

JURNAL ILMIAH MAHASISWA AKUNTANSI

VOL 1, NO. 4, JULI 2012

PENGARUH MASA PENUGASAN KANTOR AKUNTAN PUBLIK, KEPEMILIKAN MANAJERIAL, DAN UKURAN KANTOR AKUNTAN PUBLIK TERHADAP KUALITAS LABA
Yustina Yonatan

KONTRIBUSI NILAI TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KINERJA PROSES BISNIS DAN DINAMIKA BERSAING
Eunike Karunia Sentosa

RESPON AUDITOR TERHADAP KEBERADAAN TRANSAKSI *E-COMMERCE*
Sally Bernadetha Vincentia

FENOMENA MANAJEMEN LABA DAN *UNDERPRICING* PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN *INITIAL PUBLIC OFFERING*
Andre Nata Indra

STRATEGI PEMBERIAN INFORMASI AKUNTANSI UNTUK MENGURANGI ESKALASI KOMITMEN
Rizkiano Tanjung

PERANAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP KUALITAS PELAPORAN KEUANGAN DAN KEPERCAYAAN INVESTOR
Theresia Adelia Simadibrata

PENGARUH KUALITAS PELAPORAN KEUANGAN TERHADAP ASIMETRI INFORMASI DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI PEMODERASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BEI
Ari Budi Santoso

DAMPAK PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN
Nathalia Gozali

PENGARUH TINGKAT INDEPENDENSI, KOMPETENSI, OBYEKTIFITAS, DAN INTEGRITAS AUDITOR TERHADAP KUALITAS AUDIT YANG DIHASILKAN KANTOR AKUNTAN PUBLIK DI SURABAYA
Lie David Gunawan

PERANAN PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI PADA KINERJA UNIT BISNIS DALAM BERBAGAI TINGKATAN KOMPETISI PASAR
Linda Christiani Sudarnadji

PENGARUH INDEPENDENSI, KOMPETENSI, DAN PROFESIONALISME TERHADAP KUALITAS AUDIT
Mikhail Edwin Nugraha

PENENTUAN KUALITAS AUDIT BERDASARKAN UKURAN KANTOR AKUNTAN PUBLIK DAN BIAYA AUDIT
Berty Wahyu Putri

PENERAPAN PENGENDALIAN INTERNAL DALAM SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS KOMPUTER
Putu Mega Selvy Aviana

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRAKTEK PERATAAN LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BEI
Lusi Christiana

PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL DAN KECERDASAN SPIRITUAL AUDITOR TERHADAP KINERJA AUDITOR PADA KANTOR AKUNTAN PUBLIK DI SURABAYA
Christina Gunaeka Notoprasetio

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREDIKSI PERINGKAT OBLIGASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR
Arvian Pandutama

PENGARUH *LARGE BOOK-TAX DIFFERENCES* TERHADAP PERSISTENSI LABA, AKRUAL, DAN ARUS KAS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BEI
Melita Noviana Sin

PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* DAN PENGUNGKAPANNYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN FARMASI DI BEI)
Jessica Oktavia S. Jacob

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN *LEVERAGE* OPERASI TERHADAP PERATAAN LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BEI
Cecilia

PENGGUNAAN *TARGET COSTING* DALAM PENGEMBANGAN PRODUK
Putri Zanufa Sari

PERKEMBANGAN STANDAR AKUNTANSI KEUANGAN DI INDONESIA
Ferry Danu Prasetya

JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS
UNIKA WIDYA MANDALA SURABAYA



Editorial Staff
JURNAL ILMIAH MAHASISWA AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS
UNIKA WIDYA MANDALA



Ketua Redaksi

Jesica Handoko, SE, MSi, Ak
(Sekretaris Jurusan Akuntansi)

Mitra Bestari

Dr Lodovicus Lasdi, MM
Bernadetta Diana N., SE, MSi, QIA
Tineke Wehartaty, SE, MM
Ronny Irawan, SE, MSi, Ak, QIA
Ariston Oki A. E., SE, MSi, Ak, BAP
Rr Puruwita Wardani, SE, MA, Ak

J I M M A

Staf Tata Usaha

Karin
Andreas Tuwo
Agus Purwanto

Alamat Redaksi

Fakultas Bisnis - Jurusan Akuntansi
Gedung Benediktus, Unika Widya Mandala
Jl. Dinoyo no. 42-44, Surabaya
Telp. (031) 5678478, ext. 122

KONTRIBUSI NILAI TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KINERJA PROSES BISNIS DAN DINAMIKA BERSAING

EUNIKE KARUNIA SENTOSA

eunik3_ks_90@yahoo.com

ABSTRACT

In the business world, Information Technology (IT) is a very important role in determining the success of a company. Because, if it is implemented correctly will be able to assist companies in overcoming obstacles and barriers that exist within the company. Therefore, the proper way to find out how the value contribution of IT to business process performance and competitive dynamics is the concept of the value chain. This value chain concept can be used, because the firm must be consist of an activities that related each other. And the concept of value chain helps to see how the value contribution of IT in every activity of the business process. Having known how its contribution to the business process, then it can be seen how the relationship between business processes can affect the competitive dynamics. But the dynamics of competing not only influenced by the support of information technology in every business process, but also influenced by the human resources to manage IT.

Keywords: *Information Technology, Business Process, Value Chain, The Dynamics Of Competing*

PENDAHULUAN

Dalam era bisnis global saat ini teknologi informasi telah banyak memberikan kontribusi pada berbagai bidang dan aspek kehidupan manusia. Salah satunya aspek kegiatan bisnis, dimana teknologi informasi banyak memberikan kemudahan bagi para pelaku kegiatan bisnis dalam menyelesaikan tugas-tugasnya dan telah membawa perubahan yang sangat mendasar bagi organisasi baik swasta maupun organisasi publik. Dalam konteks riset Sistem Akuntansi, teknologi diartikan sebagai *system computer (hardware, software, dan data)* dan jasa yang mendukung pemakai (*training, help, dan lain-lain*) yang disediakan untuk membantu pemakai dalam tugas-tugasnya (Goodhue dan Thompson, 1995; dalam Ekayani, Ghazali, dan Zulaekha, 2005). Oleh karena itu teknologi informasi menjadi suatu hal yang sangat penting dalam menentukan daya saing dan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kinerja proses bisnis di masa mendatang (Lestari dan Zulaikha, 2007). Sumber daya teknologi informasi menjadi sesuatu yang harus dipertimbangkan baik bagi para manajer dan konsultan, dalam menentukan keberhasilan perusahaan terutama di era bisnis global, dimana persaingan antar perusahaan semakin ketat.

Ada keterkaitan antara teknologi, rantai nilai, dinamika bersaing dan kinerja suatu perusahaan. Rantai nilai adalah alat pokok untuk memahami peran teknologi dalam keunggulan bersaing. Di bidang sistem informasi, teknologi adalah suatu hal yang menjamah ke segala arah khususnya dalam rantai nilai, karena setiap aktivitas akan menciptakan nilai dan memakai informasi (Porter, 1985; dalam Ekayani, Ghazali dan Zulaekha, 2005). Teknologi informasi juga dapat membantu meningkatkan sistem informasi akuntansi, dimana sistem pemrosesan informasi akuntansi berbasis komputer sekarang ini sudah banyak ditawarkan untuk memberikan kemudahan bagi para pemakainya untuk menghasilkan informasi yang dapat dipercaya, relevan, tepat waktu, lengkap, dapat dipahami, teruji serta pemrosesan datanya akan lebih murah dibandingkan dengan sistem manual.

Untuk mengukur kontribusi teknologi informasi terhadap kinerja perusahaan, perlu adanya penggunaan interpretasi nilai bisnis TI yang lebih komprehensif dengan menggunakan konsep value chain. Sesuai dengan konsep *value chain* yang dikalibrasi oleh Tallon dkk. (1999) dalam Ekayani, Ghazali, dan Zulaekha (2005) menyatakan, aktivitas pendukung dioperasionalkan sebagai *process planning & support* yang berpengaruh langsung terhadap nilai bisnis TI sebagai operasionalisasi kinerja proses bisnis perusahaan, sedangkan aktivitas primer dioperasionalkan ke dalam *supplier relations, production and operations, product and service enhancement, sales and marketing support, customer relations* pada akhirnya dapat menciptakan dinamika bersaing. Selain itu proses bisnis yang satu akan saling berhubungan kausal dengan proses bisnis lainnya. Untuk mengukur kontribusi teknologi informasi (TI) bagi perusahaan juga dapat dilihat dari apakah TI tersebut dapat menciptakan suatu keunggulan bersaing yang bisa dipertahankan (*sustainable competitive advantage*).

Namun kontribusi teknologi informasi dalam menciptakan nilai tambah bagi perusahaan merupakan salah satu isu kontroversial, karena pada kenyataannya ada beberapa perusahaan yang menggunakan teknologi yang hampir sama atau bahkan serupa tapi menghasilkan kinerja yang berbeda satu dengan lainnya. Hal tersebut dapat dihubungkan dengan kemampuan perusahaan dalam mengatur dan mengelola sumber daya yang dimilikinya dimana kemampuan tersebut dapat menjadi mediator antara teknologi informasi dan kinerja perusahaan seperti fenomena *knowledge management* yang mengindikasikan bahwa *knowledge management capability* dapat menjadi perantara antara teknologi informasi dan kinerja perusahaan (Barua dan Mukhopadhyay, 2000; Sambamurthy dkk., 2003; dalam Lestari dan Zulaikha, 2007). Kemampuan pengetahuan dari manajemen ini sangat penting terutama dalam menentukan

keberhasilan pengimplementasian TI dalam suatu perusahaan. Namun, jika pihak manajemen tidak mempunyai kemampuan yang memadai untuk mengolah TI yang ada maka TI tersebut tidak akan memberikan kontribusi yang maksimal terhadap perusahaan. Oleh karena itu, teknologi informasi dapat mempengaruhi kinerja perusahaan melalui perantara *knowledge management capability* (Tanriverdi, 2005; dalam Lestari dan Zulaikha, 2007).

Dari uraian tersebut, maka tujuan dari pembahasan ini adalah untuk mengetahui tentang kontribusi teknologi informasi terhadap kinerja proses bisnis dan dinamika bersaing.

PEMBAHASAN

Teknologi Informasi

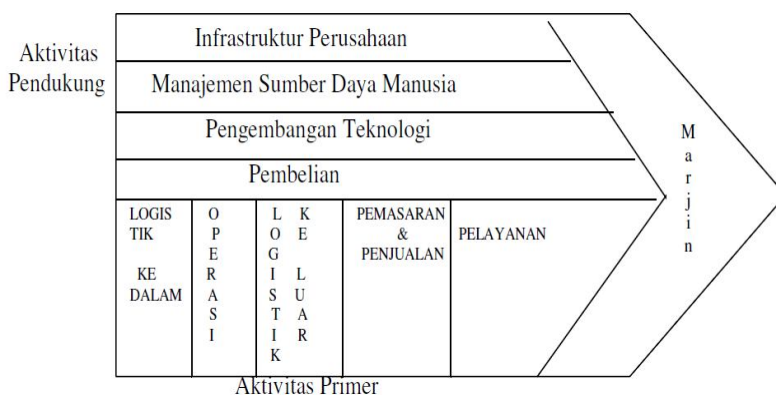
Teknologi informasi (TI) dapat didefinisikan sebagai perpaduan antara teknologi komputer dan telekomunikasi dengan teknologi lainnya seperti perangkat keras, perangkat lunak, database, teknologi jaringan, dan peralatan telekomunikasi lainnya (Maharsi, 2000). Namun TI bukan hanya sekedar perangkat keras dan perangkat lunak saja, akan tetapi mencakup perpaduan antara pengetahuan, metode dan teknik dalam menggunakan informasi dalam dunia bisnis. Menurut Turban, Rainer dan Potter (2006:49) istilah TI digunakan secara umum untuk menjelaskan kumpulan sumber daya informasi perusahaan, para penggunanya, serta manajemen yang menjalankannya. Dengan kata lain, teknologi informasi meliputi infrastruktur TI serta semua sistem informasi lainnya di perusahaan.

Proses Bisnis

Menurut Rama dan Jones (2008:3) proses bisnis merupakan seperangkat aktivitas yang dilakukan oleh suatu bisnis untuk memperoleh, menghasilkan, serta menjual barang dan jasa.

Rantai Nilai

Rantai nilai Porter dalam McLeod dan Schell (2004:31) menyatakan, pusat dari teori Porter adalah konsep margin. Margin adalah nilai produk dan jasa perusahaan, seperti yang diyakini oleh pelanggan perusahaan itu, dikurangi biaya-biayanya. Porter dalam McLeod dan Schell (2004:31) menyatakan perusahaan menciptakan nilai dengan melaksanakan aktivitas, yang disebut aktivitas nilai (*value activities*). Aktivitas nilai ini dibagi menjadi dua kategori besar, yaitu aktivitas nilai utama dan aktivitas nilai pendukung. Berikut ini gambar dan keterangan rantai nilai menurut Porter (1985) dalam McLeod dan Schell (2004:31).



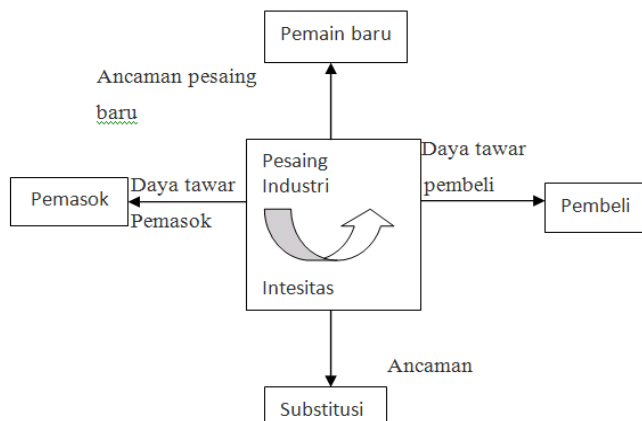
Gambar 1
Rantai Nilai Generik
Sumber: Porter (1985) dalam McLeod dan Schell (2004: 31)

Rantai nilai dibentuk menyerupai panah, dengan margin sebagai ujungnya. Aktivitas utama tampak di lapisan bawah dan mencakup logistik masuk yang berhubungan dengan penanganan bahan baku sebelum digunakan, operasi perusahaan itu aktivitas yang berhubungan dengan mengubah bahan baku menjadi barang jadi, logistik keluar aktivitas yang dilakukan untuk menyampaikan produk ke tangan pelanggan, operasi pemasaran dan penjualan yang mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan mendapatkan pesanan, serta kegiatan pelayanan yang memelihara hubungan baik dengan pelanggan setelah penjualan. Aktivitas nilai pendukung tampak pada lapisan atas yang mencakup infrastruktur perusahaan dan bentuk organisasional yang akan mempengaruhi semua aktivitas utama secara umum. Selain itu ada tiga aktivitas yang dapat mempengaruhi aktivitas utama secara sendiri-sendiri atau dalam kombinasi tertentu yaitu: (1) manajemen sumber daya manusia yang terdiri dari semua aktivitas yang berhubungan dengan pengelolaan SDM perusahaan, termasuk fungsi-fungsi yang dilaksanakan oleh para manajer dan peran yang mereka mainkan, (2) pengembangan teknologi yang mencakup semua aktivitas yang melibatkan teknologi, termasuk penerapan teknologi tersebut secara efektif, contohnya pengembangan sistem informasi berbasis komputer, dan (3) Pemerolehan (*procurement*) berhubungan dengan aktivitas mendapatkan sumber daya seperti material dan mesin, yang nantinya akan

digunakan oleh aktivitas utama. Tiap aktivitas nilai, baik itu utama atau pendukung, memiliki tiga unsur penting-*input* yang dibeli, sumber daya manusia dan teknologi. Juga, tiap aktivitas ini menggunakan dan menciptakan informasi.

Model Tekanan Persaingan

Kerangka kerja yang paling terkenal untuk menganalisis persaingan adalah model tekanan persaingan dari Porter (Porter, 1985; dalam Turban, dkk, 2006). Model ini digunakan untuk mengembangkan berbagai strategi perusahaan agar dapat meningkatkan kemampuan bersaingnya. Model ini menunjukkan bagaimana TI dapat meningkatkan kemampuan bersaing perusahaan. Berikut ini kelima tekanan utama menurut Porter dalam Turban dkk. (2006:23) :



Gambar 2
Model Lima Tekanan Porter
Sumber: Turban dkk. (2006:23)

Strategi untuk Keunggulan Kompetitif

Porter dan para ahli lainnya mengajukan berbagai strategi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dan untuk menghadapi lima tekanan Porter, 12 strategi tersebut dalam Turban dkk. (2006:24):

1. Strategi kepemimpinan biaya. Memproduksi produk dan/atau jasa terendah dalam industrinya.
2. Strategi diferensiasi. Menawarkan berbagai produk, jasa, atau fitur produk.
3. Strategi relung pasar (*niche*). Memilih segmen berlingkup kecil (atau sering disebut relung atau ceruk pasar, *niche*) dan menjadi yang terbaik dalam kualitas, kecepatan, atau biaya dalam pasar itu.
4. Strategi pertumbuhan. Meningkatkan pangsa pasar, mendapatkan lebih banyak pelanggan, atau menjual lebih banyak produk.
5. Strategi inovasi. Memperkenalkan berbagai produk dan jasa, memberikan berbagai fitur baru dalam produk dan jasa yang ada, atau mengembangkan berbagai cara baru untuk memproduksinya.
6. Strategi aliansi. Bekerja sama dengan berbagai mitra bisnis dalam persekutuan, aliansi, usaha bersama, atau perusahaan virtual.
7. Strategi efektivitas operasional. Meningkatkan cara proses bisnis internal dilakukan hingga perusahaan melakukan aktivitas yang hampir sama dengan cara yang lebih baik dari para pesaingnya.
8. Strategi orientasi pada pelanggan. Berkonsentrasi untuk membuat pelanggan senang. Persaingan yang ketat dan kesadaran atas pentingnya pelanggan adalah dasar dari strategi ini.
9. Strategi waktu. Memperlakukan waktu sebagai sumber daya, kemudian mengelola dan menggunakannya untuk keuntungan perusahaan.
10. Strategi halangan masuk. Menciptakan halangan untuk masuk bagi para pesaing baru.
11. Strategi mengikat pelanggan atau pemasok. Mendorong para pelanggan atau pemasok untuk tetap bersama anda daripada beralih ke pesaing.
12. Strategi meningkatkan biaya beralih. Membuat pelanggan dan pemasok enggan untuk beralih ke pesaing karena berbagai alasan ekonomi.

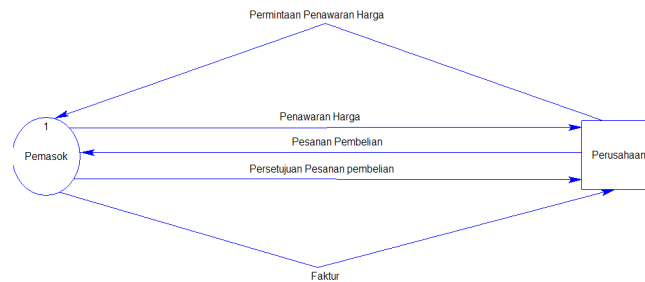
Kontribusi TI terhadap Proses Bisnis dan Dinamika Bersaing

TI merupakan hal penting dalam penentu keberhasilan suatu perusahaan, dan di setiap departemen dalam perusahaan dapat menggunakan TI untuk membantu menjalankan aktivitasnya. Di perusahaan TI berperan sebagai fasilitator dalam berbagai aktivitas atau proses. Porter dalam Anatan dan Ellitan (2006) mengemukakan bahwa perusahaan merupakan rantai aktivitas, baik aktivitas utama maupun aktivitas penunjang dan TI telah digunakan untuk mendukung kedua aktivitas tersebut. Talon dkk. (1990) dalam Ekayani, Ghazali, dan Zulaekha (2005) meninjau secara akademis dari berbagai literatur profesional untuk mengidentifikasi dimensi nilai bisnis TI, kemudian membaginya ke dalam 7 proses bisnis lebih lanjut yang berbeda, atau dimensi nilai bisnis TI, seperti yang diuraikan di bawah ini:

1. *Supplier Relations*

TI dapat digunakan untuk mengkoordinir hubungan penyalur atau untuk mengurangi biaya-biaya penagihan organisasi (McFarlan, 1991 dalam Ekayani dkk., 2005). Contohnya adalah bentuk komunikasi dengan menggunakan

(*electronic data interchange*) EDI. Hubungan EDI yang umum membentuk kaitan antara perusahaan dan pemasoknya dan pelanggannya. Kaitan dengan pemasok disebut sisi pasokan sistem. Berikut ini gambar yang menunjukkan hubungan umum di sisi pasokan:



Gambar 3
Transmisi EDI yang Melekat pada Format Standar
Sumber: McLeod dan Schell (2004:53)

Tiap panah menggambarkan suatu arus data dan terdiri dari suatu set transaksi. Set transaksi adalah suatu jenis dokumen tertentu seperti faktur. Faktur itu akan berisi field data untuk nama dan alamat pelanggan, nama produk, dan rincian serupa. Nomor produk pada faktur itu nanti dapat dicocokkan dengan nomor produk di file persediaan. Field umum ini mengaitkan transaksi dengan berbagai komponen database perusahaan. Dalam gambar tersebut, urutan kejadian transfer data terlihat dari atas ke bawah. Pertama, perusahaan mengirimkan satu set transaksi ke pemasok menanyakan harga penawaran. Pemasok menjawab dengan harga penawaran itu. Kemudian perusahaan akan memutuskan untuk melakukan pembelian dan mentransmisikan pesanan pembelian (PO) ke pemasok. Pemasok memberitahu bahwa PO telah diterima. Pemasok memenuhi pesanan itu dan mentransmisikan faktur ke perusahaan, menagih pembayaran. Bentuk komunikasi EDI ini menunjukkan bagaimana TI dapat membangun suatu hubungan dengan pemasok yang lebih efisien dan efektif sehingga dapat mengurangi biaya yang dikeluarkan oleh organisasi. Contoh-contoh diatas sesuai dengan strategi kepemimpinan biaya, dimana sistem-sistem tersebut dapat membantu perusahaan meminimalkan biaya yang harus dikeluarkannya

2. *Production and Operations*

TI dapat digunakan untuk perbaikan teknik produksi melalui alat bantu komputer untuk design pabrikasi (Kelley, 1995; dalam Ekayani dkk., 2005). Dengan bantuan komputer, perusahaan dapat memperbaiki sistem produksinya agar dapat lebih cepat, efisien dan meningkatkan kuantitas dalam menghasilkan produk dan jasanya. Hal ini sesuai dengan strategi efektivitas operasional dimana TI membantu meningkatkan kualitas, kepuasan, produktivitas dan juga mempersingkat waktu.

3. *Product and Service Enhancement*

Kemampuan TI memungkinkan pengembangan produk dan jasa baru, dapat memungkinkan suatu organisasi untuk mengidentifikasi dan melayani segmen pasar baru (Pine, Peppers, dan Rogers, 1995; dalam Ekayani dkk., 2005). Berikut ini salah satu perusahaan yang menunjukkan peran dan kontribusi TI dalam hal pengembangan produknya. Perusahaan Procter & Gamble atau yang lebih dikenal dengan nama P&G ini dalam usaha penelitian dan pengembangannya, membuat Innovation.net, yaitu sebuah portal internal untuk para ilmuwan P&G berbagi ide serta menciptakan berbagai produk baru. Dengan ide produk baru tersebut, P&G juga menggunakan Web untuk menguji serta memasarkan produk tersebut untuk mengetahui bagaimana respon pelanggan terhadap produknya tersebut apakah dapat menarik perhatian pelanggannya atau tidak. Contoh diatas sesuai dengan strategi inovasi dimana TI digunakan untuk mengembangkan suatu produk baru.

4. *Sales and Marketing Support*

Dukungan TI untuk pemasaran dan penentuan harga dapat membantu meningkatkan pendapatan dari penjualan, seperti yang ditunjukkan oleh perusahaan penerbangan pada sistem reservasi terkomputerisasi. Dengan adanya sistem tersebut, para pelanggan atau penumpang dapat dengan mudah mengakses sistem pemesanan terkomputerisasi tersebut dan memudahkan mereka dalam memesan tempat di penerbangan tersebut. Kemunculan *e-commerce* berbasis internet menunjukkan permulaan era baru bagi prakarsa pemasaran yang dimungkinkan oleh TI (Benjamin dan Wigand, 1995; dalam Ekayani dkk., 2005). Jadi dengan adanya kontribusi TI ini membantu perusahaan untuk melakukan penghematan biaya untuk pemasaran dan juga mempermudah penjualannya, yang sesuai dengan strategi pertumbuhan. Dimana sistem berbasis *web* ini memudahkan pertumbuhan dengan menciptakan saluran pemasaran baru yang meningkatkan penjualan.

5. *Customer Relations*

TI dapat membantu perusahaan untuk membangun suatu hubungan yang harmonis dengan pelanggannya. Misalnya dengan Web yang di buat oleh perusahaan dimana pelanggan dan perusahaan dapat saling berinteraksi secara langsung, sehingga perusahaan dapat mengetahui bagaimana respon pelanggan terhadap perusahaannya maupun terhadap produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan. Di sisi pelanggan juga dapat mengetahui kinerja perusahaan tersebut sehingga perusahaan dapat membangun kepercayaan pelanggan lewat Web tersebut yang menghubungkan mereka. Dengan terjalinnya hubungan yang harmonis ini maka pelanggan tidak akan berpindah ke perusahaan lain.

Dengan kata lain, TI membantu perusahaan untuk mengikat pelanggannya. Semakin perusahaan tersebut dapat mengikat banyak pelanggan tentu perusahaan tersebut dapat menguasai pangsa pasarnya. Dengan menguasai pangsa pasarnya, perusahaan dapat mempertahankan keunggulan bersaingnya. Hal tersebut sesuai dengan strategi orientasi pada pelanggan.

6. *Process Planning and Support*

TI dapat digunakan untuk menyediakan kelengkapan informasi dalam perencanaan dan pengambilan keputusan dengan meningkatkan koordinasi dan komunikasi organisasi dan dengan meningkatnya stabilitas organisasi (Ekayani dkk., 2005). TI dapat berkontribusi bagi perusahaan untuk membantu para manajer dalam mengambil keputusan, TI digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi dengan pihak-pihak intern perusahaan. Misalnya dengan penggunaan komputer di perusahaan yang sistemnya sudah dirancang untuk dapat terhubung satu dengan lainnya. Salah satunya adalah Sistem Informasi Akuntansi (SIA) yang berfungsi menyediakan dan memelihara rincian catatan keuangan dari operasi perusahaan dan menghasilkan informasi yang menjelaskan operasi tersebut (McLeod, 2001: 321). Dimana informasi tersebut dapat diakses dan digunakan oleh pihak-pihak intern perusahaan kecuali pesaing, yang selanjutnya juga dapat membantu para manajer perusahaan dalam mengambil keputusan yang tepat bagi perusahaan.

7. Hubungan antar Proses dan Dinamika Bersaing

Dinamika bersaing dapat dipengaruhi oleh strategi pemasaran sukses, sedang daya saing dapat ditingkatkan dengan memperbaiki pilihan produk dan biaya (Porter dan Millar, 1991; dalam Ekayani dkk., 2005). Dengan pemanfaatan TI, dapat membantu perusahaan untuk mengurangi biaya dan membantu mengembangkan produk mereka. Dengan biaya yang lebih rendah dan pilihan produk menarik akan dapat meningkatkan respon dari pelanggan untuk memilih produk atau jasa tersebut, dengan respon pelanggan yang meningkat ini tentunya akan meningkatkan daya saing bagi perusahaan. Anatan dan Ellitan (2006) menyatakan kecanggihan teknologi informasi bila diaplikasikan pada rantai aktivitas akan menghasilkan produk yang sangat kompetitif dan memiliki nilai tinggi. Dikatakan demikian karena ketika TI ini diaplikasikan ke dalam rantai nilai, maka dapat membantu mengkoordinasikan antara satu aktivitas dengan aktivitas selanjutnya yang terkadang saling berkaitan, dan mendukung setiap aktivitas dalam perusahaan. Dengan dukungan TI dalam setiap aktivitas dapat memberikan peluang bagi perusahaan, karena TI dapat membantu mengatasi berbagai masalah yang timbul seperti, untuk menghemat biaya dan waktu operasi, meningkatkan produktivitas, mempercepat pengiriman, dan lainnya. Sehingga pada akhirnya mampu menghasilkan produk dan jasa yang bernilai tinggi dan memiliki daya saing. Lebih lanjut, Tallon dkk. (1999) dalam Ekayani dkk. (2005) mengatakan bahwa semakin besar dampak TI terhadap proses bisnis individual, dan hubungan antar proses bisnis, maka semakin besar kontribusi TI terhadap kinerja organisasi.

Dalam strategi kompetitif, salah satu hal yang penting adalah perekayasa ulang proses bisnis, dalam hal ini TI memberikan kontribusi yang cukup besar dalam mempermudah membuat perekayasa tersebut. Perekayasa ulang adalah pemikiran kembali yang mendasar dan mendesain ulang yang radikal atas proses bisnis untuk mencapai perbaikan yang dramatis dalam biaya, kualitas, kecepatan dan layanan (O'Brien, 2005; dalam Widajanti, 2008). Dengan memanfaatkan TI, pihak perusahaan di bantu dalam membuat rekayasa ulang proses bisnisnya dan memonitor proses bisnisnya sehingga mengetahui mana proses bisnis yang saling berkaitan, yang selanjutnya dapat diambil keputusan mana yang harus diperbaiki untuk meningkatkan efisiensinya. Selanjutnya Widajanti (2008) menyatakan bahwa dengan menggabungkan strategi untuk mempromosikan inovasi bisnis dengan strategi untuk melakukan perbaikan besar atas proses bisnis dapat membuat perusahaan jauh lebih kuat dan menjadi pesaing yang lebih berhasil dalam pasar. Dengan bantuan TI perusahaan dapat lebih mudah dalam berinovasi dan mengembangkan maupun menambah fitur produknya sehingga pelanggan tidak bosan. Strategi inovasi yang dikolaborasi dengan perbaikan proses bisnis maka akan dapat mengurangi biaya produksi, meningkatkan efisiensi karyawan, meningkatkan kepuasan pelanggan, memperbaiki hubungan dengan partner bisnis, dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan perusahaan dan menambah daya saing bagi perusahaan. Namun tidak semua perusahaan yang memanfaatkan teknologi informasi dapat mempertahankan daya saingnya di tengah-tengah arus globalisasi sekarang ini. Ada beberapa perusahaan juga yang sudah mengimplementasikan TI dalam perusahaannya tapi tetap tidak dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Hal ini disebabkan oleh kemampuan para pengelola TI dalam mengelola dan memanfaatkan TI. Perusahaan harus memiliki cukup pengetahuan agar dapat mengimplementasikan TI secara maksimal untuk kinerja proses bisnis mereka. Semakin mereka memiliki pemahaman yang memadai tentang TI dan proses bisnis perusahaan, maka perusahaan akan dapat membuat dan mengimplementasikan suatu sistem yang dapat memudahkan perusahaan untuk mengintegrasikan setiap proses bisnisnya.

SIMPULAN

Untuk dapat bertahan di masa sekarang ini perusahaan harus dapat mempersiapkan diri menghadapi berbagai kemungkinan perubahan yang muncul seperti pada lima tekanan porter. Untuk menghadapi hal itu perusahaan harus mempunyai berbagai data dan informasi tentang segala sesuatu yang ada disekitar maupun di dalam perusahaan itu sendiri. Dan disinilah peran TI dibutuhkan, dimana TI dapat digunakan untuk mendukung setiap aktivitas yang ada di

perusahaan. Untuk itulah rantai nilai adalah alat yang tepat untuk mengetahui kontribusi TI terhadap kinerja proses bisnis dan dinamika bersaing.

TI yang diaplikasikan dalam aktivitas primer yang terdiri dari *supplier relations, production and operations, product and service enhancement, sales and marketing support, customer relations* akan membantu dalam membentuk suatu strategi-strategi bersaing untuk menghadapi lima tekanan Porter, yang akhirnya juga dapat menciptakan suatu dinamika bersaing. Sedangkan TI yang di implementasikan dalam aktivitas pendukung sebagai *process planning and support*, dapat berpengaruh langsung dalam mendukung kinerja proses bisnis dan operasional perusahaan. Namun, agar perusahaan mampu bersaing dan memiliki keunggulan kompetitif, dukungan TI saja tidaklah cukup, oleh karena itu diperlukan dukungan TI dan sumber daya manusia yang memadai untuk mengelolanya agar TI dapat berkontribusi secara maksimal bagi perusahaan.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Tineke Wehartaty, SE, MM selaku pembimbing dari tugas akhir makalah ini.

REFERENSI

- Anatan, L., dan L. Ellitan, 2006, Peran Teknologi Informasi dalam Agile Manufacturing: Sebuah Tinjauan Konseptual, *Seminar Nasional Sistem dan Informatika*, Bali, November.
- Ekayani, N. N. S., I. Ghozali, dan Zulaekha, 2005, Analisis Kontribusi Nilai Teknologi Informasi terhadap Kinerja Proses Bisnis dan Dinamika Bersaing, *Simposium Nasional Akuntansi VIII*, Solo, September: 820-835.
- Lestari, B.A.H., dan Zulaikha, 2007, Pengaruh Information Technology Relatedness terhadap Kinerja Perusahaan dengan Knowledge Management Capability sebagai Variabel Intervening, *Simposium Nasional Akuntansi X*, Makassar, Juli: 1-33.
- Maharsi, S., 2000, Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi terhadap Bidang Akuntansi Manajemen, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol.2, No.2, Hal: 127-137.
- McLeod, R.Jr., 1998, *Sistem Informasi Manajemen*, 7th ed, Jilid 2, Terjemahan oleh Hendra Teguh, 2001, Jakarta: PT Prenhallindo.
- _____, dan G. Schell, 2001, *Sistem Informasi Manajemen*, 8th ed, Terjemahan oleh Hendra Teguh, 2004, Jakarta: PT INDEKS.
- Noviari, N., 2009, Pengaruh Kemajuan Teknologi Informasi terhadap Perkembangan Akuntansi, *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 2009.
- Porter, M.E., 1980, *Strategi Bersaing*, Terjemahan oleh Agus Maulana, 1991, Jakarta: Erlangga.
- Rama, D.V., dan F.L. Jones, 2006, *Sistem Informasi Akuntansi*, Terjemahan oleh M. Slamet Wibowo, 2008, Jakarta: Salemba Empat.
- Turban, E., R.K. Rainer, dan R.E. Potter, 2005, *Pengantar Teknologi Informasi*, Terjemahan oleh Deny A.K. dan Dewi F.S., 2006, Jakarta: Salemba Infotek.
- Widajanti, E., 2008, Peran Teknologi Informasi untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif, *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*, Vol.6, No.1, Hal: 60-71.