

ADAKAH KITA BERSEDIA MENGHADAPI ERA BARU? Bahagian 1 (2 BAHAGIAN)



Dr. Ali Qassem

www.aliqasseminternational.com

Pakar ekonomi dan pakar pengurusan mendefinisikan perniagaan sebagai satu proses, sistem, kemahiran, yang mana akan bertukar kepada sumber, pengetahuan dan pengalaman dalam menyumbangkan nilai ekonomi dalam pasaran.

Oleh itu; kerajaan kita (kita betuah) membelanjakan banyak wang dan usaha dalam mewujudkan, menumpukan, membina dan melaksanakan program-program latihan dan kempen yang berterusan untuk meningkatkan serta memantapkan pengetahuan pekerja. Kerajaan memberikan sokongan yang padu kepada organisasi dan individu dengan kewangan, idea, latihan dan pelbagai perkhidmatan secara percuma. Namun, masih lagi ramai individu dan organisasi yang keberatan serta menolak untuk mengambil peluang yang besar lagi unik ini.

Kerajaan juga telah melaksanakan kewajipannya dengan baik sekali dalam mempromosikan negeri dan menggalakkan syarikat tempatan yang kuat dan kukuh dan organisasi luar negara untuk melabur dalam negara. Ini - tanpa keraguan - akan meningkatkan ekonomi dan membawa manfaat kepada organisasi serta kebanyakan orang dalam negeri, kecuali mereka yang tidak bersedia untuk menghadapi persaingan.

Mereka akan menghadapi kekecewaan, tekanan, jalan buntu, jualan yang rendah dan tanda-tanda lain yang berkaitan. Mereka akan berada dalam keadaan yang sengsara, bermasalah dan krisis yang tidak dapat diurus. Itu tidak mengambilkira keberkesanan

operasi dan tempoh kejayaan organisasi pada masa yang lepas, pengetahuan lalu menjadi penentuan hari ini dan ia akan menghadapi kesukaran jika ia tidak bersedia apabila munculnya persaingan.

Organisasi yang besar, kuat dan kukuh, walaupun mereka telah menikmati kejayaan untuk tempoh yang lama, juga akan menghadapi cabaran dan kesukaran yang sama. Harvard Business Review Editors telah membuat satu temubual dengan Samuel J. Palmisano, CEO International Business Machine (IBM). Dalam temubual tersebut, Samuel J. Palmisano mengatakan, "Kami telah berjaya untuk satu tempoh masa yang begitu lama sehingga kami tidak dapat lagi melihat dari sudut pandangan yang lain. Apabila pasaran bergelora, kami hampir terkeluar dari perniagaan."

Perubahan persekitaran yang drastik pada hari ini, dan dalam daya persaingan ekonomi, apa jua jenis perniagaan mesti ada sesuatu yang mendahului untuk berjaya; produk atau sistem perkhidmatan pelanggan. Walau bagaimanapun, tiada perniagaan yang akan selamat hanya dengan melalui pucuk pimpinan. Perniagaan berdasarkan pucuk pimpinan adalah sementara sahaja, untuk saingan dan boleh ditiru – kecuali orang. Tambahan pula, pasaran dan pengetahuan pada umumnya boleh diakses oleh hampir semua pesaing.

Bagi membolehkan persiapan untuk menghadapi persaingan, selain dari mempunyai operasi yang berkesan dan efisien, organisasi juga perlu mengembangkan strategi yang diterjemahkan dalam realiti seharian. Untuk supaya dapat mengatasi pesaing-pesaing, organisasi perlu mengimplementasikan sebuah proses yang berlarutan yang memerlukan peningkatan pengetahuan, pembelajaran, tumpuan, komitmen, usaha, tindakan, perkhidmatan pelanggan dalaman dan luaran yang baik, dan mengembangkan konsistensi setiap bidang dalam organisasi. Mengembangkan strategi dan menggunakan tindakan dalam satu bidang sahaja tidak akan dapat berfungsi.

Yang paling utama, organisasi perlu mengenal pasti pesaing sebenarnya dan kompetensi asas untuk memiliki kepimpinan perniagaan yang akan membolehkan syarikat meningkatkan perkhidmatan secara terus-menerus.

Dalam hal ini, Don Listwin, CEO Openwave Systems, berkata, "Bagaimanakah syarikat dominan kehilangan kedudukan mereka? Kebanyakan masa, mereka salah memilih pesaing yang membimbangkan mereka." Namun, mengenalpasti pesaing yang sebenar tidak akan dapat menolong organisasi megaut kejayaan untuk tempoh yang lama. Organisasi perlu melaksanakan aktiviti yang berbeza bagi mengatasi pesaing mereka atau melaksanakan aktiviti yang sama tapi dengan cara yang berbeza; menerajui dalam sesuatu.

Tom Peters berkata, "Selain daripada inginkan idea-idea yang bernas dan kedudukan yang boleh memberikan saingan, saya tertanya-tanya dan percaya ada 'hal-hal praktikal' yang lain yang lebih penting dalam mengembangkan kejayaan syarikat sama ada untuk jangka masa yang pendek atau panjang."

Sememangnya, untuk bersedia menghadapi era baru dan pradigma ekonomi, andaian kita, idea, rancangan dan keputusan harus menepati keadaan realiti. Satu realiti dalam bisnes adalah kemajuan organisasi adalah kerana orang-orang dalam organisasi, pengetahuan, sistem perkhidmatan pelanggan dan produk. Satu lagi realiti adalah pelanggan tidak membayar untuk produk, mereka membayar untuk kepuasan dan kenikmatan produk serta perkhidmatan yang diterima. Sam M. Walton, pemilik dan CEO Wal-Mart, berkata, "Sebenarnya segala yang kita lakukan, setiap konsep yang kelihatan, setiap teknologi yang dikembangkan dan rakan bekerja, adalah diarahkan dengan satu tujuan yang jelas dalam fikiran - menyenangkan pelanggan."

Organisasi haruslah berpusatkan pelanggan, untuk; tujuan setiap bisnes adalah untuk mendapatkan pelanggan tetap. Jika kita bertanya kepada mana-mana majikan tentang apa yang diinginkan, jawapannya adalah mereka mahukan pelanggan dalaman yang taat dan produktif serta pelanggan luar yang tetap dan berpuas hati. Namun, tidak ada organisasi akan mempunyai pelanggan luar yang tetap dan berpuas hati tanpa mempunyai pelanggan dalaman yang taat dan produktif.

Pelanggan dalaman adalah orang-orang yang bekerja dengan kita dan bergantung kepada kita untuk mendapatkan perkhidmatan, produksi dan maklumat. Bukan hanya adalah terlalu penting mengupah orang yang tepat untuk sesuatu pekerjaan, malahan adalah penting juga memberikan pekerja layanan yang sama seperti yang diberikan kepada pelanggan. Jika tidak organisasi tidak akan mendapat pelanggan tetap. Apabila ditanya tentang rahsia kejayaan kepada Herb Kelleher, CEO South West Airlines, beliau berkata, "Anda harus melayan pekerja anda seperti anda melayan pelanggan."

Dengan mengupah orang yang tepat, walaupun dengan bayaran yang tinggi, akan lebih menjamin keberkesanan dan kecekapan dalam proses bisnes. Paul Russell, Director of Leadership and Development di Google, berkata, "Pembangunan boleh menolong orang yang hebat menjadi lebih hebat – tetapi jika saya mempunyai satu dolar untuk dibelanjakan, saya akan gunakan 70% untuk mengupah orang yang tepat untuk pekerjaan itu."

Pelanggan luar adalah orang-orang yang berurusan dengan organisasi di luar. Tanpa mereka, organisasi tidak mempunyai jualan, bisnes menurun dan tiada gaji. Mereka adalah orang yang mengundi dengan wang mereka dan membayar gaji setiap pekerja serta yang memutuskan kejayaan atau kegagalan organisasi. Sebenarnya, pelanggan luar mampu memberhentikan semua orang dalam organisasi, dan dengan mudahnya mereka boleh berbuat demikian dengan membelanjakan wang mereka di tempat lain.

Masa depan akan menjadi berbeza, dan melainkan kita bersedia untuk menghadapinya, kita akan berdepan dengan kesukaran dalam mengekalkan bisnes kita. Perkembangan ekonomi, seperti yang dikatakan oleh Peter Drucker, "Tidak lagi perlu meletakkan banyak tenaga pekerja atau dari kehendak pengguna. Ia hanya akan datang dari satu produktiviti sumber yang tajam dan peningkatan yang berlarutan, di

mana negara-negara maju masih mempunyai kelebihan: pengetahuan produktiviti kerja dan pengetahuan pekerja ."

Kerajaan memberikan hampir kesemua keperluan sebagai usaha menyokong organisasi dan individu supaya bersedia untuk persaingan keesokan hari. Apa yang perlu kita lakukan adalah mengambil peluang ini dengan membuat penambahbaikan untuk diri sendiri dan organisasi agar mampu menghadapi hari esok yang penuh dengan perubahan.