

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

P.T. Multipolar Corporation (Multipolar) didirikan pada tahun 1975 dan menjadi salah satu anggota grup perusahaan Lippo yang didirikan oleh Bapak Dr. Mochtar Riady.

Multipolar bergerak di bidang jasa, solusi dan perdagangan teknologi informasi di Indonesia dengan fokus pada segmen pasar industri perbankan dan keuangan.

Kemitraan usaha dengan IBM yang pertama dan terbesar sejak tahun 1986 telah menjadikan Multipolar tumbuh kuat dalam dekade yang lalu.

Jasa dan solusi Multipolar di bidang teknologi informasi ini banyak digunakan oleh beberapa bank besar di Indonesia untuk mengelola asset mereka yang boleh dikatakan memegang porsi yang sangat signifikan atas total asset di sektor keuangan negara Indonesia.

Sesuai dengan misi dan visi perseroan yaitu : "Memberikan hasil tertinggi (mutu, nilai, kekayaan / wealth) bagi pihak-pihak yang terkait / stakeholder (pelanggan, pemegang saham, anggota perseroan, masyarakat, pemerintah) melalui jalinan hubungan produktif dan kreatif dengan pelanggan-pelanggan terpilih. Dalam menciptakan nilai melalui keberhasilan penggelaran Teknologi Informasi dan Manajemen yang terbaik", sejak awal Multipolar selalu menyelaraskan strategi korporanya dengan kebijakan pengembangan dan pembangunan nasional

Indonesia, khususnya berperan aktif dalam pengembangan dan pembangunan ekonomi Indonesia, dengan ber-motto-kan "Grow and prosper together" (Maju dan berkembang bersama anda; "anda" disini berarti customer / pelanggan; anggota perseroan; pemegang saham; masyarakat dan pemerintah Indonesia).

Dalam periode 1986 - 1995 Multipolar mencatat pertumbuhan yang luar biasa dan menempatkan dirinya menjadi yang terdepan di bidang solusi, pelayanan teknologi informasi yang startegis di sektor perbankan dan keuangan Indonesia.

Dalam 25 tahun terakhir ini, ekonomi Indonesia tumbuh dengan pesat, meskipun sejak pertengahan tahun 1997 mengalami resesi ekonomi yang berkepanjangan. Era globalisasi mengharuskan perusahaan-perusahaan untuk memperbarui komitmen dan partisipasinya dalam menyongsong era pasar bebas seperti APEC, AFTA dsbnya, sesuai dengan perubahan-perubahan terhadap dinamika dan bentuk-bentuk kompetisi.

Indonesia juga diharapkan dapat tumbuh dengan kecepatan yang dipercepat dalam tahun tahun mendatang, terutama setelah resesi ekonomi yang berkepanjangan ini. Untuk menyiapkan diri menghadapi percepatan pertumbuhan di abad yang akan datang, Multipolar meningkatkan bisnis dan strateginya untuk melayani para pelanggannya yang selalu berubah kebutuhannya baik secara psikografis maupun demografis.

Multipolar beserta jajaran manajemen dan para anggotanya percaya bahwa ketepatan respons terhadap perubahan-perubahan kebutuhan para pelanggannya adalah awal daripada perusahaan yang berusaha memposisikan / menempatkan dirinya menghadapi tantangan dan kompetisi. Tugas utama adalah

memformulasikan strategi baru serta implementasinya untuk tumbuh dan tentunya menguntungkan / profitable, mengidentifikasi kesempatan bisnis, yang kesemuanya akan meningkatkan dan menambahkan nilai terhadap bisnis inti teknologi informasi.

Dalam filosofinya Multipolar menetapkan $M = IQ2$ adalah credo perusahaan yang menyimbolkan 3 kepercayaan inti yang tidak dapat dipisahkan dan membentuk sinergi, yang akan menyebar kepada kultur perusahaan. Credo tersebut merupakan suatu standar / dasar dalam melakukan segala aktifitas dan tindakan. (M = Multipolar ; I = Corporate Integrity / tata kerja etis yang menjadi sumber kebanggaan anggota perseroan dan masyarakat ; Q = Quality Customer Service / pelayanan pelanggan yang berkualitas yang dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; Q = Quality of WorkLife / kehidupan kerja berkualitas yang menjadi sumber kehormatan dan pengembangan diri).

Multipolar mengidentifikasi bahwa industri jasa merupakan salah satu kesempatan yang menawarkan harapan berhasil jauh ke depan yang memberikan keuntungan bagi Multipolar untuk mengakumulasikan tenaga ahli dan pengalaman di bidang teknologi informasi yang merupakan modal intelektual / modal maya yang tidak ternilai harganya.

Oleh sebab itu Multipolar mengidentifikasi 3 sektor jasa inti yang berbasis teknologi informasi yaitu :

1. Distribusi dan logistik; dimana bisnis ritel adalah salah satu elemennya.

2. Integrasi sistem teknologi informasi atau jasa yang memungkinkan industri untuk menciptakan atau melakukan inovasi bisnis-bisnis atau proses-proses bisnis yang baru.
3. Bisnis jasa hiburan atau jasa yang akan memperkaya lingkungan kehidupan masyarakat.

Susunan struktur organisasi Multipolar secara keseluruhan (Komunitas A / Teknologi Informasi dan Komunitas B / Di luar Teknologi Informasi) dapat dilihat pada Lampiran A.

Sedangkan produk dan jasa yang ditawarkan Multipolar Komunitas A / Teknologi Informasi dapat dilihat pada Lampiran B, daftar referensi proyek-proyek utama dapat dilihat pada Lampiran C, dan daftar pelanggan utama dapat dilihat pada lampiran D.

Ventura ("Ventures") baru Multipolar ini sarat dengan teknologi tinggi dan pengetahuan, dan kesemuanya ini akan merupakan komplimen dan nilai tambah bagi pelanggan kami di sektor teknologi informasi. Di masa yang akan datang, melalui jaringan ritel dan distribusi, Multipolar akan mampu melayani pelanggan daripada pelanggannya yang pada akhirnya akan menumbuhkan bisnis pelanggannya dan bisnis Multipolar sendiri.

Suatu keuntungan yang telah dimiliki oleh Multipolar adalah budaya perseroan yang intim dengan teknologi, pengetahuan akan penggunaan dan pemberdayaan teknologi, dan para anggotanya tidak "takut" akan teknologi dimulai dari manajemen puncak sampai ke "front liner".

Oleh sebab itu kesuksesan daripada perusahaan sangat tergantung pada asset perusahaan yang paling berharga yaitu : *manusia*.

Dengan memiliki manusia-manusia yang berkemampuan tinggi / kompeten di bidang teknologi informasi, berdedikasi tinggi, serta penerapan sistem pembagian insentif produktivitas usaha (Productivity Sharing Incentive) yang meningkatkan spirit daripada team dan anggotanya, maka Multipolar akan mampu mencapai dan memberikan komitmennya dan partisipasinya dalam menyongsong abad 21, era globalisasi dan abad perdagangan bebas, dan menuju sukses.

Organisasi dan manajemen Multipolar di era dan pasca tahun 1990-an ini dihadapkan pada masalah pengembangan strategi dan taktik (pemosisian pemasaran / "marketing positioning") serta strategi operasi yang efektif, dinamis, evolusioner dan terus menerus. Organisasi ataupun individu dituntut untuk mengeksploitasikan perubahan-perubahan dan kemajuan teknologi yang terjadi.

Perubahan dan kemajuan teknologi ini terjadi secara alamiah dan tidak dapat dibendung, dan Multipolar beserta para anggota perseroannya dituntut untuk mengerti dan menguasai kemampuan-kemampuan teknologi baru ini, mendayagunakan teknologi ini untuk inteligensia pemasaran (marketing intelligence) untuk senantiasa tetap menjadi pemimpin pasar (2 tahun terakhir ini yaitu tahun 1996 dan tahun 1997, Multipolar mendapatkan piala penghargaan sebagai Mitra Bisnis IBM terbesar se-ASEAN). Salah satu alternatif strategi untuk menguasai teknologi baru secara cepat adalah bermitra dengan organisasi-organisasi kelas dunia seperti IBM, EDS (Electronic Data System), Jack Henry Associates, Andersen Consulting dsbnya.

Perubahan-perubahan radikal ini telah terjadi dan sudah merestrukturisasi ekonomi maupun tata cara mengatur organisasi. Bila Multipolar tidak mendaya-gunakan / mengeksploitasi teknologi baru ini, maka Multipolar akan didaya-gunakan / dieksploitasi oleh kompetitor / organisasi yang lebih dahulu melakukannya.

Untuk itu Multipolar dan para anggotanya harus berpikir jauh ke depan dan pro-aktif untuk menentukan:

1. Apakah Multipolar menjadi pemimpin ataukah pengikut dalam hal pendaya-gunaan teknologi ?
2. Apakah strategi yang diterapkan Multipolar itu bersifat pro-aktif atau re-aktif terhadap kemajuan teknologi, kemampuan dan kesetiaan para anggotanya untuk memberikan pelayanan yang berkualitas (quality services) dan mempertahankan serta meningkatkan kesetiaan pelanggan (customer loyalty) untuk meningkatkan hasil ?
3. Apakah strategi dan pengambilan keputusan yang diterapkan Multipolar meliputi pemikiran-pemikiran dan pertimbangan-pertimbangan yang matang dan hati-hati serta berkaitan, yaitu para manajemen secara sadar dan hati-hati melaksanakan sederetan program dan tindakan yang saling berkaitan ?

Istilah "teknologi" disini diartikan lebih luas, yaitu selain teknologi itu sendiri juga termasuk metodologi implementasi / pelaksanaan, aplikasi terhadap teknologi, proses penerapan teknologi dsbnya.

Adalah sangat penting dan perlu diingat disini, bahwa teknologi itu saja tidak akan mampu menciptakan keuntungan strategis. Pemilihan target pasar beserta aplikasi

daripada teknologi, pengembangan strategi pemasaran yang sesuai, penyeliaan dan pengembangan anggota perseroan, pengembangan sistem penggajian dan imbal jasa / incentive yang "innovative", pengembangan lingkungan kerja yang kondusif, pengembangan fasilitas dan peralatan yang melayani pelanggan, informasi dan komunikasi, perubahan paradigma berpikir atas hubungan antar korporasi dan para anggotanya, serta pemosisian pemasaran yang tepat, merupakan langkah-langkah yang sangat penting dalam pendaya-gunaan teknologi secara efektif dan efisien.

1.2. RUANG LINGKUP DAN PEMBATASAN MASALAH

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, pengetahuan, dana dan resources lainnya, maka penulis disini membatasi diri untuk membahas secara umum mengenai Multipolar dan secara rinci membahas dan pembuktian hipotesa salah satu Strategic Business Unit daripada Multipolar, yaitu System Integration Services, karena penulis adalah salah seorang anggota manajemen Multipolar yang diberikan tugas menjalankan operasi harian SBU tersebut.

1.3. METODA PENELITIAN (SURVEY METHOD / DATA GATHERING)

Dalam thesis ini, penulis terbatas pada pencarian, penemuan dan penganalisaan data-data dari responden yang diperoleh dari:

1. Internal organisasi berupa neraca, laporan jumlah anggota perseroan, laporan-laporan lainnya.

2. Interview dengan para pakar seperti konsultan, praktisi, guru besar di bidang teknologi informasi.
3. Para pelaku bisnis seperti wiraswasta, para pesaing, praktisi, penyedia jasa dan barang terutama dalam bidang industri jasa teknologi informasi.
4. Para pelanggan.
5. Data sekunder yang diperoleh dari pihak ke tiga seperti SRI / Survey Research Indonesia, IBM, dan Datamation.

1.4. DESAIN RISET

Desain riset ini akan mengacu pada desain PENYELIDIKAN dan PENYIMPULAN ("EXPLORATORY dan CONCLUSIVE (CAUSAL) DESIGN'), dikarenakan sifat dasar daripada permasalahannya adalah permasalahan manajemen untuk menemukan keterkaitan hubungan antara hasil, kesetiaan pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan anggota perseroan.