

Pentingnya Teknologi Informasi

Peran utama aplikasi sistem informasi dalam bisnis adalah untuk memberikan dukungan yang efektif atas strategi perusahaan agar dapat memperoleh keunggulan kompetitif.

Peran strategis SI ini melibatkan penggunaan TI untuk mengembangkan berbagai produk, layanan, dan kemampuan yang memberikan perusahaan keunggulan besar atas tekanan kompetitif dalam pasar global. Hal ini menciptakan sistem informasi strategis, SI yang mendukung atau membentuk posisi kompetitif dan strategi dari perusahaan bisnis. Jadi, SI strategis dapat berupa SI apapun (TPS, SIM, DSS, dan lain-lain) yang menggunakan TI untuk membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, mengurangi kelemahan kompetitif, atau untuk memenuhi tujuan strategis perusahaan lainnya.

Perusahaan dapat bertahan hidup dan berhasil dalam jangka panjang hanya jika perusahaan tersebut berhasil mengembangkan strategi untuk menghadapi lima tekanan kompetitif yang membentuk struktur persaingan dalam industrinya.

Dalam model klasik *Michael Porter* mengenai strategi kompetitif, bisnis apapun yang ingin bertahan hidup dan berhasil harus mengembangkan dan mengimplementasikan berbagai strategi untuk secara efektif mengatasi :

1. Persaingan dari para pesaing dalam industrinya
2. Ancaman pemain baru dalam industri dan pasarnya
3. Ancaman yang dihadapi karena adanya produk pengganti yang dapat mengambil pangsa pasar
4. Daya tawar pelanggan
5. Daya tawar pemasok

Strategi dasar penggunaan teknologi informasi dalam bisnis

1. Strategi kepemimpinan dalam biaya
 - Penggunaan TI untuk mengurangi secara mendasar biaya proses bisnis
 - Penggunaan TI untuk menurunkan biaya pelanggan atau pemasok
2. Strategi diferensiasi
 - Mengembangkan berbagai fitur TI baru untuk melakukan diferensiasi produk dan jasa
 - Menggunakan berbagai fitur TI untuk mengurangi keunggulan diferensiasi para pesaing
 - Menggunakan berbagai fitur TI untuk memfokuskan diri pada ceruk pasar yang dipilih

3. Strategi inovasi

- Membuat produk dan jasa baru yang memasukkan berbagai komponen TI
- Mengembangkan pasar baru atau ceruk pasar yang unik dengan bantuan TI
- Membuat perubahan radikal atas proses bisnis dengan TI yang secara dramatis akan memangkas biaya, meningkatkan kualitas, efisiensi, atau layanan pelanggan, atau mempersingkat waktu ke pasar

4. Strategi pertumbuhan

- Menggunakan TI untuk mengelola perluasan bisnis secara regional dan global
- Menggunakan TI untuk mendiversifikasi serta mengintegrasikan produk dan jasa lainnya

5. Strategi persekutuan

- Menggunakan TI untuk membuat organisasi virtual yang terdiri dari para mitra bisnis
- Mengembangkan SI antar perusahaan yang dihubungkan oleh internet dan ekstranet yang akan mendukung hubungan bisnis strategis dengan para pelanggan, pemasok, subkontraktor, dan pihak-pihak lainnya

Strategi	Perusahaan	Penggunaan Strategis TI	Manfaat bisnis
Kepemimpinan biaya	Dell Computer	Perakitan berdasarkan pesanan online	Produsen berbiaya paling rendah
	Priceline.com	Penawaran penjual secara online	Penetapan harga yang ditentukan pembeli
	eBay.com	Lelang online	Harga berdasarkan lelang
Diferensiasi	AV/NET Marshall	E-commerce pelanggan/ pemasok	Meningkatkan pangsa pasar
	Moen Inc.	Desain untuk pelanggan secara online	Meningkatkan pangsa pasar
	Consolidated Freightways	Penelusuran pengiriman barang pelanggan secara online	Meningkatkan pangsa pasar
Inovasi	Charles Schwab & Co	Perdagangan saham dengan diskon secara online	Memimpin pasar
	Federal Express	Penelusuran paket dan manajemen penerbangan secara online	Memimpin pasar
	Amazon.com	Sistem layanan penuh untuk pelanggan secara online	Memimpin pasar
Pertumbuhan	Citicorp	Intranet global	Meningkatkan pasar global
	Wal-Mart	Pemesanan barang dagangan melalui jaringan satelit global	Memimpin pasar
	Toys 'R' us, Inc.	Penelusuran persediaan melalui POS	Memimpin pasar
Persekutuan	Wal-Mart / Procter & Gamble	Pengisian persediaan secara otomatis oleh pemasok	Mengurangi biaya persediaan/ meningkatkan penjualan
	Cisco System	Persekutuan manufaktur virtual	Memimpin pasar secara lincah
	Staples, Inc. and Partners	Belanja satu tempat secara online dengan para mitra	Meningkatkan pangsa pasar

Strategi kompetitif lainnya seperti :

- a. "Mengunci" pelanggan dan pemasok di dalam (locking-in customers and suppliers)
Dengan cara membangun hubungan baru yang bernilai dengan pelanggan dan pemasok.
- b. Membangun biaya perpindahan (Switching cost)
Dengan cara membuat pelanggan atau pemasok tergantung pada penggunaan atas SI antar perusahaan yang inovatif dan saling menguntungkan.
- c. Meningkatkan halangan masuk (Barriers to entry)
Dengan cara meningkatkan jumlah investasi atau kerumitan teknologi yang dibutuhkan untuk bersaing dalam industri atau dalam suatu segmen pasar.
- d. Mendorong investasi dalam TI
Dengan cara mengembangkan berbagai produk dan jasa baru yang tidak akan mungkin dihasilkan tanpa kemampuan TI yang kuat

Salah satu dari implementasi paling penting dari strategi kompetitif adalah Business Process Reengineering (BPR) sering kali disebut sebagai perekayasaan ulang.

Perbedaan BPR dengan perbaikan bisnis

	Perbaikan Bisnis	BPR
Tingkat perubahan	Sedikit demi sedikit	Radikal
Perubahan proses	Proses versi baru yang telah diperbaiki	Proses yang sama sekali baru
Point awal	Proses yang telah ada	Lembar baru
Frekuensi perubahan	Sekaligus atau terus menerus	Perubahan periodik sekaligus
Waktu yang dibutuhkan	Sebentar	Lama
Lingkup umum	Sempit, dalam berbagai fungsi	Luas, lintas fungsi
Horizon	Dulu dan sekarang	Masa depan
Partisipasi	Dari bawah ke atas	Dari atas ke bawah
Jalur ke pelaksanaan	Budaya	Budaya, struktur
Pelaksana utama	Pengendalian statistik	TI
Resiko	Sedang	Tinggi

Perusahaan virtual (korporasi virtual atau organisasi virtual) adalah organisasi yang menggunakan TI untuk menghubungkan banyak orang, organisasi, aktiva, dan ide.

Strategi perusahaan-perusahaan virtual

- Saling berbagi infrastruktur dan resiko dengan mitra aliansi
- Menghubungkan kompetensi inti yang saling melengkapi
- Mengurangi waktu konsep-ke-kas (Concept-to-cash time) melalui saling berbagi

- Meningkatkan fasilitas dan cakupan pasar
- Mendapatkan akses ke pasar yang baru dan saling berbagi pasar atau loyalitas pelanggan
- Bermigrasi dari menjual produk ke menjual solusi