



STRATEGI BISNIS DAN INVESTASI

Penerapan Sigmoid Curve dalam Organisasi

ORGANISASI yang ingin tetap eksis di tengah persaingan bisnis harus mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan. Charles Handy (1994) menggambarkan perubahan organisasi seperti huruf 'S' yang tertidur (sigmoid curve). Organisasi bisnis digambarkan seperti fase kehidupan manusia. Dimulai dari tidak ada, lahir-ada, berkembang-dewasa-tua, mati, disusul oleh generasi berikutnya, dan seterusnya. Manusia dalam menjalani hidupnya ada yang memiliki umur panjang dan ada yang pendek, demikian juga organisasi bisnis, ada yang memiliki umur panjang tetapi ada juga yang hanya beberapa waktu sejak kelahirannya hilang ditelan zaman karena tidak mampu bersaing.

Pada saat seperti sekarang ini, panjang pendeknya umur perusahaan bukan semata-mata dipengaruhi oleh besar kecilnya aset yang dimiliki, melainkan lebih ditentukan oleh seberapa cepat dalam merespons setiap perubahan. Kecepatan dalam merespons perubahan (adaptif) merupakan modal utama memenangkan persaingan di semua lini kehidupan. Charles Darwin secara tegas mengatakan bahwa 'bukan yang terkuat yang mampu berumur panjang, melainkan yang paling adaptif', yaitu mereka (perusahaan) yang selalu menyesuaikan diri terhadap perubahan. Beberapa contoh nyata organisasi bisnis yang berhasil dalam mengantisipasi perubahan antara lain perusahaan Chrysler, General Electric melalui tangan dingin Jack Welch, Mitsubishi, BCA, dan Garuda Indonesia yang merasakan perubahan seperti digambarkan dalam sigmoid curve.

Dalam menghadapi persaingan, organisasi yang ingin eksis harus mengubah orientasi bisnisnya. Setidaknya ada tiga jenis perubahan yang sering dihadapi organisasi, yaitu: (1) perubahan antisipatif, perubahan yang dilakukan sebelum munculnya tekanan untuk berubah. Model ini biasa dilakukan karena pertimbangan visi organisasi dan kepekaan/intuisi pemimpin dalam melihat masa depan berdasarkan analisis dan keberanian mengambil keputusan, (2) perubahan reaktif, perubahan yang dilakukan sebagai reaksi terhadap setiap kejadian baru dan bersifat reaktif sehingga dalam memilih strategi perubahan masih bersifat trial error, (3) perubahan krisis, perubahan yang dilakukan saat kondisi sudah berbahaya, sehingga dalam situasi krisis seperti ini tidak ada pilihan lain kecuali berubah menyesuaikan diri dengan lingkungan. Menurut Ken Blancard (2002) supaya tetap eksis dan tidak tergilung arus perubahan, ada empat komponen pokok yang harus diperhatikan, yaitu: (1) berorientasi pada pelanggan dan kualitas, (2) efektivitas pendapatan dan biaya, (3) kecepatan dan fleksibilitas dalam merespons perubahan pasar, dan (4) melakukan inovasi secara berkelanjutan. Guna menjawab tantangan perubahan bisnis, organisasi harus mampu mengidentifikasi jenis perubahan dan mengadaptasi strategi yang akan digunakan untuk mengatasinya. ■-c

(Sunarto SE MM, mahasiswa Program Doktor
Ilmu Ekonomi PPs FE UII)