dalam bentuk yang berguna, seperti laporan, tabel, bagan, gambar, dll. .
- d. Storge dimana penyimpanan data dan informasi di media dengan tujuan dapat digunakan sewaktu-waktu. Misalnya, penyimpanan di hard drive, flash drive, kaset, dll.
- e. Retrieval, yaitu melacak dan mengekstrak informasi/data yang disimpan. Contoh temukan pendataan atas jual produk sebelumnya yang telah disimpan..
- f. Transmisi di mana data/informasi dikirim antara satu lokasi dengan lainnya melalui internet. Contoh Mengirim data omset pengguna X ke pengguna Y atau lainnya.

### 11.3. Sumber Daya Informasi Pendukung keunggulan kompetitif

Sumber Daya Informasi merupakan hal paling penting yang harus ada dalam Teknologi Informasi dalam mempersiapkan keunggulan kompetitif. Dalam mencapai tujuan dalam mencapai target oleh suatu perusahaan sangat tergantung pada sumber daya informasi dimana pengolahan informasi tersebut haruslah di olah dengan baik secara lengkap sehingga menjadi ketergantungan dalam mencapai target yang sudah direncanakan dan sukses atau tidaknya perusahaan. Oleh sebab perlu manajer khusus untuk mengelola informasi tersebut. Sumber Daya Informasi memiliki komponen diantaranya Hardware dan software, spesialis Informasi, pengguna, basis data dan informasi. Elemen yang diperlukan dalam Keunggulan Kompetitif

- a. Sadar apabila keunggulan kompetitif mampu tercapai dengan support sumber daya informasi baik.
- b. Sadar apabila jasa informasi merupakan fungsional utama.
- c. Sadar bahwa CEO ialah eksekutif tertinggi.
- d. Memperhatikan sumber daya informasi perusahaan pada waktu perencanaan strategis dibuat

- e. Perencanaan strategis formal sebagai sumber daya informasi.
- f. Membangun strategi dimana dapat memberi dorongan dan pengelolaan pengguna akhir komputer.

Mengingat kompleksitas pekerjaan manajemen saat ini, jelas bahwa TI memegang peran penting, karena sebagai alat yang aktif dalam dinamika, semuanya biasanya dikendalikan oleh kecepatan data. Sebagai inovator dalam suatu organisasi, manajer harus memahami dan mampu menggunakan TI. Langsung sebagai metode acara sosial. Data berfungsi sebagai sumber perspektif untuk pengambilan keputusan.

Dalam konteks globalisasi, dunia modern dibatasi oleh mereka yang mendominasi inovasi data. Sebagai negara yang diciptakan, Amerika Serikat tidak dapat melakukannya tanpa kekuatan teknologi informasi. Di dunia ini, tidak ada yang tidak termasuk granularity data. Jepang adalah negara di kawasan Asia-Pasifik yang mampu melakukan inovasi di bidang apapun. Bahkan dalam konteks globalisasi, Jepang sangat memperhatikan kebutuhan manusia, semua orang tahu bahwa produk Jepang terkenal dengan inovasinya, seperti komputer pribadi, ponsel, dan mobil. Kecepatan penemuan data sangat cepat, tergantung sejauh mana kita dapat menggunakan IT sebagai metode untuk mendapatkan data yang cepat dan akurat. Informasi akurat dari sumber terpercaya dapat sangat membantu beberapa orang dan manajer keuangan. Mengubah ilmu pengetahuan menjadi spekulasi, dll, sebagai kebutuhan hidup sekarang dan masa depan, harus cepat dan akurat.

#### 11.4. Persiapan dalam Keunggulan Kompetitif

Ada beberapa hal yang harus disiapkan oleh manusia atau SDM perusahaan dalam menyiapkan keunggulan kompetitif untuk mempersiapkan strategi bisnis dan menguasai pasar diantaranya:

##### a. Kreativitas

Kreativitas ialah kemampuan umum untuk menghasilkan hal-hal baru, yaitu kemampuan memberi ide baru dimana dapat diimplementasikan untuk memecahkan masalah, dan mampu melihat hubungan baru antara unsur yang telah tersedia. Meski tidak ada pendefinisian ini secara umum akan di terima. Dengan menguasai teknologi ini akan dapat membuka kreativitas dan mengubah konsep kreativitas yang tertanam, karena jika masih berpikir sempit tentang kreativitas, maka akan sulit untuk membuka pintu kreativitas. Gunakan kegagalan sebagai kekuatan pendorong untuk kemajuan. r menjadi mudarnya kreatifitas karenanya adanya takut gagal, dan menilai kegagalan sebaiknya dihindari. Banyak inovasi besar di dunia berasal dari "kegagalan". Faktanya, Thomas Edison harus berusaha 50 ribu sebelum dia menemukan baterai alkaline yang masih kita gunakan sampai sekarang. Dengan kesiapan dan kreativitas inilah yang mendasari adanya keunggulan kompetitif pada diri manusia dalam berbagai permasalahan yang diimplementasikan dalam kemajuan teknologi dalam menghasilkan produk yang berdaya saing dipasar nasional dan internasional.

b. Efektivitas

Seperti yang diindikasikan oleh referensi kata dalam bahasa Indonesia yang sangat besar, kata efektif mengandung arti bahwa ada (dampak, dampak, kesan); layak atau efektif; membawa hasil; penggunaan yang bermanfaat (pengerahan tenaga, aktivitas), mulai berkuasa (hukum, pedoman). Meskipun arti kata efektif ialah penggapai tujuan dengan benar atau memilih tujuan yang benar dari serangkaian pilihan atau keputusan strategi serta menetapkan keputusan dari beberapa alternatif yang berbeda. Kecukupan juga dapat diartikan sebagai proporsi pencapaian dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya, jika suatu tugas dapat diselesaikan dengan memilih teknik yang telah diselesaikan, maka strategi itu tepat atau layak.

c. Efisiensi

Arti kata efisien yang ditunjukkan oleh referensi kata bahasa Indonesia kamus besar adalah tepat atau wajar untuk melakukan (menyampaikan) sesuatu (tanpa buang waktu, tenaga, biaya), memiliki pilihan untuk melakukan usaha dengan tepat dan hati-hati, mahir, produktif. Kemudian yang dimaksud dengan efisien adalah konsekuensi dari produktivitas. Sementara itu, efisiensi adalah penggunaan dasar aset untuk mencapai hasil yang ideal. Efisiensi mengharapkan bahwa tujuan yang tepat ditetapkan dan berusaha melacak pendekatan yang paling ideal untuk mencapai tujuan tersebut. Produktivitas harus dinilai dengan perenungan relatif, kontras antara informasi dan hasil yang didapat. Misalnya, sebuah tugas harus dimungkinkan dengan menggunakan strategi X dan teknik Y. Untuk strategi X bisa membutuhkan 1 jam sedangkan teknik Y harus bisa dilakukan dalam 3 jam. Selanjutnya, dengan teknik X (cara yang benar) sangat baik dapat dikatakan cara yang paling mahir bila dibandingkan dengan strategi Y.

### 11.5.Keunggulan Kompetitif Teknologi Informasi(TI)

Perusahaan adalah organisasi atau perkumpulan yang memberikan barang dagangan atau jasa untuk diperjualbelikan kepada masyarakat umum yang bertekad untuk mendapatkan keuntungan atau keuntungan. Di organisasi, seluruh bagian produksi bertemu, dari pekerja, pemberi modal, sumber daya alam dan bisnis. Perlombaan penggunaan data untuk mendapatkan pengaruh pasar. Organisasi juga biasanya tidak bergantung secara pkepada sumber daya fisik, namun sumber daya yang digunakan secara unggul, baik informasi maupun data dimana dapat digunakan dan diterima.

Menggunakan teknologi Karena namanya menyiratkan "zaman digital", maka juga harus menggunakan teknologi dalam strategi bisnis.Seperti yang kita ketahui bersama, dunia digital dan teknologi tidak dapat dipisahkan. Meskipun pesaing sudah menggunakan teknologi tersebut. Maka yang perlu melakukan hal yang sama segera. Sebenarnya, teknologi bukanlah sesuatu yang membingungkan orang, itu harus mendukung dan mempromosikan pekerjaan manusia. Oleh karena itu, gunakan teknologi terlebih dahulu dalam pekerjaan. Misalnya, menggunakan komputer dan banyak alat lain untuk pemasaran internet atau akuntansi. Di

Indonesia terdapat banyak pengguna media sosial, seperti Twitter, Instagram, Facebook, BBM, Line, dll. Oleh karena itu, media sosial dapat digunakan sebagai alat untuk strategi bisnis, menggunakan media sosial langsung dari pemasaran bisnis dan mudah digunakan, tidak memerlukan keahlian khusus untuk menggunakan media sosial. Hal ini yang perlu mempromosikan produk atau layanan, dapat menggunakan fitur-fitur yang disediakan untuk membuat konten yang menarik. Penggunaan tersebut teknologi tersebut meliputi:

- a. Gunakan pemasaran digital dengan sosial media  
Selain media sosial, juga dapat menggunakan pemasaran digital. Pemasaran digital adalah promosi merek atau produk/layanan melalui sarana elektronik atau digital. Apabila tidak mendapat manfaat digital marketing, bisa mendapatkan pelayanan dari e-commerce yang membantu bisnis perusahaan dengan menjual layanan agensi digital, sehingga perusahaan tidak kebingungan dalam hal marketing. Teknik dalam pemasaran digital ini diantaranya dengan mengoptimalkan mesin pencarian, iklan, televisi, email dimana sebagian besar menggunakan ponsel cerdas sehingga harus mampu mendapatkan strategi untuk diterima di perangkat seluler ini. Strategi ini harus lebih menarik pelanggan ataupun pengunjung melalui website yang telah diubah menjadi mobile agar menjadi up-to-date, selain itu aplikasi media sosial perusahaan juga perlu aplikasi yang membantu dalam manajemen atau keuangan agar bisnis yang dijalankan dengan lebih efisien waktu, biaya maupun energi. Dengan hal demikian aplikasi akan memberikan kemudahan penggunaan. Misalnya, aplikasi e-commerce yang memungkinkan menjual produk dengan mudah menggunakan perangkat software atau aplikasi akuntansi yang dapat dengan mudah mengelola keuangan perusahaan dan membuat buku besar.
- b. Pembuatan Aplikasi  
Ketika sebuah perusahaan berinvestasi dalam pengembangan sistem informasi, pembuatan aplikasi, dan pemasangan jaringan komputer, hubungan antara biaya TI dan kinerja bisnis mudah digambarkan: manfaat yang diperoleh melebihi biaya investasi karena TI diperhitungkan untuk meningkatkan organisasi. Kapasitas untuk efisiensi-ini adalah kemampuan organisasi untuk mengidentifikasi dan mengukur dampak tambahan dan positif yang terkait dengan integrasi TI ke dalam operasi bisnisnya.
- c. Arah Tata Kelola TI  
Befokus hubungan bisnis dan perencanaan TI dengan membuat, memelihara, dan memverifikasi produk TI yang bernilai tambah, dan konsistensi operasi TI dan operasi bisnis. Pengiriman nilai: Menyediakan produk bernilai tambah sepanjang siklus pengiriman untuk memberikan kepastian bahwa TI memiliki manfaat strategis, fokus pengoptimalan biaya, serta menambah nilai pada bisnis TI. Manajemen sumber daya: investasi optimal dan manajemen yang tepat, sumber daya utama: aplikasi, informasi, fondasi Kunci keberhasilan sarana dan prasarana terletak pada optimalisasi pengetahuan dan infrastruktur.



Manajemen risiko: Ini membutuhkan kesadaran eksekutif, pemahaman yang jelas tentang risiko bisnis, pemahaman tentang persyaratan, transparansi risiko bisnis, dan tanggung jawab untuk manajemen risiko dalam organisasi. Pengukuran kinerja: penelitian dan pelacakan, seperti implementasi strategi, pelaksanaan proyek, penggunaan sumber daya, kinerja proses dan eksekusi bisnis, menggunakan balanced scorecard untuk mengubah strategi menjadi tindakan untuk mencapai tujuan terukur selain akuntansi.

d. Isu investasi

Isu investasi di bidang teknologi informasi sangat relevan dengan manajemen puncak perusahaan. Di satu sisi, manajemen memahami bahwa untuk mempunyai teknologi informasi yang dapat mendukung bisnis, selain itu dapat menghabiskan pembiayaan untuk mendapatkan desain teknologi informasi yang diperlukan. dan implementasi. Dalam persaingan global ini, tanpa adanya teknologi informasi modern yang memadai, sulit untuk bersaing dengan perusahaan asing besar yang telah mulai beroperasi di Indonesia. Salah mengidentifikasi persyaratan teknis juga dapat memiliki efek kontraproduktif pada organisasi terkait. Manajemen Sumber Daya ini mengenai investasi yang optimal dan tata kelola yang baik terhadap sumber daya utama diantaranya aplikasi, informasi, infrastruktur, dan personel. Kunci suksesnya adalah mengoptimalkan pengetahuan dan infrastruktur. Manajemen risiko: Ini membutuhkan kesadaran eksekutif, pemahaman yang jelas tentang risiko bisnis, pemahaman tentang persyaratan, transparansi risiko bisnis, dan tanggung jawab terhadap risiko dalam organisasi. Pengukuran kinerja: inspeksi dan pelacakan, seperti eksekusi strategi, eksekusi proyek, pemanfaatan sumber daya, kinerja proses, dan eksekusi bisnis.

e. Administrasi TI

Administrasi TI adalah sesuatu yang penting yang harus dipikirkan. Hal ini karena asumsi serta kebenaran sering tidaklah sejalan. Investor organisasi secara konsisten percaya bahwa organisasi dapat:

1. Memberikan pengaturan IT berkualitas tinggi, sesuai jadwal, dan di dalam rencana keuangan yang telah ditentukan.
2. Mendominasi dan memanfaatkan TI untuk mendapatkan keuntungan.
3. Melakukan TI untuk membangun efektivitas dan efisiensi sama seperti mengatasi peluang TI.

Keunggulan bersaing berkaitan dengan informasi yang digunakan memiliki pengaruh pasar. Organisasi tidak selalu tergantung sumber daya fisik, namun konseptual yang baik, data yang tersedia, dan informasi yang baik juga serta murah nya barang dan jasa yang tersedia. Keunggulan Teknologi Informasi Mendukung Keunggulan Kompetitif

- a. Speed (Kecepatan) , kemampuan komputer untuk melakukan perhitungan sulit dengan beberapadetik dibanding manusia

- b. Pengolahan yang dihasilkan akan lebih konsisten meskipun distandar formatnya diulang-ulang
- c. lebih konsisten dan tidak akan berubah, karena formatnya standar walaupun diulang-ulang.
- d. Komputer presisi tidak hanya cepat, tetapi juga presisi dan akurat, mampu mendeteksi perbedaan kecil dan bahkan dapat melakukan perhitungan rumit.
- e. Reliability (keandalan) Komputer kurang rentan terhadap kesalahan dibandingkan manual.

Selain keunggulan dalam kompetitif unggulan adapula kendala dalam teknologi yang harus diatasi diantaranya.

- a. Biaya yang lebih tinggi.
- b. Penguasaan Teknologi yang lambat dan sulit.
- c. Dampak sosial yang diakibatkan.

Infrastruktur Teknologi Informasi dalam keunggulan kompetitif meliputi perangkat Keras (Hardware), jaringan dan komunikasi, Basis Data dan Information Management Personal. Harapan untuk kemajuan dalam Teknologi Informasi adalah peningkatan kecepatan dalam mendapatkan data yang dibutuhkan. Kemajuan Teknologi Informasi berkembang dengan cepat dan sulit dikontrol, karena sangat luas dan menyasar diseluruh bidang. Hampir setiap detik item Teknologi Informasi dibuat di seluruh dunia. Terlihat nilainya dalam hal ini mengingat fakta bahwa kemajuan TI berperan dipekerjaan manusia. Saat ini semua lapisan masyarakat sangat bergantung pada yang namanya TI sebagai gerakan dalam memberikan support ilmu dalam menghadirkan kemajuan dalam peningkatan inovasi dunia.

#### 11.6 Strategi Bisnis dalam Keunggulan Kompetitif

Mengukur keunggulan kompetitif dapat mencapai keunggulan kompetitif dalam strategi, taktik, dan operasi perusahaan. Untuk memperoleh arah perkembangan perusahaan untuk mendapat strategi yang unggul ada pada saat melakukan perencanaan yang strategis, hal ini merupakan kepentingan yang secara dasar akan mempengaruhi konfigurasi operasional perusahaan, operasi bisnis dengan berbagai cara. contohnya sebuah perusahaan akan merubah datanya menjadi database antar muka, sehingga hal ini akan memberikan pertimbangan perusahaan untuk melakukan pembelian/ penyewaan software kepada pihak ketiga. Keunggulan Taktis Ketika sebuah perusahaan menjalankan strategi yang lebih baik daripada pesaingnya, ia memperoleh keunggulan taktis

Umumnya strategi bisnis ialah berbagai jenis usaha sebagai upaya memastikan bahwa perusahaan yang dikelola mampu tercapai tujuannya secara efektif. Bertujuan untuk pendapatan keuntungan maksimal dan sukses dalam waktu lama. Strategi bisnis berarti sebagai upaya perusahaan untuk menetapkan keputusan dan pedoman dimana mencakup komitmen dan tindakan yang melekat. Dimana bertujuan untuk meningkatkan literasi bisnis untuk mencapai tujuan bisnis.

Setelah memahami pentingnya strategi bisnis, diperlukan memahami prinsip-prinsip dasar strategi bisnis. Pada mulanya dengan data, tidak mengandalkan intuisi atau tebak-tebakan saat merumuskan strategi, lakukan penelitian seperlunya untuk mendapatkan data atau informasi terbaru dan paling akurat. Saat mengumpulkan

data, bisa mulai dengan data bisnis. Kumpulkan semua fakta tentang kinerja perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Misal, bagaimana cara mengumpulkan data tentang banyak barang yang terjual selama satu bulan. setelahnya, perlu pengecekan terhadap peluang pasar terhadap produk yang dihasilkan perusahaan, dan mengamati penjualan selama periode tertentu, saat omset rendah, saat omset tinggi, dan alasan situasi ini. Metode pemilihan strategi bisnis, ada beberapa metode, sebagai berikut.

a. Analisa SWOT

Analisis SWOT ialah perangkat dalam menganalisis yang digunakan sebagai memecahkan masalah perusahaan atau organisasi, dimana perusahaan yang perlu mengevaluasi perencanaan yang telah diterapkan. Menurut metode ini kondisi suatu perusahaan dibedakan dengan membandingkan faktor dalam maupun diluar perusahaan /eksternal. Faktor dari dalam perusahaan sendiri terdiri dari kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness), sedangkan untuk faktor eksternal terdiri dari peluang (opportunity) dan ancaman (threat).

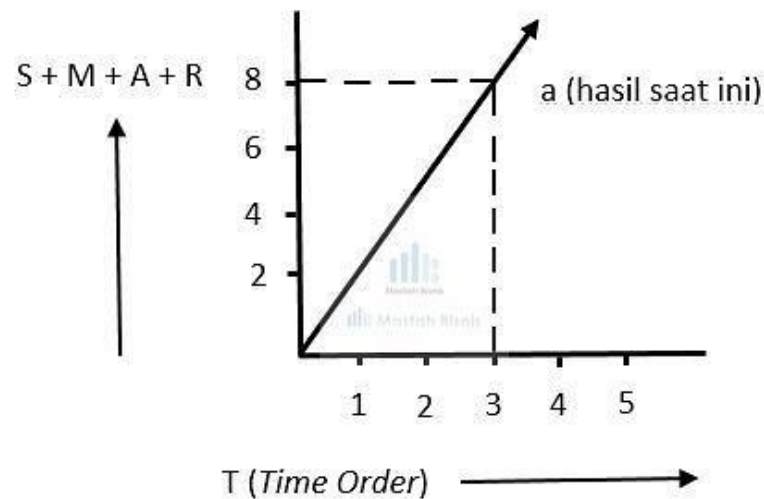
Tabel 11. 1 Analisis SWOT

Keterangan	Strength (S) Tentukan 5 – 10 kekuatan internal.	Weakness (W) Tentukanlah 5 – 10 faktor kelemahan internal.
Opportunity (O) tentukanlah 5 – 10 faktor peluang eksternal.	Strategi (SO) Membuat strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Strategi (WO) Membuat strategi yang dapat meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
Threat (T) Tentukanlah 5 - 10 ancaman eksternal.	Strategi (ST) Ciptakan lah strategi yang yang memakai kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Strategi (WT) Membuat strategi yang dapat meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

b. Analisis SMART

Analisis SMART ialah penganalisisan yang bertujuan memberikan kesempatan yang bertujuan untuk memahami dan memverifikasi hasil kuantitatif dari status yang sudah dilakukan. Setelah mengevaluasi akan diketahui nilai yang diinginkan dari aktivitas atau aktivitas tersebut. Keadaan suatu tindakan dianalisis menurut urutan tertentu: terukur (measurable), berhasil (achievable), bermakna (tepat) dan waktu (kronologis). Setiap kondisi ini dijelaskan oleh faktor-faktor yang

ditetapkan ke dalam ukuran atau kategori. Bobot nilai yang diperoleh dalam setiap kasus dalam bentuk peta, yaitu



Gambar 11. 2 Grafik Analisis Smart

c. Teori Optimasi

Teori optimasi ialah teori untuk melakukan evaluasi kinerja suatu usaha secara objektif dan memahami kondisi dan masalah sekarang ini dengan membahas elemen struktur atau infrastruktur bantu peralatan, personel dan anggaran. Dengan menentukan rincian strategi bisnis, berdasarkan data/informasi penelitian atau penelitian sendiri. kemudian dapat menentukan detail kebijakan yang akan diterapkan. Memecah strategi menjadi area atau subdivisi tertentu. Implementasi sangat penting, bahkan untuk usaha kecil, tujuannya adalah untuk memudahkan dalam mengimplementasikan strategi yang dirancang atau direncanakan dengan baik. Selanjutnya dengan melakukan evaluasi berbasis data, setelah penerapan strategi rencana, langkah selanjutnya adalah pengendalian terhadap upaya yang berhasil. Dengan cara terus memantau implementasi strategi. Jika ini tidak berhasil, maka perlu memeriksa apa yang membuat kegagalan strategi lama, misal jika penjualan turun, itu karena kurangnya akses ke situs web maka perlu bantuan IT support yang menangani web pada perusahaan tersebut.

Pengalaman seorang ahli strategi perusahaan Untuk merumuskan strategi konseptual, persiapan strategis memerlukan berbagai keterampilan ahli strategi.

a. Identifikasi

Identifikasi ialah suatu penganalisan yang penting serta menyeluruh dari parameter untuk memulai menganalisis keseluruhan faktor dengan cermat.

b. Prakiraan

Prakiraan di sini mengacu pada prakiraan strategis, yang membutuhkan pengalaman untuk mempertimbangkan kondisi masa depan. Masa

depan tidak pasti, tetapi dapat diprediksi. Peramalan seharusnya tidak didasarkan pada analisis objektif, tetapi juga pertimbangan subjektif dari banyak aspek. Ketika merumuskan strategi, harus ada cara menghadapi perubahan lingkungan yang berkelanjutan dengan memprediksi kemungkinan yang terjadi. Harapan ini membutuhkan banyak pertimbangan ketidakpastian dan prediktabilitas, yang cukup sulit.

c. Inovasi

Inovasi untuk merumuskan strategi ini sangat penting, karena di era pertumbuhan, permasalahan yang muncul semakin kompleks. Dalam konteks lingkungan bisnis dan berbagai sumber, perumusan strategi ini memerlukan eksplorasi sebanyak mungkin opsi strategis, namun tetap perlu dilakukan dalam konteks bisnis.

d. Evaluasi Langkah

Selanjutnya setelah mengidentifikasi, memprediksi, dan menerapkan inovasi adalah mengevaluasi atau pengujian. Mengevaluasi tidak hanya melibatkan berbagai perangkat logis, tetapi sebenarnya membutuhkan analisis dan pertimbangan. perumusan strategis tidak hanya menggabungkan lingkungan saat ini tetapi membeikan prediksi dimasa depan

e. Pengambilan keputusan

Pengambilan keputusan berarti memilih strategi. Uji strategi alternatif atau urutannya yang dikembangkan berdasarkan pengalaman inovatif agar dapat membuat keputusan strategis. Ketidakpastian dapat menyebabkan keputusan yang berisiko.

### 11.7 Komponen Strategi Bisnis

Berikut beberapa komponen dalam menyiapkan strategi kompetitif diantaranya:

a. Strategi bisnis

Strategi bisnis ialah strategi yang dilaksanakan dengan mengubah sumber daya atau sumber daya (bahan baku, bahan penolong, mesin, personel, dll) menjadi produk atau produk yang bernilai. Strategi operasi melibatkan fasilitas dan peralatan, sumber daya, perencanaan dan pengendalian.

b. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran diantaranya pangsa pasar dan beberapa strategi diantaranya produk, harga, promosi, strategi dan positioning pasar. Dalam strategi pemasaran suatu produk atau jasa, variabel segmentasi terpenting ialah geografi, psikologi, demografi, perilaku, dan pendapatan. Segmentasi ialah seni mengidentifikasi dan mencari peluang pertumbuhan pasar yang tepat. Segmentasi biasanya merupakan proses pemanfaatan peluang dimana membagi pasar menjadi beberapa segmen pasar. Pasar diartikan sebagai dasar karakteristik tertentu sehingga perusahaan dapat mengetahui pasar mana yang sesuai untuk penjualan produks dan pelayanan

pelanggannya. Perusahaan perlu mengkaji pesaing dan memutuskan posisi terbaik. Posisi relatif terhadap pesaing Positioning mengartikan bahwa perusahaan harus memposisikan di benak pelanggannya, hal ini meningkatkan kepercayaan, keamanan dan persaingan perusahaan. Positioning menggambarkan keunggulan organisasi dan kompetitif perusahaan.

- c. Strategi sumber daya manusia Strategi sumber daya manusia diantaranya perekrutan sumber daya manusia yang berkualitas, mengembangkan SDM berkualitas, melakukan evaluasi terhadap efektivitas SDM, memotivasi dan menjaga kualitas SDM.
- d. Strategi keuangan, strategi ini mengacu pembiayaan yang diatur paling efektif dan efisien. Perusahaan yang dapat menciptakan keuntungan tinggi dengan biaya rendah dianggap efisien dan efektif. Dengan mengurangi biaya yang tidak perlu, memungkinkan dana yang lebih bisa digunakan investasi atau ekspansi, efisiensi dan efektivitas keuangan perusahaan dapat dicapai.

Ada tiga jenis utama strategi bisnis dalam menyapkan kompetitif dalam bisnis diantara:

- a. Pertumbuhan, strategi pertumbuhan ini adalah perusahaan memiliki strategi dengan memperluas pasar dan produksi yang dihasilkan dan menciptakan produksi baru untuk menaikkan omset, kesejahteraan karyawan dan pangsa pasar.
- b. Stabilitas, strategi ini perusahaan melakukan menghasilkan barang/ jasa, pelayanan pelanggan dan mempertahankan pangsa pasar dan mendukung kegiatan bisnis yang ada agar tidak menyusut.
- c. Strategi Pembaruan, strategi ini adalah pengembangan manajer untuk mengambil kebijakan ketika perusahaan dihadapkan pada problem dimana pembaharuan ini haruslah bersifat efektif, strategi ini terbagi strategi penutupan dan strategi restrukturisasi.
- d. Strategi Pengurangan dirancang untuk fungsi tertentu oleh organisasi arus modal negatif, pada umumnya diterapkan ketika organisasi melemah sehingga perlu pemulihan dimana untuk menggapai ketahanan usaha dalam waktu lama.

#### 11.8 Tingkatan dan keunggulan Strategi Bisnis

Strategi bisnis bertujuan agar target bisnis tercapai melalui implementasi yang efektif melalui strategi tepat. Meski setiap karyawan, mitra, dan pemangku kepentingan dalam perusahaan atau organisasi berfokus pada tujuan bisnis. Tindakan yang diambil bergantung pada strategi yang cocok pada level organisasi. Strategi trading terbagi tiga level, sebagai berikut.

- a. Level 1: Enterprise Level Enterprise Level adalah level tertinggi dan terlengkap dari strategi bisnis. Ini adalah rencana bisnis yang memberikan panduan tentang tujuan yang ingin dicapai dan bagaimana perusahaan mencapai tujuan. Misalnya, sebagai visi, misi, dan tujuan organisasi perusahaan, itu berlaku untuk semua orang.

- b. Level 2: Tingkat area bisnis adalah tingkat strategis khusus yang berlaku untuk unit, tentu saja, area bisnis yang berbeda berbeda. Unit dapat berupa produk atau saluran berbeda yang melakukan operasi berbeda. Strategi yang dikembangkan oleh departemen-departemen ini berbeda dari pesaing mereka, mereka mengadopsi strategi kompetitif dan menyelaraskan tujuan mereka dengan tujuan bisnis umum yang ditentukan dalam strategi tingkat perusahaan.
- c. Level 3 Tingkat Fungsional. Strategi tingkat fungsional dilaksanakan oleh masing-masing departemen. Strategi terbatas pada kegiatan sehari-hari dan keputusan dimana perlu mengusulkan strategi tingkat departemen dan perusahaan untuk menjaga hubungan antara departemen yang berbeda serta memperoleh tujuan fungsional perusahaan.

Strategi bisnis baik tentu membawa keuntunganbisnis, diantaranya

- a. Strategi bisnis selalu berorientasi ke masa depan, meskipun merupakan langkah spesifik yang dijalankan dalam penerapannya dalam jangka pendek.
- b. Mengetahui tingkat keberhasilan bisnis yang dijalani selaman ini. Pemilik bisnis mampu mengetahui perkembangan langkah bisnisnya. Sebagai contoh penjualan barang naik 20%, tetapi target 25%, strategi ditiapkan perlu pengevaluasian
- c. Memenangkan persaingan, memahami berbagai data dan pasar internal perusahaan, sehingga pengusaha dapat menjual produk atau jasanya dengan lebih baik. Tentu saja, jika pesaing tidak mengikuti strategi bisnis yang baik, kemungkinan besar mereka akan memenangkan persaingan.

#### 11.9. Implementasi Strategi Bisnis

Dibawah terdapat contoh strategi bisnis sukses yang menjadi inspirasi.

- a. Menjajaki pasar baru  
Contohnya studi kasusnya Rico Huang di bisnis photobook/photobook, saat ini Indonesia belum memiliki pemain komersial di bidang ini. Pengusaha dapat merumuskan strategi yang berlaku untuk pesaing yang diciptakan oleh pengusaha itu sendiri atau untuk pasar yang juga dimasuki oleh pesaing. Memudahkan pengusaha merencanakan cara pengembangan usaha yang benar.
- b. Akuisisi  
Contoh Facebook, karena tahu bahwa Facebook telah mengambil alih Instagram, WhatsApp, Oculus, dll. Strategi memiliki fokus pembelian atau perolehan pesaing, daripada menciptakan sesuatu sendiri. Strategi bertujuan untuk memperluas cakupan pengaruh terhadap pengguna.
- c. Diferensiasi produk  
Apple Technology memproduksi beda dengan sistem operasi dengan produk lain, Perbedan disini produk Apple dapat menciptakan penerusnya sendiri.
- d. Harga

Game OnePlus merilis produk andalannya OnePlus6T. Memiliki fungsi yang mirip dengan IphoneX, tapi harganya lebih murah. Strategi mungkin berhasil atau tidak tetapi OnePlus bisa menjadi merek smartphone kelas atas di India atau negara lain.

- e. Pemasaran konten, hubSpot salah satu perusahaan yang menghasilkan pemasaran konten yang memiliki tujuan untuk melakukan promosi dari artikel sesuai dan memberi manfaat. sebelum membeli konsumen akan melakukan pertanyaan dan Hubspot memberi jawaban inilah strategi yang dilakukan oleh hubSpot.

### C. Latihan Soal

1. Jelaskan maksud dari teknologi informasi sebagai keunggulan kompetitif!
2. Mengapa Sumber daya Informasi harus dikelola dalam menyiapkan keunggulan kompetitif?
3. Bagaimana perencanaan strategis untuk menjadi sebuah keunggulan kompetitif dalam SIM?
4. Jelaskan maksud dari end-user computing sebagai masalah strategis dalam keunggulan kompetitif!
5. Jelaskan bagaimana dukungan sumberdaya informasi sebagai faktor dukungan dalam menyiapkan keunggulan kompetitif!

### D. Referensi

- Atmosudirdjo. (2012). Sistem Informasi Manajemen. Jakarta: STIA-Lembaga Administrasi Niaga Press.
- B.Davis, G. (2001). Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Dagun, S. M. (2013). Kamus Besar Ilmu Pengetahuan. Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara.
- Emi Sita Eriana, I. H. (2021). Pemanfaatan Sosial Media Untuk Pemasaran Dan Promosi Menggunakan Facebook Di Masyarakat Parung Serab Rt03/01 – Kec. Ciledug. Jurnal Ilmu Komputer Vol 4 No 1, 31-34.
- Fahmi, A. (2007). Perkembangan Sistem Informasi Manajemen. Laudon Kennet. C, 2007, Sistem Informasi Manajemen, Edisi Kesepuluh, Jakarta : Salemba Empat.
- Hartono, B. (2013). Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer. Jakarta : Rineka Cipta.
- Indarajani. (2015). Database Design -Case Study All In One. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Jogiyanto. (2014). Analisis & Desain Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Laudon, K. C. (2016). Sistemas de información gerencial. mexico: Pearson Educacion.