

Efficiency Redefined



SUPIRI YULIARJO

A.C. MAHENDRA
K. DATU

Saat peluncuran perdana pesawat Boeing Next Generation 737-900ER (Extended Range) di Washington, Amerika Serikat, dengan maskapai Lion Air dari Indonesia sebagai *launching customer*, ada pemandangan menarik. Di berbagai sudut hanggar hingga *rampway*-nya, yang bersebelahan dengan Danau Washington, terlihat *banner-banner* raksasa bergambar pesawat seri terbaru Boeing itu dengan motto: *Efficiency Redefined*.

Boeing seri 737-900ER ini diklaim mampu terbang lebih jauh, lebih irit, dan dapat memuat lebih banyak penumpang. Kampanye mendefinisikan ulang makna “efisiensi” rupanya berhasil. Hingga Juni 2006 telah tercatat pesanan tak kurang dari 3.300 unit pesawat Boeing Next Generation 737-900ER. Suatu jumlah yang fantastis.

Dari Washington, mari kita menuju Indonesia, negeri yang hiruk pikuk dengan jargon-jargon efisiensi, tetapi sebenarnya hanya sedikit saja yang mengerti betul apa maksudnya, apanya yang diefisienkan, dan mengapa harus begitu.

Ambil ilustrasi ini. Selama tiga tahun terakhir, *city car* menyerbu jalanan Jakarta dan kota-kota besar lainnya di Indonesia. Atas nama efisiensi, para industrialis mobil mengeluarkan produk mobil ber-cc kecil yang hemat bahan bakar, mudah dapat tempat parkir, namun tetap bertenaga dan lincah. Dengan *city car* ini, efisiensi di bahan bakar dan waktu jelajah tetap terjaga, sementara karena suku cadangnya dibuat massal dan

layanan purnajualnya terdapat di mana-mana, jadi mudah didapatkan dan harganya relatif murah. Karena murah, jadi mudah dijual.

Contoh lain terdapat pada industri *gadget* elektronik, seperti ponsel, kamera digital, PDA, ataupun komputer jinjing. Kini dengan uang Rp3—4 juta, seorang eksekutif sudah bisa memiliki ponsel, kamera digital, PDA, dan pengolah dokumen dalam genggam tangan yang kesemuanya ada dalam satu benda bernama *smartphone*. Bahkan, ada beberapa model yang memiliki lampu senter dan fasilitas penyimpanan data semacam *flash-disk*. Bukan kejutan jika di kemudian hari sebuah *smartphone* mampu menggantikan sebuah *universal remote control* yang bisa mengunci pintu rumah, menyalakan TV, mesin mobil, dan bahkan dipakai untuk voting di pemilu langsung.

Contoh lain lagi terdapat di produk *household consumables* seperti sampo. Saat ini, daripada repot-repot beli sampo dan *conditioner* dalam kemasan terpisah, pabrik-pabrik *toiletries* sudah menakarkan untuk kita dengan ukuran tepat sampo + *conditioner 2-in-1* dalam satu botol kemasan. Seperti juga kopi + gula + susu atau krimer dalam satu *sachet* kemasan. Ini tentu memudahkan orang menikmati kopi tanpa harus takar-menakar terlebih dahulu.

Berdasarkan tren-tren tersebut di atas, maka efisiensi bisa berarti, pertama, instan (yang dihemat adalah waktu). Kedua, lengkap fungsi (hemat tenaga untuk mendapatkan

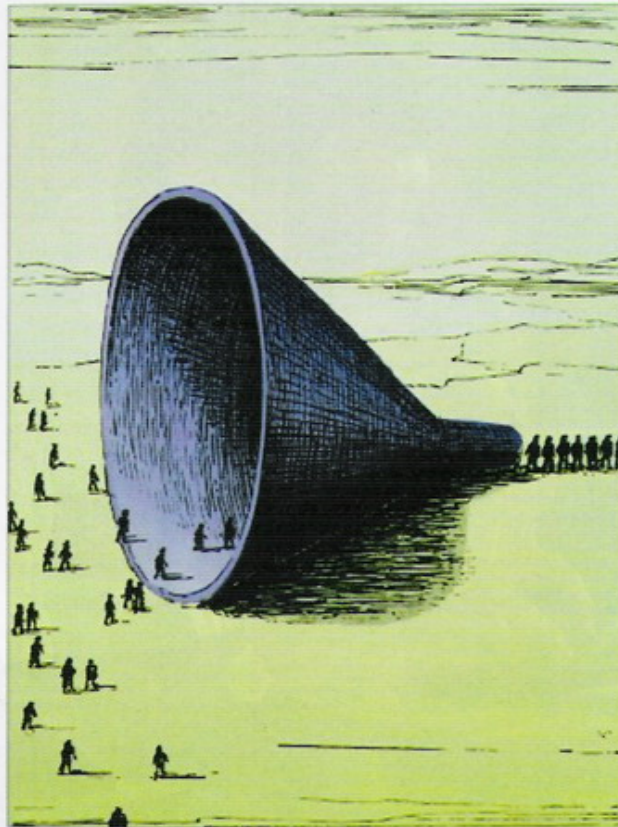
PENULIS ADALAH R&D
SPECIALIST UNINTRINDO GROUP.

fungsi-fungsi lain yang “biasanya” tidak termasuk dalam produk itu). Ketiga, peningkatan nilai dengan ongkos yang sama (penghematan finansial). Keempat, bisa juga berarti “sekali mendayung, dua tiga pulau terlampaui”.

Siapa yang paling berkepentingan “mendefinisikan ulang” efisiensi? Apakah konsumen yang dengan sadar dan sengaja meminta lebih dan lebih banyak lagi dari produsen? Ataukah karena persaingan usaha yang makin brutal sehingga para produsen memanjakan konsumen secara berlebihan?

Dalam hubungan kausalitas, selalu ada tindakan satu pihak yang mendahului tindakan pihak lain. Dalam hal ini, kalau tidak konsumen, ya produsen. Dengan demikian, dalam dunia korporat, efisiensi harus didefinisikan dari waktu ke waktu, lepas dari apakah itu untuk kepentingan konsumen atau produsen. Makin efisien, peluang untuk bertahan hidup makin besar. *Economize, or perish!*

Ada pengalaman menarik. Suatu hari saya membeli laptop dengan merek ternama di sebuah raksasa ritel di Jakarta. Dibanding harga banderol pabrik, selisih harga promosi laptop itu sekitar Rp1 juta. Namun, seminggu kemudian, dalam acara pameran komputer akbar di bilangan Senayan, laptop itu ternyata dijual dengan harga lebih miring lagi. Selisih harganya lebih dari Rp1 juta dari harga yang saya bayarkan sebelumnya, dan itu masih



ditambah dengan berbagai aksesorinya.

Tentu saja saya jengkel. Konspirasi macam apa yang bisa membuat harga laptop turun 15%—20% dalam kurun waktu seminggu dan pabriknya tetap untung besar? Namun, setelah saya pikirkan kembali dan mencoba berdiri dari sudut pandang produsen, pemberian diskon gila-gilaan dengan volume kuantitas yang sangat besar juga bisa berarti efisiensi.

Dalam kondisi normal, laptop itu mungkin hanya mampu terjual paling banyak 2—5 buah seminggu dari satu gerai. Dengan diskon besar-besaran, satu gerai bisa menjual hingga 100 unit dalam waktu seminggu.

Dan dalam sebuah pameran, jumlah yang sama akan dilahap dalam tiga hari saja!

Jadi, apa definisi termutakhir dari kata “efisien”? Apakah melulu soal waktu, biaya, energi, atau kelengkapan fungsi? Bagaimana kaitannya dengan efektivitas? Hasil guna? Apakah efisiensi sekarang harus dipisahkan dari efektivitas? Apakah saat ini kalau sudah efisien lalu otomatis berarti efektif?

Seorang eksekutif SDM mengatakan begini, “Kalau kita mau bicara efisiensi yang sempurna, kecuali divisi keuangan dan *accounting*, lebih baik semuanya di-*outsource* saja. Investasi paling efisien adalah pada sistem. Jika mekanisme dalam sistem baik, unit-unit yang lain tinggal mengikuti dan patuh pada sistem. Kita bahkan tak perlu memiliki unit-unit itu secara langsung. *Outsource* saja!” Nah, *lo!* ■

Hary Tanoë dan Agus Lasmono:
Penguasa Bisnis SMS Premium

Warta Ekonomi

PERSPEKTIF BARU BISNIS & EKONOMI

Pertamina Reborn:

Believe it
or **Not**

Transparansi Gaya
Nicolaas Tirtadinata

Kisah Astra dan
Allianz Utama
Terapkan
Enterprise Mobility

Novry Sabmen
Simanjuntak, Raja
Media Tak Berbayar

Lukisan Abstrak
dari Christophe
B. Keramaris dan
Meity Anita

www.wartaekonomi.com



22

Tahun XVIII
30 Oktober 2006

Rp20.000,-





20

PT PERTAMINA: Corporate Reborn ala si Tiga Warna

Menjadi gajah di negeri sendiri, tetapi harus berlakon seperti semut di negeri orang, PT Pertamina pun dipaksa pemerintah untuk berubah menjadi perusahaan energi terintegrasi kelas dunia guna "menambal" APBN. Sanggupkah Pertamina berubah?

Warta Ekonomi

22 Tahun XVIII 30 Oktober 2006

Liputan

36 Bisnis SMS Premium:

Ketik: Siapa <spasi> Rajanya
Bisnis besar ini ternyata hanya dikuasai segelintir orang. Jika dirunut ke belakang ternyata memunculkan dua nama besar: Agus Lasmono, putra Sudwikatmono, dan Hary Tanoë.

42 Perbankan:

Bank Gurem Berwajah Asing
Gelombang akuisisi dan merger masih akan berlanjut. Pemeran utamanya investor asing dan bank-bank kecil.

In Front

14 Interview

Saiful Imam: Dana Timur Tengah Sangat Besar

16 Indikator

18 Komparasi

Strategi & Inspirasi

50 e-Company

Enterprise Mobility: Geliat para *Mobile Warrior*
Wireless push e-mail jadi tren. Layanan ini babak awal menuju *enterprise mobility*. Manfaatnya, meningkatkan produktivitas, aksesibilitas, kecepatan, dan efisiensi biaya. Kebutuhan atau gaya hidup?

54 Kolom

Andrew E.B. Tani:
Terobosan Bank Indonesia, "Regionalized Central Banking"

56 Smartpreneur

Novry Sabmen Simanjuntak: Raja Media Tak Berbayar

Bonus

64 Life Style

68 @Hanomics

70 Kolom Toptrik

Paulus Bambang W.S.: Fokus Pemimpin #5, Budaya dan Karakter

72 Profil

Nicolaas B. Tirtadinata: *Transparansi Gaya Nico*
Manajemen terbuka, itulah prinsip Nico dalam memimpin Benteol. Maka, ia pun tak segan berbagi informasi. Bukan hanya kepada karyawannya, ke publik pun ia terbuka.

76 Managing The Future

Andiral Purnomo: Sepak Bola dan Bisnis (1)

78 Rileks

80 Browser

84 e-Government

LAPAN: Sediakan Data Satelit bagi Publik
LAPAN menyediakan layanan data citra satelit untuk mengetahui potensi perekonomian suatu daerah. Sayangnya, layanan itu belum terintegrasi. Mereka tengah membenahinya.

06 Dari Redaksi

08 In Box

09 Indeks

12 Komentar Ekonomi

Irwan Adi Ekaputra: Pasar Modal, Kinerja 2006 dan Prospek 2007

48 Kolom

A.C. Mahendra K. Datu: *Efficiency Redefined*

62 Kolom

Ade Febransyah: Proyeksi Kesuksesan Produk Baru

90 The Point



Cover: Zainal Abidin