

PERAN TEKNOLOGI INFORMASI UNTUK MENCAPAI KEUNGGULAN KOMPETITIF

Erni Widajanti

Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta

ABSTRACT

Movement of environmental change very quickly pushes company to immediately to give response to change that happened. This speed aspect represents important matter so that company can reach competitive excellence. To realize speed, many company exploit information technology (IT) is optimal of owned business process. From other side speed, use IT can give appliance which can improve efficacy of company pass the source elementary competitive excellence of company like low expense, very good customer service or management enchain consignment which is superior. Besides IT also give excellence of other competitive to company in the case of information technology assist company develop business which focusing at customer, information technology enable company engineer to repeat business process, information technology enable company become nimble company, information technology make company of virtual, information technology as medium to develop company which can yield knowledge

Keywords: information technology, competitive excellence

PENDAHULUAN

Globalisasi adalah suatu fenomena yang dapat mendorong perkembangan pasar bergerak sangat kompetitif dan berdampak pada persaingan bisnis yang semakin kompleks, hal ini jelas memberikan tantangan baru bagi manajemen. Dalam usaha untuk mengatasi masalah globalisasi tersebut perusahaan-perusahaan mulai menyusun kekuatan untuk meraih apa yang dimanakan keunggulan kompetitif. Seperti yang disebutkan oleh Porter (1985) “Keunggulan kompetitif adalah konsep yang luas tentang bagaimana perusahaan akan bersaing, apa tujuannya dan rencana serta kebijakan apa yang akan dibutuhkan untuk mencapai tujuan tersebut”. Lebih lanjut Porter (1985) mengemukakan bahwa melalui strategi persaingan perusahaan mencari keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) dalam industri- strategi persaingan tersebut dapat berupa keunggulan atas berbagai

pesaing dalam beberapa ukuran seperti biaya, kualitas dan atau kecepatan. Oleh karena itu keunggulan kompetitif mengarah pada pengendalian pasar dan pada laba yang lebih besar dari rata-rata.

Dalam perekonomian digital seperti sekarang ini untuk mencapai keunggulan kompetitif penting sekali menekankan pada aspek kecepatan. Kecepatan dalam hal ini dapat meliputi bagaimana perusahaan mendapatkan data dan mengolahnya menjadi informasi dengan segera dan kemudian menggunakan informasi tersebut untuk merespon setiap kejadian dan masalah lingkungan dengan cepat sehingga perusahaan dapat segera merespon perubahan-perubahan lingkungan. Untuk mengatasi masalah kecepatan ini, beberapa tahun terakhir telah banyak perusahaan memanfaatkan teknologi informasi (TI) untuk mengoptimalkan proses bisnis yang dimilikinya. Di samping kecepatan, penggunaan TI dapat memberikan alat-alat yang dapat meningkatkan keberhasilan perusahaan melalui sumber-sumber keunggulan kompetitif tradisional perusahaan seperti biaya rendah, layanan pelanggan yang sangat baik atau manajemen rantai pasokan yang superior.

Terkait dengan manfaat dari penggunaan TI di atas, maka dalam paper ini penulis akan menyajikan peran TI untuk mencapai keunggulan kompetitif bagi perusahaan dengan melihat beberapa faktor.

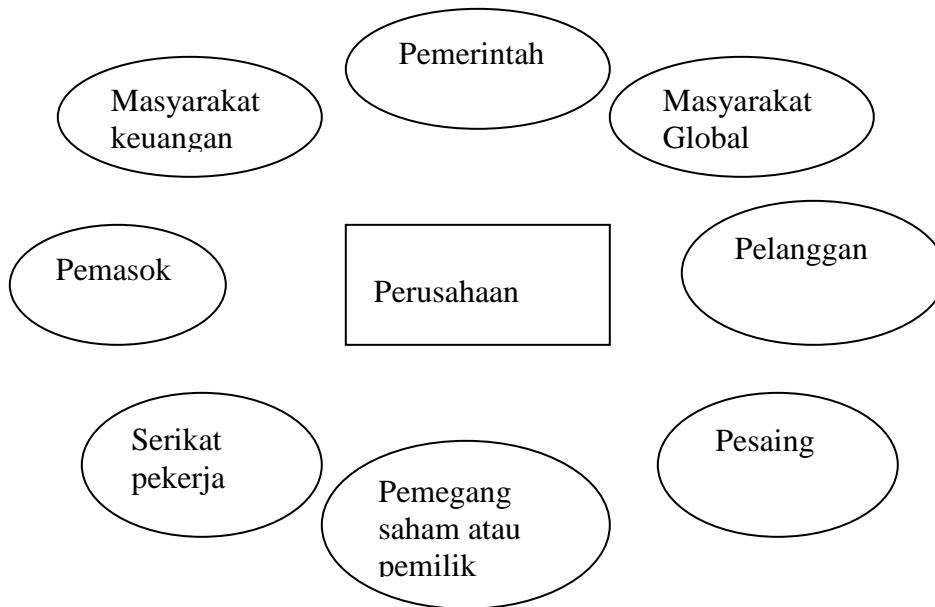
PERUSAHAAN DAN LINGKUNGANNYA

Perusahaan hidup dan bertumbuh tidak terlepas dari lingkungannya, meskipun lingkungan suatu perusahaan tidak sama persis dengan lingkungan perusahaan lain. Namun demikian kita bisa melihat sejumlah kesamaan dari keaneka ragaman lingkungan perusahaan dengan mengidentifikasi delapan jenis elemen utama yang berada di dalam lingkungan semua perusahaan. Elemen-elemen lingkungan ini adalah organisasi atau individu yang berada diluar perusahaan dan memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung pada perusahaan. Delapan elemen ini berada di dalam sistem yang lebih luas yang disebut masyarakat. Menurut McLeod (2005) kedalaman elemen tersebut adalah:

1. Pemasok, fungsinya adalah menyediakan material, mesin, jasa dan informasi yang digunakan oleh perusahaan untuk memproduksi barang dan jasa.
2. Pelanggan, mencakup pemakai produk atau jasa perusahaan saat ini dan calon pemakai yang menjadi sasaran perusahaan dalam memasarkan barang dan jasa mereka.
3. Serikat buruh, adalah organisasi bagi tenaga kerja terampil maupun tenaga kerja tidak terampil.

4. Masyarakat keuangan, terdiri dari lembaga-lembaga yang mempengaruhi sumberdaya uang yang tersedia bagi perusahaan.
 5. Pemegang saham atau pemilik, adalah orang-orang yang menanamkan modal di perusahaan dan mewakili tingkat manajemen tertinggi.
 6. Pesaing, mencakup semua organisasi yang bersaing dengan perusahaan dipasaran.
 7. Pemerintah, pada tingkat pusat, daerah dan lokal, memberikan batasan-batasan dalam bentuk peraturan dan undang-undang, tetapi juga memberikan bantuan dalam bentuk pembelian, informasi dan dana.
 8. Masyarakat global, adalah wilayah geografis tempat perusahaan melaksanakan operasinya.
- Kedelapan elemen utama lingkungan yang mempengaruhi berjalannya perusahaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1. Lingkungan Perusahaan



Sumber: Reymond McLeod, 2005. *Management Information Systems ninth edition*.

MODEL TEKANAN PERSAINGAN PORTER

Kerangka kerja yang paling terkenal untuk menganalisis persaingan adalah model tekanan persaingan (*competitive forces model*) dari Michael Porter (Porter, 1985). Model ini digunakan untuk mengembangkan berbagai strategi bagi perusahaan agar dapat meningkatkan kemampuan bersaingnya.

Model ini juga menunjukkan bagaimana TI dapat meningkatkan daya saing perusahaan.

Model tersebut melihat pada lima tekanan utama yang dapat membahayakan posisi perusahaan dalam suatu industri. Akan tetapi TI (dalam hal ini penggunaan internet) telah merubah sifat persaingan dan menjadikan persaingan semakin meningkat. Kelima tekanan utama dan cara TI (internet) mempengaruhi dapat digeneralisasi sebagai berikut: (Turben *et. all*, 2001)

1. Ancaman masuknya pesaing baru dalam industrinya
Bagi kebanyakan perusahaan TI (internet) dapat meningkatkan ancaman masuknya pesaing baru. Pertama internet secara tajam mengurangi halangan tradisional untuk masuk, seperti kebutuhan akan adanya tenaga penjualan atau toko fisik untuk menjual barang dan jasa. Para pesaing hanya perlu membuat situs *web*. Ancaman ini khususnya akut bagi industri yang melakukan peran intermediasi serta industri yang produk dan jasanya bersifat digital. Kedua, Capaian geografi internet memungkinkan para pesaing dari jauh untuk bersaing secara lebih langsung dengan perusahaan yang ada.
2. Ancaman masuknya pesaing baru dalam industri dan pasarnya
Persaingan dipengaruhi oleh fakta bahwa biaya variabel produk digital hampir nol. Oleh karena itu bila bisa menjual dalam jumlah besar, harga produk dapat begitu rendah hingga dapat diberikan secara gratis. Contoh, beberapa analis memprediksi bahwa komisi untuk perdagangan saham secara *online* akan mendekati nol untuk alasan ini. Dengan kata lain, para pelanggan yang kini memiliki informasi yang tersedia melalui internet dapat membuat keputusan sendiri mengenai pembelian dan penjualan saham. Para pelanggan tidak membutuhkan broker untuk memberikan informasi yang dapat mereka dapatkan sendiri dengan gratis.
3. Daya tawar pemasok
Dampak TI (internet) atas para pemasok belum jelas. Di pihak lain, pembeli dapat menemukan berbagai alternatif pemasok dan membandingkan harga dengan lebih murah, hingga mengurangi daya tawar pemasok. Akan tetapi, ketika perusahaan menggunakan internet untuk mengintegrasikan rantai nilainya dan masuk dalam perdagangan digital, para pemasok yang terlibat akan menjadi sejahtera dengan mengunci pelanggan dan meningkatkan biaya untuk beralih.
4. Daya tawar pelanggan (pembeli)
Web meningkatkan banyak sekali akses pembeli ke informasi mengenai produk dan pemasoknya. Teknologi informasi yang berupa

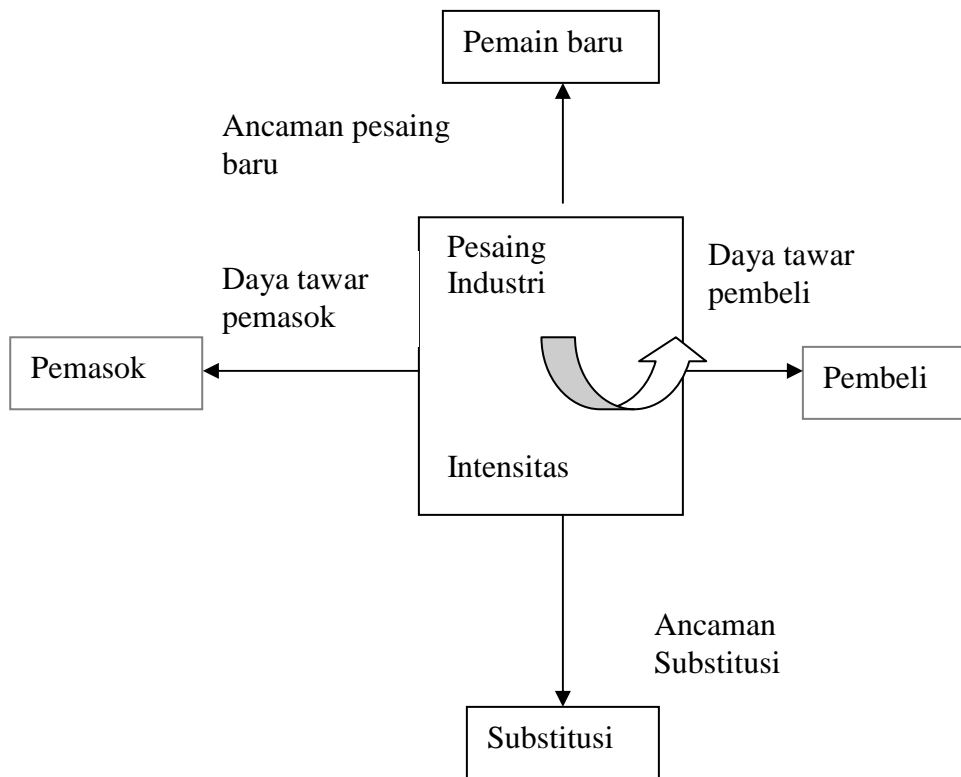
internet dapat mengurangi biaya beralih pelanggan (yaitu biaya, baik dalam ukuran uang maupun waktu, atas keputusan membeli dari pihak lain), dan para pembeli dapat dengan lebih mudah membeli dari pemasok lainnya. Faktor-faktor ini memiliki arti bahwa internet meningkatkan jauh daya tawar pembeli.

5. Ancaman substitusi produk atau jasa

Adanya aplikasi internet di *web* membuat sistem terbatas semakin sulit untuk menjaga kerahasiaan, hingga mengurangi perbedaan antar pesaing. Dalam kebanyakan industri, kecenderungan interne untuk menurunkan biaya variabel jika dibandingkan dengan biaya tetap, mendorong adanya pemotongan harga. Kedua tekanan ini mendorong persaingan harga tidak sehat dalam sebuah industri.

Model lima tekanan Porter bila digambarkan adalah sebagai berikut:

Gambar 2: Model lima tekanan Porter



Sumber : Michael Porter, 1985. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*.

Lebih lanjut Michael Porter(1985) mengemukakan beberapa strategi yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan dalam menghadapi tekanan persaingan yaitu dikenal dengan lima strategi kompetitif dasar. Lima strategi kompetitif dasar tersebut adalah:

1. Strategi kepemimpinan dalam biaya

Hal ini bisa dilakukan perusahaan dengan cara memproduksi barang dan jasa dengan biaya terendah dalam industrinya. Selain itu perusahaan dapat menemukan berbagai cara untuk membantu para pemasok atau pelanggan mengurangi biaya mereka atau meningkatkan biaya pesaingnya.

2. Strategi diferensiasi

Dalam strategi diferensiasi ini perusahaan dapat melakukan penawaran berbagai produk, jasa atau fitur produk. Hal ini dilakukan dengan cara mengembangkan berbagai cara untuk melakukan diferensiasi produk dan jasa perusahaan dari para pesaingnya atau mengurangi keunggulan diferensiasi para pesaingnya. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk berfokus pada produk atau jasa agar mendapat keunggulan dalam segmen atau ceruk tertentu dalam pasar.

3. Strategi inovasi

Strategi inovasi dapat dilakukan melalui menemukan berbagai cara baru untuk melakukan bisnis. Hal ini dapat dilakukan dengan mengembangkan berbagai produk dan jasa yang unik, masuk dalam pasar atau ceruk pasar yang unik, memperkenalkan berbagai produk dan jasa, memberikan berbagai fitur baru dalam produk dan jasa yang sudah ada atau dengan mengembangkan berbagai cara baru dalam memproduksinya. Dengan demikian strategi inovasi juga menyangkut pelaksanaan perubahan yang radikal atas proses bisnis dalam memproduksi atau mendistribusikan produk dan jasa yang berbeda dari cara bisnis yang dulu dilakukan, sehingga dapat mengubah struktur dasar industr.

4. Strategi pertumbuhan

Strategi pertumbuhan dapat dilakukan melalui secara signifikan memperluas kemampuan perusahaan untuk memproduksi barang dan jasa, memperluas ke pasar global, melakukan diversifikasi produk dan jasa baru, atau berintegrasi ke dalam produk dan jasa yang berhubungan.

5. Strategi persekutuan

Strategi persekutuan dapat dilakukan dengan membuat hubungan dan persekutuan bisnis baru dengan para pelanggan, pemasok, pesaing, konsultan dan perusahaan-perusahaan lainnya.

O'Brien (2005) mengemukakan bagaimana teknologi informasi dapat digunakan untuk mengimplementasikan lima strategi kompetitif dasar. Ringkasan bagaimana teknologi informasi dapat digunakan untuk mengimplementasikan lima strategi kompetitif dasar tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel Ringkasan tentang bagaimana TI dapat digunakan untuk mengimplementasikan lima strategi kompetitif dasar.

Strategi Dasar Penggunaan Teknologi Informasi dalam Bisnis
<p>Biaya yang lebih rendah</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gunakan TI untuk mengurangi secara mendasar biaya proses bisnis • Gunakan TI untuk menurunkan biaya pelanggan atau pemasok.
<p>Diferensiasi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kembangkan berbagai fitur TI baru untuk melakukan diferensiasi produk dan jasa • Gunakan berbagai fitur TI untuk mengurangi keunggulan kompetitif para pesaing. • Gunakan berbagai fitur TI untuk memfokuskan diri pada ceruk pasar yang dipilih.
<p>Inovasi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buat produk dan jasa baru yang memasukkan berbagai komponen TI. • Kembangkan pasar baru atau ceruk pasar yang unik dengan bantuan TI. • Buat perubahan radikal atas proses bisnis dengan TI yang secara dramatis akan memangkas biaya, meningkatkan kualitas, efisiensi atau layanan pelanggan, atau mempersingkat waktu ke pasar.
<p>Mendukung Pertumbuhan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gunakan TI untuk mengelola perluasan bisnis secara regional dan global. • Gunakan TI untuk mendiversifikasi serta mengintegrasikan produk dan jasa lainnya.
<p>Kembangkan persekutuan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gunakan TI untuk membuat organisasi <i>virtual</i> yang terdiri dari para mitra bisnis. • Kembangkan sistem informasi antarperusahaan yang dihubungkan oleh internet dan ekstranet yang akan mendukung hubungan bisnis strategi dengan para pelanggan, pemasok, subkontraktor dan pihak-pihak lainnya.

Sumber: James O'Brien (2005). Introduction to Information Systems, 12th ed.

Dalam rangka perusahaan menghadapi lima tekanan Porter, selain perusahaan dapat mengimplementasikan lima strategi kompetitif dasar (strategi kepemimpinan dalam biaya, strategi diferensiasi, strategi inovasi, strategi pertumbuhan dan strategi persekutuan) seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, perusahaan juga dapat mengimplementasikan strategi kompetitif yang lainnya. Strategi kompetitif selain lima strategi kompetitif dasar tersebut, antara lain:

1. Strategi “Mengunci” pelanggan dan pemasok

Investasi dalam teknologi informasi dapat memungkinkan bisnis untuk “mengunci” pelanggan dan pemasok (dan menahan di luar para pesaing) dengan cara membangun hubungan baru yang bernilai dengan mereka. Hubungan bisnis ini dapat menjadi berharga bagi pelanggan atau pemasok sehingga mencegah mereka untuk meninggalkan perusahaan ke pesaingnya, atau untuk mengintimidasi mereka agar menerima kesepakatan bisnis yang lebih rendah keuntungannya. Usaha-usaha awal untuk menggunakan teknologi informasi dalam hubungan ini berfokus pada peningkatan secara signifikan kualitas layanan ke pelanggan dan pemasok dalam aktivitas distribusi, pemasaran, penjualan dan layanan perusahaan. Selanjutnya, bisnis bergerak ke penggunaan yang lebih inovatif dari teknologi informasi.

2. Strategi meningkatkan biaya beralih

Investasi dalam teknologi informasi dapat membuat pelanggan atau pemasok tergantung penggunaan terus menerus atas sistem informasi antar perusahaan yang inovatif dan saling menguntungkan. Selanjutnya, mereka menjadi segan membayar biaya atas waktu, usaha dan ketidaknyamanan yang harus ditanggungnya untuk berpindah ke pesaing perusahaan.

3. Strategi membangun halangan masuk

Dengan melakukan investasi dalam teknologi informasi untuk meningkatkan operasi atau untuk menyebarkan inovasi, perusahaan juga membangun hambatan untuk masuk yang akan mengecilkan hati perusahaan yang telah ada dalam industrinya, mengurangi atau menunda perusahaan lainnya untuk memasuki pasar. Hal ini bisa dilakukan dengan cara meningkatkan jumlah investasi atau kerumitan teknologi yang dibutuhkan untuk bersaing dalam industri atau dalam suatu segmen pasar.

4. Strategi mendorong investasi dalam teknologi informasi

Berinvestasi dalam teknologi informasi memungkinkan perusahaan untuk membangun kemampuan teknologi informasi strategis yang memungkinkan untuk mengambil keuntungan dari peluang strategis ketika peluang-peluang tersebut muncul. Hal ini terjadi ketika

perusahaan berinvestasi dalam sistem informasi canggih berbasis komputer untuk meningkatkan efisiensi proses bisnisnya sendiri, selain itu perusahaan juga dapat mengembangkan berbagai produk dan jasa baru yang tidak akan mungkin dihasilkan tanpa kemampuan TI yang kuat.

PENGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI SEBAGAI KEUNGGULAN KOMPETITIF.

Teknologi informasi bagi suatu perusahaan dapat bermanfaat mendukung operasi rutin yang efisien dan juga bermanfaat strategis untuk keunggulan kompetitif. Jika perusahaan menekankan penggunaan teknologi informasi sebagai sarana strategis bisnis, maka manajemen perusahaan tersebut akan memandang TI sebagai faktor pembeda kompetitif yang utama. Kemudian pihak manajemen akan membentuk berbagai strategi bisnis yang menggunakan TI untuk mengembangkan berbagai produk, jasa dan kemampuan yang akan memberikan perusahaan keunggulan besar dalam pasar tempat perusahaan bersaing. Keunggulan-keunggulan kompetitif yang dapat diraih perusahaan dengan menggunakan teknologi informasi yang mereka miliki antara lain:

1. Teknologi informasi membantu perusahaan membangun bisnis yang berfokus pada pelanggan

Nilai bisnis utama setiap perusahaan adalah menjadi bisnis yang berfokus pada pelanggan, hal ini berhubungan dengan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan pelanggan agar tetap loyal, mengantisipasi kebutuhan dimasa yang akan datang, merespon kekhawatiran pelanggan dan menyediakan layanan pelanggan berkualitas tinggi. Melalui penggunaan teknologi informasi telah menciptakan peluang strategis bagi perusahaan, untuk menawarkan layanan produk yang cepat, responsif serta berkualitas tinggi yang disesuaikan dengan preferensi setiap pelanggan.

Teknologi informasi juga dapat membuat pelanggan menjadi titik pusat manajemen hubungan pelanggan (menciptakan saluran-saluran baru untuk komunikasi yang interaktif dalam perusahaan, dengan para pelanggan, dengan para pemasok, mitra bisnis, serta pihak lainnya di lingkungan eksternal) dan aplikasi *e-bisnis* lainnya. Hal ini memungkinkan interaksi yang terus menerus dengan para langganan ke sebagian besar fungsi bisnis dan mendorong kerjasama lintas fungsi dengan para pelanggan dalam hal pengembangan produk, pemasaran, pengiriman, layanan dan dukungan teknis.

2. Teknologi informasi memungkinkan perusahaan melakukan perekayaan ulang proses bisnis

Salah satu dari implementasi paling penting dari strategi kompetitif adalah perekayasaan proses bisnis (*business process reengineering-BPR*). Perekayaan 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). Dengan demikian BPR menggabungkan strategi untuk mempromosikan inovasi bisnis dengan strategi untuk melakukan perbaikan besar atas proses bisnis agar perusahaan dapat menjadi jauh lebih kuat serta menjadi pesaing yang lebih berhasil dalam pasar.

Teknologi informasi memainkan peran penting dalam perekayasaan ulang sebagian besar proses bisnis, yaitu dalam hal: kecepatan, kemampuan pemrosesan informasi, dan konektivitas komputer serta teknologi internet dapat secara mendasar meningkatkan inovasi proses bisnis serta dapat juga meningkatkan komunikasi dan kerjasama antar orang-orang yang bertanggung jawab atas operasi dan manajemennya.

3. Teknologi informasi memungkinkan perusahaan menjadi perusahaan yang lincah

Kelincahan dalam kinerja bisnis adalah kemampuan perusahaan untuk sejahtera dalam pasar global yang berubah cepat dan terus terfragmentasi untuk produk dan jasa berkualitas tinggi, berkinerja baik dan disesuaikan dengan pelanggan. Perusahaan yang lincah dapat membuat laba dalam pasar dengan pilihan produk yang luas dan bermasa hidup pendek, dan dapat memproduksi pesanan secara individual dan dengan jumlah yang besar. Perusahaan tersebut mendukung penyesuaian massal dengan menawarkan produk individual sambil mempertahankan produksi dalam volume yang tinggi. Perusahaan yang lincah sangat bergantung pada teknologi informasi untuk memadukan dan mengelola proses bisnis, sambil menyediakan daya pemrosesan informasi untuk melayani banyak pelanggan sebagai individual. Dengan demikian teknologi informasi sangat berperan dalam membentuk perusahaan yang lincah, di mana teknologi informasi memungkinkan perusahaan bermitra dengan pemasok, distributor, manufaktur kontrak dan pihak lainnya melalui portal kerja sama dan sistem rantai nilai berbasis *web* lainnya yang secara signifikan memperbaiki kelincahan perusahaan dalam melihat peluang bisnis yang inovatif.

4. Teknologi informasi membuat perusahaan *virtual*

Dalam lingkungan global yang dinamis seperti saat ini, pembentukan perusahaan *virtual* dapat menjadi salah satu penggunaan strategi terpenting dari teknologi informasi. Perusahaan *virtual* adalah organisasi yang menggunakan teknologi informasi untuk menghubungkan banyak orang, organisasi, aktiva dan ide. Perusahaan *virtual* menciptakan aliansi

dan kelompok kerja *virtual* yang fleksibel dan dapat beradaptasi untuk mengeksploitasi peluang bisnis berubah dengan cepat.

5. Teknologi informasi sebagai sarana untuk membangun perusahaan yang dapat menghasilkan pengetahuan

Keunggulan kompetitif jangka panjang hanya akan dimiliki oleh perusahaan yang menghasilkan pengetahuan atau organisasi yang belajar. Hal ini berarti secara konsisten menciptakan pengetahuan bisnis baru, menyebarkan secara luas ke seluruh perusahaan dan dengan cepat membangun pengetahuan baru ke dalam produk dan jasa mereka. Manajemen pengetahuan yang berhasil akan menciptakan berbagai teknik, teknologi, sistem dan penghargaan untuk membuat para karyawan berbagi apa yang mereka ketahui dan untuk membuat akumulasi pengetahuan yang lebih baik di tempat kerja dan perusahaan. Sehingga para karyawan perusahaan dapat meningkatkan pengetahuan ketika mereka melakukan pekerjaan mereka, mengintegrasikan pengetahuan mereka ke dalam berbagai proses bisnis, produk dan jasa. Hal ini dapat membantu perusahaan menjadi produsen yang inovatif dan lincah atas berbagai produk serta layanan pelanggan yang berkualitas tinggi dan menjadi pesaing berat dalam pasar. Sistem manajemen pengetahuan akan berhasil dengan baik apabila difasilitasi dengan teknologi informasi.

KESIMPULAN

Dalam menghadapi lima tekanan Porter, teknologi informasi dapat dipakai sebagai alat yang mendukung strategi-strategi kompetitif. Peran teknologi informasi dalam mendukung strategi-strategi kompetitif dapat berupa: TI membantu perusahaan menurunkan biaya, membantu perusahaan dalam diferensiasi, membantu dalam inovasi produk dan jasa serta proses produksi, mendukung pertumbuhan, mendorong persekutuan, “mengunci” pelanggan dan pemasok, meningkatkan biaya beralih, membangun halangan masuk, mendorong investasi dalam teknologi informasi.

Selain teknologi informasi dapat mendukung perusahaan dalam mengimplementasikan strategi-strategi kompetitif, teknologi informasi juga dapat berperan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Peran teknologi informasi untuk mendukung perusahaan mencapai keunggulan kompetitif antara lain: teknologi informasi membantu perusahaan membangun bisnis yang berfokus pada pelanggan, teknologi informasi memungkinkan perusahaan melakukan perekayaan ulang proses bisnis, teknologi informasi memungkinkan perusahaan menjadi perusahaan untuk membangun perusahaan yang dapat menghasilkan pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Mcleod, R.Jr. 2005. *Management Information Systems ninth Edition*. Pearson printice Hall. America
- O'Brien, J.A, 2005. *Introduction To Information Systems, 12th ed.* McGraw-Hill Companies, Inc. America.
- Porter. M.E. 1985. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press, New York.
- Turban, E, Mclean, E dan Wetherbe, J. 2002. *Information Technology for Management: Transforming Business in the Digital Economy 3rd Edition*. John Wiley & Sons, Inc. America.
- .