



STRATEGI BISNIS dan INVESTASI

Strategi Benchmarking

KONSEP mengenai patok-duga (benchmarking) sangat populer pada tiga dasa warsa terakhir ini. Benchmarking adalah strategi yang digunakan secara legal, terbuka, dan berkelanjutan oleh perusahaan dengan cara mengukur dan membandingkan suatu aktivitas yang ditetapkan oleh perusahaan lain yang dianggap memiliki keunggulan tertentu. Sebagian besar perusahaan dalam merancang strategi keberhasilan bisnis dibanding pesaing banyak mengadopsi konsep ini. Dalam praktiknya, benchmarking melibatkan dua atau lebih perusahaan yang telah sepakat untuk saling memberi dan menerima informasi perihal berbagai aktivitas yang dilakukan. Sifat dari benchmarking tidak mengikat sehingga jika ada informasi yang dianggap rahasia oleh satu pihak, maka pihak yang lain tidak bisa memaksanya.

Salah satu tujuan melakukan benchmarking adalah untuk mengetahui strategi atau langkah yang dilakukan perusahaan lain dalam mengatasi persoalan internal dan eksternal dalam menghadapi pesaing. Tujuan lain yang tidak kalah penting adalah perusahaan akan memperoleh gambaran tentang kondisi riil mengenai tingkat pencapaian kinerja yang telah diperoleh dan rencana kinerja yang akan dicapai selanjutnya. Dengan mengetahui langkah-langkah yang akan dilakukan perusahaan lain di masa datang, akan terjadi persamaan sudut pandang dalam memetakan persoalan dan cara-cara mengatasinya. Hal ini penting mengingat lingkungan eksternal perusahaan saat ini selalu menuntut kecepatan dalam merespons setiap perubahan. Kecepatan dalam mengadaptasi lingkungan bisnis yang kompetitif dengan tingkat turbulensi yang tinggi akan menjadi penentu dalam memenangkan persaingan.

Sejarah mencatat, pada awal tahun 1950-an perusahaan Jepang berbondong-bondong ke negara-negara Eropa dan Amerika untuk melihat dan membandingkan teknologi yang digunakan dalam proses produksinya. Hanya butuh waktu 10 tahun, perusahaan-perusahaan Jepang akhirnya bisa menyejajarkan diri dengan perusahaan yang ada di Amerika dan Eropa yang dulu menjadi tempat pengamatan berbagai proses industri dan belajar tentang banyak hal. Kedatangan perusahaan-perusahaan Jepang ke Amerika dan Eropa saat itu memang lebih memfokuskan pada teknologi dan penerapan bisnis saja, tetapi esensinya adalah melakukan benchmarking.

Melalui strategi benchmarking terhadap perusahaan lain yang lebih baik atau setara, ada beberapa manfaat yang bisa diperoleh. Pertama, akan muncul kesadaran pentingnya penentuan tujuan yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan dan stakeholder lainnya. Kedua, menumbuhkan semangat untuk berubah dan bergerak lebih cepat dibanding pesaing. Ketiga, dapat mempengaruhi perubahan budaya kerja menjadi lebih terukur, realistis, dan kredibel. Keempat, dapat mendorong bagi terciptanya organisasi pembelajar (learning organization) dalam perusahaan. Kelima, melalui benchmarking akan menambah kepercayaan diri yang tinggi bagi karyawan dalam mengemukakan buah pikiran, konsep, kreativitas, dan inovasi. Apakah dengan melakukan benchmarking kemudian perusahaan akan lebih maju dan memiliki daya saing yang tinggi dibanding pesaing? Semua sangat dipengaruhi oleh asumsi yang dibuat dan dipakai sebagai dasar dalam melakukan benchmarking itu sendiri. □g

(Sunarta SE MM MPd, Mahasiswa Program Doktor PPs
FE UII)