



Penerapan Dan Fungsi Sistem Informasi Pada Perusahaan Untuk Mencapai Persaingan Keunggulan Strategis Antar Perusahaan

Application and function of information systems in companies to achieve competition for strategic advantages between companies

Suriani¹, Rayyan Firdaus²

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Malikussaleh

Email : Rayyan@unimal.ac.id

Article Info

Article history :

Received : 17-06-2024

Revised : 19-06-2024

Accepted : 22-06-2024

Published : 27-06-2024

Abstract

You need to know that all human activities will remain related to information systems, where not only an individual needs information that can help him in completing a job because humans are social creatures, but a company also needs an information system. Basically, information systems do not always have to be complex, some are simple. However, the quality of information depends on 4 things, namely accurate, timely, relevant and economical. Therefore, the need for information implementation that implements information systems is very much needed and very important for the survival of a company that houses many employees. If a company implements or carries out actions that are carried out based on a plan that has been prepared or made carefully and in detail, I think the need for information that implements an information system will run well and meet its needs, so that the survival of the company can be controlled as optimally as possible. Companies are not only required to carry out the company's business just like that, but companies are also required to be able to make their companies superior to competitors of the same kind, similar or different. System informasi yang didapatkan oleh suatu perusahaan tentunya dapat menjadikan sebagai salah satu bentuk penerapan yang baik dalam perusahaan agar mereka lebih terarah dalam menjalankan kegiatan perusahaan, system informasi juga membantu dalam mengembangkan dan memperbaiki segala hal yang kurang baik dan kurang tepat agar perusahaan bisa tetap eksis di dunia persaingan global dunia

Keywoerds : Information Systems, Companies, Competition for Strategic Advantage.

Abstrak

Perlu anda ketahui bahwa seluruh aktivitas manusia akan tetap berhubungan dengan system informasi, dimana bukan hanya seorang individu saja yang membutuhkan suatu informasi yang dapat membantunya dalam menuntaskan suatu pekerjaan karena manusia adalah makhluk social , maka suatu perusahaan juga membutuhkan yang namanya system informasi. Pada dasarnya system informasi tidak selamanya harus berbentuk komplek, ada pula yang sederhana. Namun, suatu kualitas informasi bergantung pada 4 hal , yaitu akurat, tepat waktu, relevan dan ekonomis. Maka dari itu suatu kebutuhan akan implementasi informasi yang menerapkan system informasi sangat dibutuhkan dan sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan yang menaungi banyak karyawan. Jika suatu perusahaan menerapkan atau melakukan tindakan



yang dilaksanakan berdasarkan rencana yang sudah disusun atau di buat dengan cermat serta terperinci saya rasa kebutuhan akan informasi yang menerapkan system informasi akan berjalan dengan baik dan terpenuhi kebutuhannya, sehingga kelangsungan kehidupan perusahaan dapat dikendalikan seoptimal mungkin. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk menjalankan kegiatan perusahaan dengan begitu saja, namun perusahaan juga dituntut agar bisa menjadikan perusahaannya tersebut dapat lebih unggul dari pesaing sejenis, serupa atau beda sekalipun. System informasi yang didapatkan oleh suatu perusahaan tentunya dapat menjadikan sebagai salah satu bentuk penerapan yang baik dalam perusahaan agar mereka lebih terarah dalam menjalankan kegiatan perusahaan, system informasi juga membantu dalam mengembangkan dan memperbaiki segala hal yang kurang baik dan kurang tepat agar perusahaan bisa tetap eksis di dunia persaingan global dunia

Kata Kunci : Sistem Informasi, Perusahaan, Persaingan Keunggulan Strategis

PENDAHULUAN

Di era digital dan modern seperti ini, tentunya sebuah perusahaan akan mengembangkan lebih lanjut perusahaan yang ia Kelola agar tetap eksis di dunia persaingan global. System informasi yang kurang diterapkan pada perusahaan akan memperkeruh jalannya kegiatan perusahaan atau bisa saja kegiatan perusahaan tidak berjalan pada mestinya. Agar menciptakan suatu perusahaan yang unggul serta dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain yang serupa, sama atau bahkan berbeda sekalipun, suatu perusahaan haruslah memanage seluruh kegiatan perusahaan agar berjalan sesuai rencana, tujuan dan kegemilangan kehidupan perusahaan yang baik. Oleh karena itu perusahaan tak hanya memberikan pelayanan terbaik kepada para konsumen, perusahaan juga dituntut untuk memberikan penerapan penerapan terhadap karyawan yang membantu dalam menjalankan roda usaha dengan menambahkan pengetahuan akan system informasi yang akan membuat rantai nilai (value chain) dan sistem nilai (value system) membaik atau bahkan meningkat seiring dengan aktivitas perusahaan yang tetap beroperasi sesuai dengan rencana, tujuan yang jelas serta suatu perusahaan akan meningkat nilai ekonomisnya, nilai perusahaan dimata public umum seantero dunia.

Literatur Teori

Sistem Informasi (SI) adalah kombinasi dari teknologi informasi dan aktivitas orang yang menggunakan teknologi itu untuk mendukung operasi dan manajemen. Dalam arti yang sangat luas, istilah sistem informasi yang sering digunakan merujuk kepada interaksi antara orang, proses algoritmik, data, dan teknologi. Dalam pengertian ini, istilah ini digunakan untuk merujuk tidak hanya pada penggunaan organisasi teknologi informasi dan komunikasi (TIK), tetapi juga untuk cara di mana orang berinteraksi dengan teknologi ini dalam mendukung proses bisnis. Ada yang membuat perbedaan yang jelas antara sistem informasi, dan komputer sistem TIK, dan proses bisnis. Sistem informasi yang berbeda dari teknologi informasi dalam sistem informasi biasanya terlihat seperti memiliki komponen TIK. Hal ini terutama berkaitan dengan tujuan pemanfaatan teknologi informasi. Sistem informasi juga berbeda dari proses bisnis. Sistem informasi membantu untuk mengontrol kinerja proses bisnis. Dengan demikian, sistem informasi antar-berhubungan dengan sistem data di satu sisi dan sistem aktivitas di sisi lain. Sistem informasi adalah suatu bentuk



komunikasi sistem di mana data yang mewakili dan diproses sebagai bentuk dari memori sosial. Sistem informasi juga dapat dianggap sebagai bahasa semi formal yang mendukung manusia dalam pengambilan keputusan dan tindakan. Sistem informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan.

Keunggulan kompetitif adalah keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan dimana keunggulannya dipergunakan untuk berkompetisi dan bersaing dengan perusahaan lainnya untuk meningkatkan value (nilai) perusahaan baik dalam hal peningkatan laba maupun citra perusahaan. Contoh perusahaan-perusahaan telekomunikasi berusaha untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya dengan cara berkompetisi sesuai dengan keunggulan yang dimilikinya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian yang digunakan dalam analisis makna kata adalah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melibatkan kajian dokumen dan teknik analisis data yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan bentuk kata berafiksasi dan maknanya. Data penelitian ini diperoleh dari studi literatur, yang dimuat dari berbagai sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seiring dengan perusahaan memenuhi kebutuhan produk dan jasa para pelanggannya, perusahaan tersebut akan berusaha untuk mendapatkan keunggulan di atas para pesaingnya. Mereka dapat mencapai keunggulan ini dengan memberikan produk dan jasa pada harga yang lebih rendah, memberikan kebutuhan-kebutuhan khusus dari segmen-segmen pasar tertentu.

Satu hal yang tidak selalu terlihat jelas adalah adanya fakta bahwa sebuah perusahaan juga akan dapat mencapai keunggulan kompetitif melalui penggunaan sumber daya virtualnya. Di dalam bidang sistem informasi, keunggulan kompetitif (competitive advantage) mengacu pada penggunaan informasi untuk mendapatkan pengungkitan (leverage) di dalam pasar. Ingat bahwa para manajer perusahaan-perusahaan menggunakan sumber daya virtual sekaligus juga fisik dalam memenuhi tujuan-tujuan strategis perusahaan.

Dalam upaya mencapai keunggulan kompetitif, perusahaan harus menghadapi tantangan bahkan tekanan-tekanan internal dan eksternal perusahaan. Salah satu pendekatannya adalah bagaimana mengaktifkan potensi sumberdaya yang ada, bisa melalui peningkatan kualitas produk dan layanan kepada pelanggan, maupun melalui pemanfaatan kemajuan teknologi informasi. Strategi bersaing merupakan upaya mencari posisi bersaing yang menguntungkan dalam suatu industry. Strategi bersaing bertujuan membina posisi yang menguntungkan dan kuat dalam melawan kekuatan yang menentukan persaingan dalam industry.

Kompetisi merupakan karakteristik positif dalam bisnis, persaingan alami dan sehat adalah pendukung majunya suatu pasar. Persaingan ini mendorong upaya untuk mendapatkan keunggulan



kompetitif di pasar, oleh karenanya diperlukan kemampuan kompetitif yang signifikan pada berbagai bagian dari perusahaan. Hal ini ditujukan untuk menjaga bisnis terhadap ancaman pendaatang baru.

Lima strategi kompetensi dasar dalam bersaing yakni:

1. Strategi Kepemimpinan Biaya (Cost Leadership Strategy)
Menjadi produsen rendah biaya dalam menghasilkan barang dan jasa, atau membantu menurunkan biaya bagi pemasok dan pelanggan, sehingga pesaing memiliki biaya produksi yang lebih tinggi.
2. Strategi Diferensiasi (differentiation strategy)
Mengembangkan cara-cara untuk membedakan produk dan layanan dari para pesaing atau mengurangi keunggulan diferensiasi dari pesaing. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk fokus pada produk atau jasa untuk memberikan keuntungan dalam segmen pasar yang unik/niche market.
3. Strategi Inovasi (innovation strategy)
Menemukan cara baru dalam melakukan bisnis. Strategi ini dapat melibatkan pengembangan produk dan atau jasa yang unik guna memasuki pasar yang unik /niche market. Hal ini juga dapat melibatkan perubahan radikal dalam proses bisnis untuk memproduksi atau mendistribusikan produk dan layanan dari mayoritas jenis dan cara yang ada.
4. Strategi Pertumbuhan (growth strategy)
Secara signifikan memperluas kapasitas perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa, ekspansi ke pasar global, diversifikasi ke produk dan jasa baru, atau mengintegrasikan ke dalam produk dan jasa terkait.
5. Strategi Aliansi (alliance strategy)
Membentuk hubungan bisnis baru/aliansi dengan pelanggan, pemasok, pesaing, konsultan, dan perusahaan lain. Hubungan ini bisa berupa merger, akuisisi, usaha patungan, pembentukan "perusahaan virtual," atau pemasaran lainnya, manufaktur, atau perjanjian distribusi antara pelaku usaha dengan mitra dagangnya.

Porter yakin bahwa sebuah perusahaan meraih keunggulan kompetitif dengan menciptakan suatu rantai nilai (value chain). Margin adalah nilai dari produk dan jasa perusahaan setelah dikurangi harga pokoknya, seperti yang diterima oleh pelanggan perusahaan. Meningkatkan margin adalah tujuan dari rantai nilai. Perusahaan menciptakan nilai dengan melakukan apa yang disebut oleh Porter sebagai aktivitas nilai (value activities). Aktivitas nilai terdiri atas dua jenis : utama dan pendukung.

- a. Aktivitas nilai utama (primary value activities) meliputi logistik input yang mendapatkan bahan baku dan persediaan dari pemasok, operasi perusahaan yang mengubah bahan baku menjadi barang jadi, logistik output yang memindahkan barang kepada pelanggan, operasi pemasaran penjualan yang mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan mendapatkan pesanan, dan aktivitas-aktivitas jasa yang menjaga hubungan pelanggan yang baik setelah penjualan. Aktivitas nilai utama ini mengelola aliran sumber daya fisik di sepanjang perusahaan.
- b. Aktivitas nilai pendukung (support value activities) mencakup infrastruktur perusahaan, bentuk organisasi yang secara umum akan memengaruhi seluruh aktivitas utama. Selain itu,



tiga aktivitas akan memengaruhi aktivitas utama secara terpisah maupun dalam bentuk terkombinasi yaitu:

- 1) manajemen sumber daya manusia,
- 2) pengembangan teknologi, dan
- 3) pengadaan (atau pembelian).

Masing-masing aktivitas nilai, baik utama maupun pendukung akan mengandung tiga unsur penting, yaitu :

- a. input yang di beli, sumber daya manusia, dan
- b. teknologi.

Setiap aktivitas juga akan menggunakan dan menciptakan informasi. Sebagai contoh, spesialis informasi di dalam unit jasa informasi dapat menggabungkan basis data pembelian komersial, peralatan komputasi yang disewa, dan program-program yang dikembangkan sendiri untuk menghasilkan informasi pendukung keputusan bagi para eksekutif perusahaan.

Kaitan rantai nilai perusahaan ke rantai nilai organisasi lain dapat menghasilkan suatu sistem interorganisasional (interorganizational system-IOS). Perusahaan-perusahaan yang berpartisipasi disebut sebagai sekutu bisnis (business partners). mereka bekerja bersama sebagai suatu unit tunggal yang terkoordinasi, sehingga menimbulkan suatu sinergi yang tidak dapat dicapai jika masing-masing bekerja sendirian. Sebuah perusahaan dapat mengaitkan rantai nilainya kepada rantai nilai pemasoknya dengan mengimplementasikan sistem yang membuat sumber daya input tersedia bila dibutuhkan.

Ketika para pembeli produk perusahaan adalah organisasi, rantai nilai mereka akan juga dapat dikaitkan dengan rantai nilai perusahaan dan para anggota distribusinya. Ketika pembeli adalah pelanggan individual, mereka dapat menggunakan komputer mereka untuk masuk ke dalam situs Web perusahaan untuk mendapatkan informasi dan melakukan pembelian. Karena setiap aktivitas nilai mencakup komponen informasional, mengelola sumber daya informasi sebuah perusahaan adalah langkah penting dalam meraih keunggulan kompetitif.

Keunggulan kompetitif dapat direalisasikan dalam hal mendapatkan keunggulan strategis, taktis, maupun operasional. Pada tingkat manajerial yang tertinggi, tingkat perencanaan strategis-sistem informasi dapat digunakan untuk mengubah arah sebuah perusahaan dalam mendapatkan keunggulan strategisnya. Pada tingkat kendali manajemen (menengah), manajer dapat memberikan spesifikasi mengenai bagaimana rencana strategis akan diimplementasikan sehingga menciptakan suatu keunggulan taktis. Pada tingkat kendali operasional (lebih rendah), manajer dapat menggunakan teknologi informasi dalam berbagai pengumpulan data dan penciptaan informasi yang akan memastikan efisiensi operasi, sehingga mencapai keunggulan operasional.

Keunggulan strategis (strategic advantage) adalah keunggulan yang dimiliki dampak fundamental dalam membentuk operasi perusahaan. Sistem informasi dapat digunakan untuk



menciptakan keunggulan strategis. Sebagai contoh, sebuah perusahaan dapat memutuskan untuk mengubah seluruh datanya menjadi basis data dengan alat penghubung standar (seperti alat penghubung browser Web) guna kemungkinan berbagi dengan sekutu-sekutu bisnis dan pelanggannya.

Sebuah perusahaan mendapatkan keunggulan taktis (tactical advantage) ketika perusahaan tersebut mengimplementasikan strategi dengan cara yang lebih baik dari para pesaingnya. Dalam contoh kita, layanan pelanggan dapat ditingkatkan dengan menawarkan kepada pelanggan akses langsung ke informasi. Semua perusahaan ingin memuaskan pelanggan, karena kepuasan pelanggan akan menghasilkan pengulangan pembelian.

Perusahaan mendapatkan keunggulan taktis dalam beberapa hal, yaitu :

1. Pelanggan melihat potongan harga sebagai alasan untuk terus membeli produk dari perusahaan. Potongan itu sendiri merupakan insentif bagi pelanggan, namun juga dapat memberikan keuntungan ekonomis bagi perusahaan.
2. Sistem informasi dapat menyarankan produk mana yang mungkin ingin dibeli oleh pelanggan. Perusahaan tidak hanya akan mendorong kesetiaan pelanggan, namun juga dapat meningkatkan keuntungan dari penjualan.

Keputusan strategis adalah menjadikan sistem informasi perusahaan tersedia bagi para pelanggan untuk meningkatkan layanan pelanggan. Perusahaan mengembangkan suatu sistem informasi taktis yang tidak hanya akan meningkatkan kepuasan pelanggan, namun juga akan meningkatkan profitabilitas. Keunggulan Operasional (Operational advantage) adalah keunggulan yang berhubungan dengan transaksi dan proses sehari-hari. Di sinilah sistem informasi akan berinteraksi secara langsung dengan proses.

Tantangan dari Pesaing-Pesaing Global

Perusahaan multinasional (multinational corporation-MNC) adalah perusahaan yang beroperasi lintas produk, pasar, negara, dan budaya. Perusahaan multinasional terdiri atas perusahaan induk dan sekelompok anak perusahaan. Anak perusahaan-anak perusahaan tersebut dapat tersebar secara geografis, dan masing-masing dapat memiliki sasaran, kebijakan dan prosedurnya sendiri. Anda hendaknya tidak membatasi pemikiran akan pesaing-pesaing global hanya untuk organisasi-organisasi lain saja. kalangan profesional dan staf yang bekerja di negara lain yang bersaing untuk pekerjaan yang sama seperti yang terjadi di negara tuan rumah juga dapat dianggap sebagai pesaing.

Alasan utama melakukan outsource adalah ekonomi. Namun, outsource juga memiliki kelemahannya sendiri. Satu hal yang khususnya sangat penting bagi outsource TI adalah perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI), yang di beberapa negara tidak mendapat perlindungan yang memadai. Satu cara untuk mengatasi masalah HAKI adalah dengan mengakuisisi perusahaan outsourcee asing.

Meskipun semua perusahaan memiliki kebutuhan pemrosesan informasi dan koordinasi, kebutuhan-kebutuhan ini merupakan hal yang sangat penting artinya bagi perusahaan



multinasional (MNC). MNC adalah sebuah sistem terbuka yang berusaha untuk meminimalkan ketidakpastian yang terdapat dalam lingkungannya. Ketidakpastian adalah “perbedaan antara jumlah informasi yang dibutuhkan untuk melakukan suatu pekerjaan dan jumlah informasi yang telah dimiliki oleh organisasi.”.

Kebutuhan Khusus untuk Koordinasi di Perusahaan Multinasional, koordinasi adalah kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif di dalam pasar global. Perusahaan yang tidak mampu mendapatkan kendali strategis atas operasinya di seluruh dunia dan mengelolanya dengan cara yang terkoordinasi secara global, tidak akan dapat meraih kesuksesan dalam perekonomian internasional.

Kabar buruk bagi para eksekutif MNC adalah tantangan koordinasi semakin besar bagi MNC dibandingkan sebuah perusahaan yang membatasi aktivitasnya hanya di negara asalnya. Kesulitan timbul dari adanya kenyataan bahwa sumber daya yang digunakan oleh MNC sangat luas terdistribusi. Sumber daya informasi yang tersebar-peranti keras, peranti lunak, dan pegawai menjadi sulit untuk dikelola dan dapat diatur oleh praktik-praktik bisnis yang saling bertentangan. Kabar baiknya adalah bahwa kemajuan di bidang teknologi informasi, metodologi, dan komunikasi telah membuat koordinasi global menjadi jauh lebih mudah. Tetapi bahkan dengan kemajuan-kemajuan ini, koordinasi tetap menjadi suatu tantangan besar.

Banyak keuntungan yang diperoleh oleh MNC adalah karena memiliki kemampuan pemrosesan informasi yang baik yang didasarkan pada kemampuannya dalam berkoordinasi.

- a. Keuntungan koordinasi antara lain meliputi :
- b. Fleksibilitas dalam merespons pesaing di berbagai negara dan pasar.
- c. Kemampuan untuk merespons perubahan yang terjadi di satu negara pada satu negara lain atau satu wilayah dalam satu negara lain.
- d. Kemampuan untuk menyamai kebutuhan pasar di seluruh dunia.
- e. Kemampuan untuk berbagi pengetahuan antarunit di berbagai negara.
- f. Mengurangi biaya operasi secara keseluruhan.
- g. Peningkatan efisiensi dan efektivitas dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
- h. Kemampuan untuk meraih dan mempertahankan keragaman produk perusahaan dan juga bagaimana produk diproduksi dan didistribusikan.

Tantangan Dalam Mengembangkan Sistem Informasi Global

Pengembangan semua jenis sistem informasi dapat menjadi suatu tantangan, tetapi ketika sistem yang dibuat mencakup batas internasional, para pengembangnya harus mengatasi beberapa kendala yang unik. Istilah sistem informasi global (global information system-GIS) diberikan untuk suatu sistem informasi yang terdiri atas beberapa jaringan yang melintasi batas negara. Berikut adalah beberapa kendala yang harus diatasi oleh pengembang GIS, yaitu :

1) Kendala-kendala Politis

Pemerintah nasional di suatu negara di mana anak perusahaan berada dapat menerapkan beragam pembatasan yang menjadikan perusahaan induk mengalami kesulitan untuk memasukkan anak perusahaan tersebut ke dalam jaringan. Pembatasan yang umum adalah



akses yang terbatas ke komunikasi berkecepatan tinggi. Karena infrastruktur telepon biasanya dimiliki dan dioperasikan oleh pemerintah dan bukannya perusahaan swasta, hal ini dapat menjadi suatu rintangan yang cukup berat.

2) Rintangan Budaya dan Komunikasi

Interaksi dengan teknologi dapat sangat bervariasi di beberapa budaya. Antarmuka (interface) GIS harus tetap konsisten meskipun menggunakan bahasa yang berbeda-beda. Sebagai akibatnya, kebanyakan antarmuka GIS mengandalkan grafik dan icon untuk berinteraksi dengan pengguna dan tidak terlalu bergantung pada perintah yang diketikkan ke dalam field. Selain itu, masalah rancangan GIS juga dapat diselesaikan dengan menawarkan beragam format yang memiliki fungsionalitas yang sama. Jika sebuah perusahaan memutuskan untuk membuat GIS, ia harus bersedia untuk mengadaptasi berbagai kebutuhan populasi global ke dalam sistemnya.

Rintangan budaya juga dapat memengaruhi rancangan suatu GIS. Di dalam beberapa masyarakat tertentu, penggunaan teknologi dianggap sebagai suatu pekerjaan yang tidak membutuhkan keahlian, sedangkan di masyarakat lainnya dipandang sebagai suatu pertanda tingkat sosial.

3) Pembatasan Pembelian dan Impor Peranti Keras

Pemerintah nasional mencoba untuk melindungi pabrikan lokal dan merangsang investasi asing pada produksi lokal dengan menentukan bahwa hanya peralatan yang diproduksi atau dirakit di negara itu yang dapat dipergunakan. Ketentuan seperti ini dapat memengaruhi pengoperasian berbagai sistem peranti keras dan lunak yang berbeda.

4) Pembatasan Pemrosesan Data

Kebijakan nasional dapat mengatur bahwa data harus diproses di dalam negeri, bukan dikirimkan ke luar negeri dan diproses di tempat lain.

5) Pembatasan Komunikasi Data

Pembatasan komunikasi data yang paling banyak dipublikasikan adalah pembatasan yang dikenakan pada aliran data antarnegara. Aliran data antarnegara (transborder data flow-TDF), adalah pergerakan data yang dapat dibaca oleh mesin melintasi batas negara.

6) Masalah-masalah teknologi

MNC sering kali didera dengan masalah yang berhubungan dengan tingkat teknologi yang terdapat di negara-negara anak perusahaannya. Di beberapa negara, sumber listrik yang dapat diandalkan mungkin tidak tersedia, sehingga mengakibatkan seringnya terjadi gangguan listrik. Sirkuit telekomunikasi sering kali hanya dapat mengirimkan data dengan kecepatan yang rendah, dan kualitas transmisinya juga buruk. Peranti lunak juga dapat menjadi masalah. Karena banyak negara tidak memerhatikan hak cipta atas peranti lunak dan menutup mata pada peranti lunak berjalan, beberapa vendor peranti lunak menolak untuk berbisnis di beberapa negara tertentu.

7) Kurangnya Dukungan dari Manajemen Anak Perusahaan

Manajemen kantor anak perusahaan sering kali ikut menjadi masalah. Beberapa merasa yakin bahwa mereka dapat menjalankan anak perusahaannya tanpa harus mendapat bantuan, dan mereka memandang peraturan yang ditetapkan oleh kantor pusat sebagai suatu hal yang tidak perlu. Beberapa manajer anak perusahaan mendapat imbalan berdasarkan profitabilitas, dan mereka akan berusaha untuk menghambat solusi korporat yang mereka anggap akan dapat mengurangi pendapatan mereka. Manajemen kantor di luar negeri juga dapat melihat GIS sebagai salah satu jenis pengawasan dari "Big Brother". Para manajer tingkat menengah dapat



merasa takut dilewati oleh rantai informasi baru yang menghimpun data operasional kepada perusahaan induk. Dengan segala kemungkinan masalah di atas, adalah mukjizat kecil jika MNC mencoba untuk mengembangkan GIS. Meskipun menghilangkan seluruh masalah di atas adalah suatu hal yang mustahil untuk dilakukan, pengaruh MNC dapat diminimalkan dengan mengikuti strategi yang terencana dengan baik yang dituangkan ke dalam rencana strategis sumber daya informasi.

KESIMPULAN

Peran penerapan system informasi pada suatu perusahaan memang sangat dibutuhkan, terlebih di jaman yang cenderung lebih menggunakan teknologi digital untuk menunjang seluruh kegiatan perusahaan baik itu dari sisi tata Kelola hingga keseluruhan organisasi. Dimana penerapan system informasi tersebut lah membawa dampak positif bagi suatu perusahaan untuk menunjang sumber daya informasi sebuah perusahaan meliputi peranti keras, peranti lunak, spesialis informasi, pengguna, fasilitas, basis data (database), dan informasi. Informasi memiliki empat dimensi yang diinginkan: relevansi, akurasi, ketetapan waktu, dan kelengkapan. Perusahaan akan tercapai bilamana perusahaan tersebut berfokus pada model delapan unsur lingkungan sebuah perusahaan dapat menjadi suatu cara yang baik untuk memahami kompleksitas dari bagaimana perusahaan akan berinteraksi dengan lingkungannya serta perusahaan diharuskan memiliki keunggulan, tak hanya dalam segi kompetitif saja namun pengelolaan sumber daya fisik juga diperlukan dan sumber daya virtual ternyata juga dapat memainkan peranan yang besar. Sebuah rencana strategis untuk sumber daya informasi akan mengidentifikasi tujuan-tujuan yang harus dipenuhi oleh sistem informasi perusahaan di tahun-tahun mendatang dan sumber daya informasi yang akan diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut.

Perusahaan juga harus membentuk perencanaan dengan baik untuk peningkatan keunggulan perusahaan dari perusahaan pesaing sejenis, sebuah perusahaan haruslah dapat berinteraksi dengan lingkungannya dan membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan, kondisi dan lingkungan, memiliki keunggulan dari produk tersebut dengan pesaing sejenis agar konsumen dapat lebih memilih perusahaan tersebut sebagai produsen terbaik dan berkualitas, perusahaan juga akan meningkatkan Keunggulan kompetitif seperti pengelolaan sumber daya fisik dan sumber daya virtual serta turut dalam mengontribusikan pemikiran-pemikiran mengenai rantai nilai (value chain) dan sistem nilai (value system) agar kelangsungan hidup perusahaan tetap terjaga , serta mencari informasi sebanyak-banyaknya untuk meningkatkan keunggulan strategis, taktis, dan operasional. Serta sumber daya informasi meliputi peranti keras, peranti lunak, spesialis informasi, pengguna, fasilitas, basis data (database), dan informasi yang nantinya akan diberikan kepada karyawan yang bekerja dalam perusahaan saya dimana seluruh informasi tersebut haruslah elevansi, akurat, tepat waktu dan kelengkapan.

DAFTAR PUSTAKA

Putra, Yananto Mihadi. (2018). Modul Kuliah Sistem Informasi Manajemen: Pengantar Sistem Informasi Manajemen. FEB – Universitas Mercu Buana: Jakarta.



- Arijanto, A., Hikmah, D., & Nashar, Muhammad. (2015). Sistem Informasi Manajemen. Jakarta: Universitas Mercu Buana. Yogyakarta: Sibuku Media
- McLeod, R., & Schell, G. P. (2007). Management Information Systems. USA: Pearson/Prentice Hall.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2016). Management Information System. Pearson Education India.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2018). Management Information Systems: Managing The Digital Firm. Pearson.
- O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2006). Management Information Systems (Vol. 6). McGraw-Hill Irwin.
- O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2005). Introduction to Information Systems (Vol. 13). New York City, USA: McGraw-Hill/Irwin.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Sistem_informasi
- <https://ernaparj.blogspot.com/2015/06/sistem-informasi-sebagai-keunggulan.html>