

STRATEGI MENJADI PERUSAHAAN YANG SEMAKIN SOSIAL

DICKY SUPRIATNA

STIE Trisakti
dicky@stietrisakti.ac.id

Abstract : *Enterprise social software will become a major application in the strategy into a social enterprise. ESS is able to support every user to carry out a notice, consideration or action on the relevant information to carry out the work routine and non routine. However, in its application, and the ESS should be supported by a deep understanding and strong commitment from management.*

Keywords : Enterprise social software, corporate strategy, social media, business plan.

Abstrak : Enterprise social software akan menjadi sebuah aplikasi utama dalam strategi menjadi perusahaan sosial. ESS mampu mendukung setiap user untuk melakukan pemberitahuan, pertimbangan atau tindakan atas informasi yang relevan untuk melaksanakan pekerjaan rutinitas maupun non rutinitas. Namun dalam penerapannya, ESS harus didukung oleh dan pemahaman mendalam dan komitmen yang sangat kuat dari manajemen.

Kata kunci : *Enterprise social software, strategi perusahaan, social media, perencanaan bisnis.*

PENDAHULUAN

Dalam dunia yang terus berkembang, tantangan agar perusahaan lebih tangkas dan mampu merespon perubahan yang cepat sangatlah diperlukan agar dapat terus memimpin di depan. Salah satu strategi agar menjadi perusahaan yang tangkas (*agile enterprise*) adalah mampu membawa aspek-aspek sosial ke dalam ruang gerak perusahaan. Hal tersebut menjadi ciri-ciri perusahaan yang mampu berkompetisi di era laman 2.0 saat ini, yaitu perusahaan mampu menggunakan media sosial untuk berbagi informasi, berkolaborasi dan berkomunikasi secara terintegrasi.

Sebelumnya, seringkali suatu perusahaan terhambat oleh struktur hirarki perusahaan itu sendiri. Hal itu yang mengakibatkan terhambatnya kecepatan organisasi dalam kemampuannya mengubah diri dan mengadopsi cara-cara baru bekerja dalam rangka berinovasi. Padahal, perusahaan harus tetap menjaga agar tenaga kerja lebih adaptif, tangkas dan komunikatif. Media komunikasi untuk interaksi dan kolaborasi antar karyawan, antar tingkatan manajemen, melakukan keintiman dengan pelanggan, pemasok dan mitra saat ini menjadi masalah. Mereka perlu kesempatan untuk melebur dan masuk ke dalam jaringan ruang kerja dan bisnis yang lebih dinamis dan terintegrasi

sehingga menumbuhkan kolaborasi yang efektif tanpa batasan ruang dan waktu.

Saat ini dan kedepan, organisasi harus memiliki kemampuan virtualisasi. Hal ini didorong dengan meningkatnya jumlah perangkat yang memiliki akses ke jaringan dan internet. Terlebih mulai berkembangnya model pekerja jarak jauh (*home base*) dan tim kerja virtual. Hal tersebut melengkapi sistem organisasi yang mengandalkan karyawan perusahaan, mitra, pelanggan, dan pemasok secara tradisional. Dengan mencermati keperluan dan fenomena yang terjadi di masyarakat dan dunia bisnis tersebut, maka banyak perusahaan yang memerlukan suatu alat bantu strategis. Alat bantu yang diharapkan adalah sebuah perangkat lunak yang memiliki kemampuan pengelolaan dan penggunaan informasi untuk berbagi, berkolaborasi dan berkomunikasi di lingkungan bisnisnya dengan lebih baik dan maju. Perangkat lunak tersebut diantaranya adalah *Enterprise Social Software* (ESS).

Menurut Frost and Sullivan (2011), sebesar 72 persen perusahaan mengatakan bahwa mereka telah mendapatkan kinerja yang lebih baik setelah menggunakan ESS. Lebih lanjut mereka mengatakan bahwa, perangkat lunak ini mampu memberikan manfaat tentang semua pengendalian kolaborasi serta hasilnya dengan memberikan kesuksesan. Lebih lengkapnya beberapa manfaat dari ESS diantaranya adalah mengumpulkan dan mendistribusikan informasi/pengetahuan lebih cepat, pengambilan keputusan lebih cepat, lebih cepat berinovasi dan membawa produk/jasa ke pasar, meningkatkan produktivitas karyawan, memperluas jangkauan menjadi global, meningkatkan partisipasi karyawan di seluruh organisasi, hubungan lebih baik dengan para pelanggan dan mitra, mengembangkan pengetahuan pengguna, meningkatkan kualitas produk/jasa.

Enterprise Social Software

Enterprise Social Software biasa dikenal sebagai komponen utama dari *Enterprise 2.0*. ESS merupakan perangkat lunak sosial

yang digunakan dalam perusahaan (bisnis/komersial) dimana di dalamnya termasuk memodifikasi jaringan komunikasi dan sosial yang digunakan untuk intranet, ekstranet dan internet perusahaan. Berbeda dengan perangkat lunak perusahaan biasa yang dipengaruhi struktur dalam penggunaannya, perangkat lunak ini mendorong para pengguna untuk menggunakannya tanpa dihambat struktur organisasi.

Beberapa fitur ESS diantaranya adalah :

1. *Hypertext, unstructured/social search tools, dan search engine* digunakan untuk rujukan dan pencarian informasi atau percakapan.
2. *Social network, wikis, microblogging, dan blogs* digunakan untuk berbagi ide, cerita, pengetahuan, dan pengalaman.
3. *Enterprise social bookmarking dan tagging* untuk penandaan dari sebuah berkas atau informasi.
4. *RSS, instant messaging, dan file sharing* untuk berbagi informasi dan file.
5. *Collaborative planning software* digunakan untuk perencanaan dan pengelolaan proyek secara bersama-sama.
6. *Idea bank*, digunakan untuk rujukan tindakan dan penciptaan ide-ide baru.
7. *Mashup* digunakan untuk visualisasi bisnis, seperti memperkirakan pasar dan mengidentifikasi resikonya.
8. *Social profile*, digunakan untuk menampilkan grafik sosial pengguna dan aliran aktivitasnya. Profil juga memberikan informasi dan pemilihan ketertarikan dan keahlian pengguna.
9. *Web Content Management System*, digunakan untuk mengelola isi informasi untuk situs laman.

Fenomena Social Media

Laman 2.0 sebagai basis teknologi dari perusahaan sosial memang selalu identik dengan media sosial. Media sosial mampu memberikan kecepatan, cakupan, kompleksitas, kekuatan, dan potensi. Sementara itu, yang paling penting dalam menghadapinya adalah perusahaan perlu strategi dalam menghadapi

peluang fenomena sosial ini. Menurut ComScore (2013), media sosial menyumbang 11 persen dari seluruh waktu online yang dihabiskan para pengguna internet di Amerika. Membuatnya menjadi salah satu yang paling populer bagi gen-Y untuk beraktivitas di laman. Sedangkan Qualman (2011) mengatakan bahwa, jika Facebook adalah sebuah negara, maka akan menjadi negara terbesar didunia setelah China dan India, dan di atas Amerika dan Indonesia. Pada tahun 2014 ini, disebutkan bahwa pengguna Facebook aktif adalah sebanyak 400 juta orang, diatas Amerika yang berpenduduk 309 juta orang dan Indonesia yang berpenduduk 231 juta orang. Hal tersebut menjadi salah satu pendorong dan bukti bahwa perusahaan tidak bisa mengabaikan kekuatan massa pengguna dari media sosial. Suatu nilai ekonomi dari sebuah *platform* media sosial yang bisa dimaksimalkan secara komprehensif untuk kebutuhan komunikasi internal dan eksternal dalam bisnis. Kemampuan media sosial yang cepat luar biasa bisa diasopsi sebagai komponen kunci untuk strategi bisnis perusahaan, membentuk organisasi yang terdesentralisasi, dimana perusahaan mampu masuk ke pasar sebagai yang pertama sehingga mendapatkan keunggulan kompetitif kritis.

Melangkah pada *Enterprise Social Computing*

Melalui *Enterprise Social Software* (ESS), eksistensi pengguna dalam aplikasi dan kinerjanya akan berhubungan erat. Dalam ESS terdapat alat-alat bantu dengan kemampuan kolaborasi yang tinggi, sehingga dalam menyelesaikan pekerjaan pengguna akan sangat membutuhkan informasi-informasi dari jaringan sosial tersebut. Namun, keberhasilan alat bantu ini tergantung pada partisipasi massa. Dimana semakin banyak pengguna, maka semakin besar nilai dari alat bantu ini. Menyebarkan penggunaan teknologi kolaborasi dengan sukses memang tidak mudah, perlu cara dalam mempromosikan dan mendukung interaksi karyawan dalam dan luar organisasi. Beberapa cara yang mampu mendorong pengguna untuk

memanfaatkan alat bantu ini diantaranya seperti dalam pengambilan dan penyajian informasi yang bisa diintegrasikan dengan sistem-sistem aplikasi yang sudah ada didalam perusahaan. Aplikasi perusahaan seperti sistem Enterprise Resource Planning (ERP), sistem Supply Chain Management (SCM), sistem Customer Relationship Management (CRM), dan sistem Knowledge Management (KM) agar bisa diintegrasikan dengan ESS. Karena komunikasi dan kolaborasi aplikasi ini lebih terintegrasi, maka ESS secara nilai dan penggunaannya melampaui sekedar teknologi blog, wiki, dan media sosial lainnya. lebih jauh lagi ESS ini mampu memberikan kemampuan meneruskan informasi secara *realtime*, penyajian profil, aplikasi jejaring sosial yang terintegrasi, *video streaming*, konferensi jarak jauh, ruang tim, *web conference*, dan bahkan analisis dan grafik. Sedangkan manfaat untuk manajemen perusahaan, mereka bisa melihat siapa yang memanfaatkan informasi tentang apa, siapa sedang berinteraksi dengan siapa, apa aplikasi yang digunakan, dan kapan aplikasi digunakan.

Perencanaan Bisnis

Dengan memiliki perencanaan bisnis yang jelas, akan memberikan kepercayaan diri dan keyakinan perusahaan yang besar didalam memulai membangun perusahaan sosial yang dicanangkan. Menurut Energy Saving Trust (2010) perencanaan bisnis yang baik setidaknya terdapat enam hal yang harus dilakukan dalam membangun perusahaan sosial, yaitu :

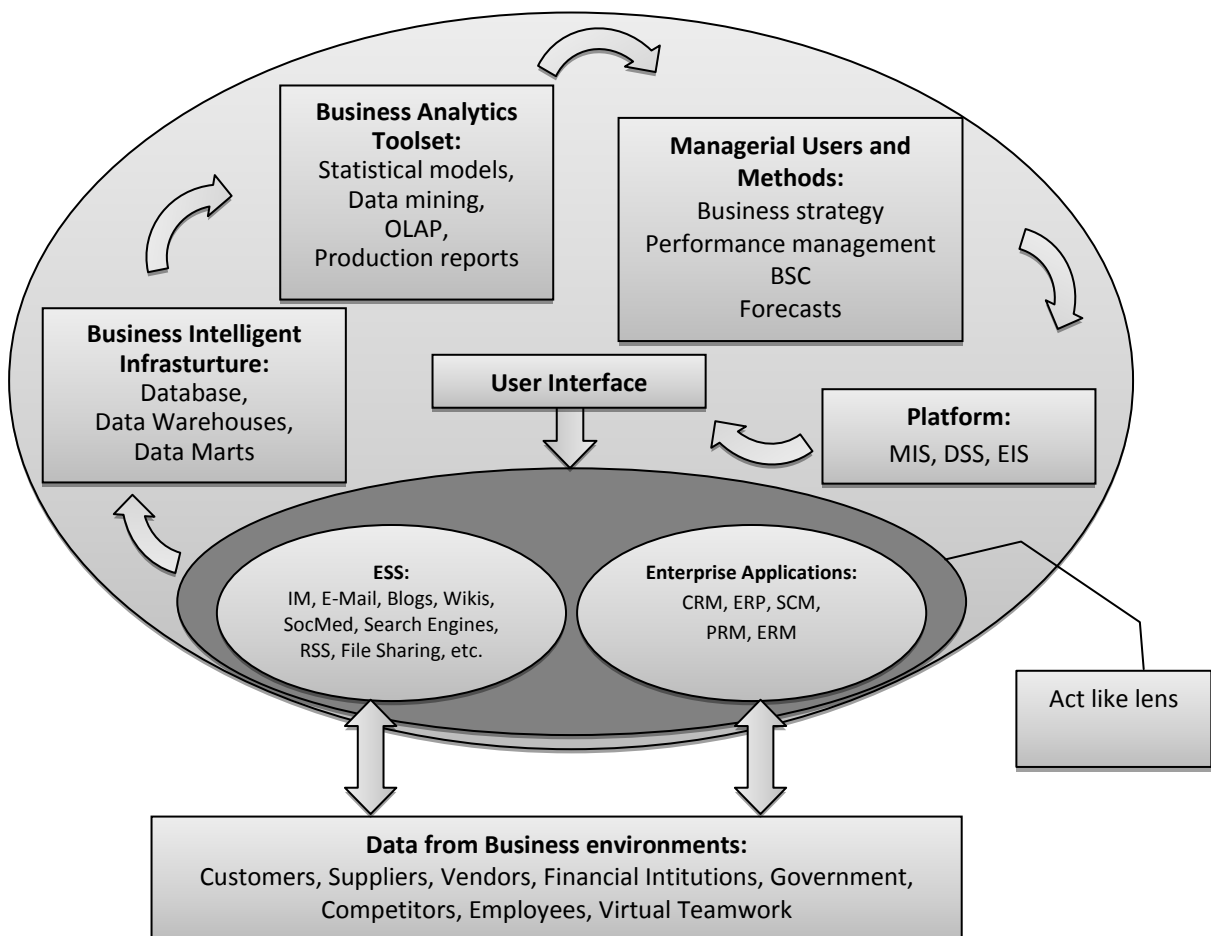
1. Ringkasan singkat organisasi.
Ringkasan singkat tentang perusahaan sosial, termasuk pernyataan misi dalam menjelaskan keyakinan dan nilai-nilainya.
2. Struktur organisasi.
Struktur organisasi perlu dijelaskan dalam hal pembagian tanggung jawab dan manajemen kebijakan.
3. Identifikasi resiko.
Identifikasi bisa melalui narasi, asumsi, dan perkiraan untuk menentukan dan mendokumentasikan potensi dampak dan resiko.

4. Membuat kerangka operasional.
Hal ini seperti membangun arsitektur sistem, mengumpulkan informasi tentang staf kunci yang menjelaskan keterampilan, pengalaman dan peran mereka dalam bisnis.
5. Mengukur dan menilai hasil.
Menganalisis data anggaran/keuangan, dukungan dana, termasuk didalamnya anggaran dengan proyeksi pendapatan/pengeluaran dan informasi tentang bagaimana perusahaan akan mendapatkan keuntungan.

Arsitektur

Untuk memulai implementasi perusahaan sosial, organisasi perlu membuat arsitektur sistem terlebih dahulu. Menurut Laudon (2011) mengatakan bahwa, setidaknya terdapat enam elemen didalam penerapan lingkungan

intelijen bisnis, yaitu data dari lingkungan bisnis, infrastruktur intelijen bisnis, alat bantu analisis bisnis, metode dan manajerial pengguna, platform sistem informasi, dan user interface. Dalam hal ini, ESS dan *enterprise applications* bisa disisipkan sebagai lensa yang berfungsi menjembatani keluar masuknya informasi dari lingkungan bisnis ke aplikasi internal serta sebaliknya. Fungsi lensa tersebut mampu melihat, menjangkau, memilah, memilih, mengelola dan menyebarkannya bersama-sama antara ESS dengan aplikasi-aplikasi perusahaan seperti *customer relationship management, enterprise resources planning, supply chain management, partner relationship management, dan employee relationship management*. Berikut penerapan ESS dalam arsitektur sistem perusahaan :



Gambar 1 Enterprise Social Software application

Data dan informasi organisasi tidak terlepas interaksi antara organisasi dari lingkungan bisnisnya. Adapun bentuk data yang bisa ditangkap dari lingkungan bisnis bisa dalam bentuk data terstruktur, data semi terstruktur maupun data tidak terstruktur. Data yang terstruktur umumnya telah melalui proses pengolahan terlebih dahulu dalam *enterprise applications*, sedangkan data semi terstruktur dan tidak terstruktur akan diolah oleh ESS terlebih dahulu sebelum masuk ke *data warehouse*. Hasil pengudangan dan standarisasi data kemudian diolah untuk keperluan analisis bisnis. Hasil analisis disesuaikan dengan strategi organisasi sebelum diterapkan dalam sistem-sistem yang bisa digunakan disetiap tingkatan manajemen, seperti *management information system (MIS)* dan *decision support system (DSS)* yang digunakan di tingkat manajemen menengah serta *executive information system (EIS)* yang biasa digunakan untuk manajemen tingkat atas. Informasi yang disampaikan kepada pengguna harus dalam bentuk yang *user friendly*, mampu menyediakan informasi yang mudah, informatif, luas ataupun sempit, bisa digunakan sesering mungkin, informasi yang disajikan terangkum atau terperinci, mampu menyajikan dalam pilihan dan pilihan, data yang bisa diurut, tersaji dalam kolom, grafik ataupun grafis. Hasil dari pengolahan data tersebut harus mampu mendukung pengambilan keputusan yang siap dipublikasi atau dibagi kembali ke lingkungan bisnis.

Memetakan Entitas Pendukung *Social Enterprise*

Menentukan entitas-entitas yang mampu mendukung perusahaan dalam menjalankan perusahaan sosial mungkin akan diperlukan terlebih dahulu. Target entitas-entitas dalam rangka mendukung pengumpulan, penyebaran, dan pengolahan data dan informasi bisa ditentukan oleh perusahaan sejak awal, sehingga perusahaan bisa menentukan entitas mana saja yang diperlukan untuk berkolaborasi dan berkomunikasi.

Entitas yang diperlukan dalam perusahaan sosial secara umum dibagi menjadi dua, yaitu entitas yang terkait secara langsung dan tidak langsung. Entitas yang terkait secara langsung dapat digambarkan dalam ruang lingkup lingkungan bisnis organisasi, dimana entitas ini mampu mendukung perusahaan sosial seperti karyawan, pelanggan, mitra, pemasok, institusi keuangan, pemerintahan, non-profit, dan juga kelompok-kelompok kerja atau perkumpulan. Dimana entitas tersebut bisa saja terkait secara langsung dengan organisasi atau terkait secara hukum. Sedangkan entitas yang tidak terkait secara langsung bisa digambarkan merupakan entitas diluar lingkungan bisnis seperti masyarakat luas. Meskipun demikian, masyarakat luas menjadi satu komponen pendukung inti didalam kebutuhan perusahaan diantaranya untuk pengembangan produk/layanan baru, penguatan *brand*, dan ekspektasi mereka terhadap perusahaan.

Keterampilan yang Dibutuhkan *Social Enterprise*

Salah satu kunci kesuksesan menjalankan perusahaan sosial adalah berbagai keterampilan. Misalnya seperti *sense of business* dengan mitra atau keterampilan komunikasi dengan pelanggan dan masyarakat yang perlu dimiliki. Tentu saja, tidak realistis apabila mengharapkan semua keterampilan tersebut dimiliki oleh satu orang. Sehingga, perusahaan sosial setidaknya memerlukan tim kecil dari orang-orang yang memiliki kekuatan yang berbeda-beda. Berikut contoh beberapa keterampilan khusus yang akan diperlukan ketika menjalankan perusahaan sosial menurut Energy Saving Trust (2010), diantaranya adalah *Leadership skills, team work, financial skills, communication skills, dan problem solving skills*. Serta beberapa keterampilan lain yang perlu dipertimbangkan diantaranya adalah *marketing, sales, book-keeping, dan law*.

Pemilihan *Vendor*

Selain manajemen proyek dari internal yang kuat, memilih *vendor* dalam mengembangkan ESS merupakan salah satu hal yang menentukan berhasil atau tidaknya proyek. Pertanyaan-pertanyaan seperti; Bagaimana perusahaan memilih *vendor* yang tepat? Bagaimana perusahaan memilih *vendor* dari penjual dan pemasar yang hanya sensasi saja? Dan bagaimana perusahaan bisa tahu mana *vendor* yang akan bekerja sama dalam jangka panjang dan mana *vendor* yang akan menghilang setelah penjualan? Hal tersebut hanya beberapa pertanyaan yang dihadapi para eksekutif TI yang muncul ketika mengembangkan sistem informasi. Berikut beberapa hal yang harus diperhatikan ketika memilih *vendor* menurut Schiff (2013):

1. Mendefinisikan kebutuhan perusahaan.
Mengetahui terlebih dahulu apa yang diperlukan perusahaan dan mengumpulkan informasi secara akurat kebutuhan apa yang diperlukan dari software. Dari hal tersebut kemudian dibangun solusi yang sesuai dengan tujuan bisnis dan harus memenuhi kebutuhan dari para pemangku jabatan.
2. Periksa identitas dan sertifikasi *vendor*.
Untuk mengevaluasi *vendor*, periksa latar belakang, portfolio, berapa lama berkecimpung dalam bisnis tersebut, apakah memiliki kemampuan dan kredibilitas yang kuat, memiliki sertifikasi yang relevan dengan bisnisnya, dan memiliki teknik dokumentasi yang kuat.
3. Referensi.
Vendor yang baik berani memberikan referensi pelanggan lainnya yang relevan dengan proyek untuk membuktikan bahwa *vendor* memiliki performa yang baik.
4. Skalabilitas.
Vendor mampu memberikan software yang memiliki kemampuan kustomisasi dan skalabilitas sebagai solusi pengembangan sistem dimasa yang akan datang.
5. Biaya tersembunyi dan tambahan.
Periksa bahwa proposal penawaran termasuk biaya-biaya tersembunyi dan/atau tam-

bahan seperti; pelatihan, jasa manajemen dokumen, setup, pemeliharaan tahunan, biaya dukungan bulanan.

6. Hak pemilikan data pada saat pengakhiran kerjasama.
Fakta yang terjadi bahwa suatu saat kerjasama dengan *vendor* akan berakhir. Beberapa *vendor* mencoba taktik yang halus dengan menyandera data perusahaan – seolah-olah *vendor* memilikinya, atau juga perusahaan diharuskan membayar untuk mendapatkan data-data tersebut, sehingga perusahaan akan terpaksa tetap menggunakan jasa *vendor* tersebut.
7. Memberikan uji coba.
Sebelum menandatangani kontrak, pastikan mencoba terlebih dahulu sistem jika memungkinkan software tersebut sudah tersedia (SaaS – Software as a Service – Cloud Computing), nilai oleh perusahaan tentang software tersebut untuk jangka panjang.
8. Setuju dengan *key performance indicators* (KPI) sebelum kontrak.
Sebelum menandatangani kontrak, pastikan membuat KPI dengan *vendor* potensial tersebut.

Vendor ESS yang berskala internasional bisa menjadi prioritas perusahaan dalam rangka memilih *vendor*, berikut beberapa *vendor* yang bisa menjadi rujukan didalam mengembangkan ESS dilihat dari pendapatannya menurut Thompson (2013):

Tabel 1 Worldwide Enterprise Social Software Revenue by Vendor, 2010–2012 (\$M)

Vendor	2010	2011	2012	2012 Share (%)	2011–2012 Growth (%)
IBM	60.2	105.4	142.7	14.2	35.4
Jive Software	38.6	66.6	102.3	10.2	53.5
Communispace	45.1	59.9	70.8	7.1	18.3
Microsoft	9.6	22.3	44.0	4.4	97.4
Telligent	32.1	38.7	39.1	3.9	1.2
Mzinga	24.0	31.7	38.8	3.9	22.4
Lithium	22.2	29.5	36.3	3.6	23.0
Socialtext	25.9	34.4	35.3	3.5	2.7
NewsGator	12.0	18.5	22.0	2.2	18.9
Spigit	10.0	14.9	17.6	1.8	18.7
INgage Networks	9.7	12.9	15.7	1.6	22.1
Salesforce.com	–	1.0	12.3	1.2	1,118.5
Igloo Software	4.7	6.9	10.4	1.0	51.2
Awareness	7.1	9.5	8.8	0.9	-7.3
Moxie	–	7.3	8.1	0.8	11.3
Atos	2.5	4.2	7.9	0.8	89.2
Brightidea	1.9	4.0	5.8	0.6	44.9
TIBCO	–	1.1	5.0	0.5	361.3
HYPE Idea Management	2.9	4.3	4.7	0.5	11.1
VMware	1.8	3.3	4.7	0.5	44.9
Mavenlink	–	–	3.2	0.3	NA
harmon.ie	1.7	1.9	2.2	0.2	18.5
Attachmate Group	1.0	1.3	2.1	0.2	55.8
Cisco	1.5	2.0	2.0	0.2	2.7
EPiServer	–	0.9	2.0	0.2	115.9
Saba Software Inc.	0.3	0.8	1.1	0.1	39.4
Kindling	–	0.3	0.6	0.1	119.9
Zoho	0.4	–	–	–	NA
Oracle	1.0	1.3	–	–	NA
Other	251.3	319.2	357.3	35.6	11.9
Total	567.2	803.8	1,003.0	100.0	24.8

Source: IDC, May 2013

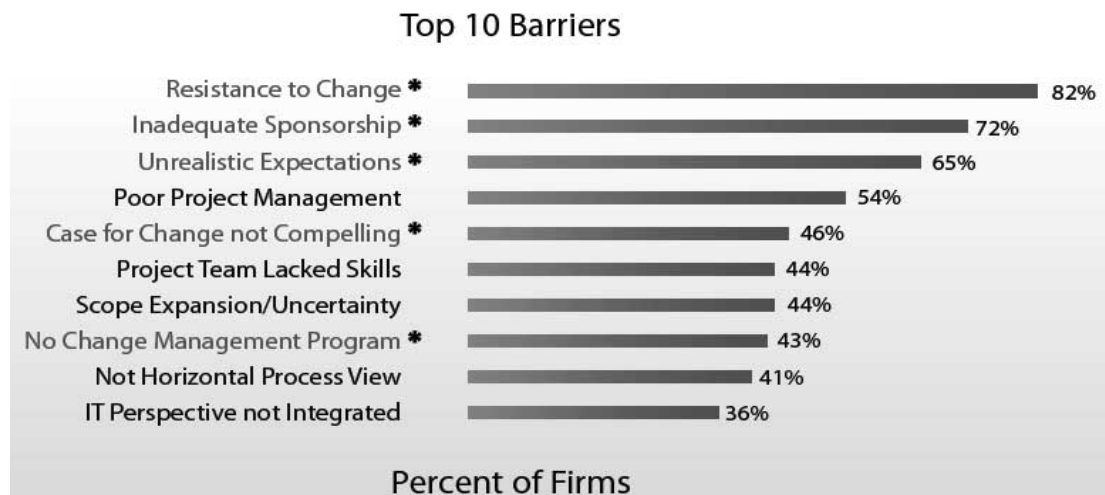
Tantangan, Hambatan dan Peluang

Agile enterprise yang menerapkan ESS memungkinkan sangat kaya akan informasi, dimana informasi mampu mengalir secara

interaktif, sehingga bisa dikatakan ESS mampu menerjemahkan *enterprise-wide collaboration*. Penerapan ESS dalam rangka meraih *enterprise-wide collaboration*, bukanlah hanya sekedar

tujuan bisnis belaka. Namun, hal tersebut sudah menjadi keharusan agar perusahaan tetap kompetitif. Ketika teknologi yang terus berubah harus mampu mengadopsi tren dan kebutuhan pasar, maka ESS lebih merupakan suatu wujud transformasi bisnis dibanding hanya sekedar mengadopsi teknologi. Hal ini sangat penting

dipahami oleh perusahaan, karena tanpa pemahaman hal tersebut maka kegagalan sudah hampir dipastikan. Sebagai pembuktian, pada gambar 2 menampilkan sebagian besar masalah yang dihadapi organisasi terkait budaya dan organisasi yang selalu berpusat pada proses (disoroti hanya yang diberikan tanda bintang).



Gambar 2 Top 10 Change Management Barriers

Menurut Gartner (2009) bahwa sekitar 50 persen dari inisiatif pengembangan ESS yang dilakukan pebisnis dan 70 persen proyek berbasis teknologi informasi diproyeksikan akan gagal. Menurut Cisco (2012), untuk menghindari resiko tersebut organisasi harus melakukan perencanaan sebelum memulai proyek ESS, sehingga organisasi mampu menghadapi hambatan-hambatan seperti:

1. Lemahnya visi jangka panjang: Pengembangan ESS memerlukan beberapa tahapan dimana tahap awal adalah perencanaan jangka panjang.
2. Ruang lingkup diawal terlalu luas: memerlukan kebutuhan bisnis yang didefinisikan secara baik namun penancangan tujuan yang harus dicapai harus didefinisikan lebih banyak.
3. Kurangnya dukungan eksekutif: proyek tidak akan jauh bergulir tanpa adanya dukungan dari eksekutif.
4. "Terjebak" di satu bagian: ESS akan tinggi nilainya apabila digunakan di seluruh perusahaan, sedangkan jika hanya sebatas digunakan satu kelompok maka nilainya sangat rendah.
5. Struktur yang terlalu sedikit: Memerlukan arahan dan bantuan yang eksplisit agar perusahaan berhasil mengoperasikan ESS.
6. Struktur yang terlalu banyak: jangan terlalu banyak aturan karena akan menghalangi inovasi dan temuan-temuan yang mungkin akan muncul, sehingga hasilnya tidak sesuai dengan yang digadang-gadangkan sebagai manfaat utama dari ESS.
7. Masalah keamanan: ESS memiliki konsep keterbukaan informasi, maka perencanaan keamanan dan mengurangi risiko harus sesuai.
8. Skala: ESS harus digunakan di skala perusahaan yang menyeluruh dalam rangka meraih manfaat yang maksimal.

9. Tidak memahami *tools*: pengguna merasa miskin akan informasi kegunaan, instruksi, dan pelatihan sehingga pengguna enggan untuk berinteraksi dengan sistem.
10. Kurangnya agen perubahan: perlu orang yang membantu agar pengguna bersemangat menggunakan ESS, dengan memberikan wawasan, manfaat, tip dan trik kepada para pengguna ESS.
11. Proses integrasi yang terbatas: para pengguna membutuhkan dorongan untuk menggunakan ESS (alat bantu) ini. Mengintegrasikan proses bisnis penting membuat para pengguna terdorong dan menjadi alasan utama untuk menggunakan ESS tersebut.
12. Tidak siap untuk dampak proses: perusahaan harus merencanakan dampak dari proses ESS sebelum penyebaran sistem.
13. Keinginan dalam menggunakan rendah: keberhasilan ESS tergantung pada pengguna dan konten. Jika tidak menggunakan situs / ESS ini maka sistem akan stagnan. Dibutuhkan pembangunan budaya menggunakan ESS.
14. Kurangnya ketergantungan: harus memiliki banyak alasan agar para pengguna memiliki rasa ketergantungan dalam menggunakan alat bantu ini. Buat agar situs ESS ini menjadi kunjungan utama, bukan sebagai situs sekunder.

Perusahaan yang mengembangkan ESS akan menghadapi tantangan dan hambatan diantaranya seperti yang disebutkan di atas, namun hal tersebut tidak menjadikan perusahaan enggan mengadopsi ESS sebagai pendukung strategi bisnisnya. Hal tersebut dikarenakan peluang yang luar biasa besar akibat dari cepatnya penerimaan media sosial di kalangan masyarakat, karyawan dan manajemen. Kebutuhan komunikasi, kolaborasi dan informasi menjadi mudah dengan perkembangan teknologi saat ini, PC, laptop, mobile phone, serta kecepatan koneksi internet yang mendukung menjadi peluang dalam menyesuaikan strategi bisnis yang didukung teknologi informasi. Saat ini dan kedepan, media sosial sudah menjadi hal yang biasa.

Dengan hal biasa itulah maka perusahaan membutuhkan satu imajinasi, inovasi, pemikiran yang maju, perencanaan, kolaborasi, dan eksekusi yang sukses dalam bisnis.

PENUTUP

Entreprise social software akan menjadi sebuah aplikasi utama dalam strategi menjadi perusahaan sosial. ESS mampu mendukung setiap *user* untuk melakukan pemberitahuan, pertimbangan atau tindakan atas informasi yang relevan untuk melaksanakan pekerjaan rutinitas maupun non rutinitas. Namun dalam penerapannya, ESS harus didukung oleh dan pemahaman mendalam dan komitmen yang sangat kuat dari manajemen.

Gartner (2013) mengatakan bahwa, diperkirakan hingga tahun 2015, 80 persen dari upaya perusahaan sosial tidak akan meraih manfaat selama kepemimpinan yang tidak memadai serta penekanan pada teknologi yang terlalu berlebihan. Tahun 2016, 50 persen organisasi besar akan memiliki jejaring sosial internal seperti Facebook, 30 persen saat itu akan menganggap hal tersebut sama pentingnya dengan email dan telepon saat ini. Pada tahun 2017, sebagian besar tampilan pengguna aplikasi sosial akan menunjukkan penggabungan *gamified-social-mobile* yang menjadi fitur kunci untuk meningkatkan daya tarik, kegunaan, efektivitas dan interaktifitas. Hal ini dapat dijelaskan bahwa, fenomena sosial yang terjadi memang dibutuhkan oleh dunia bisnis. Namun, inisiatifnya berbeda dengan pengembangan teknologi yang ada sebelumnya. Penerapan pada teknologi yang ada sebelumnya seperti teknologi tradisional, ERP, CRM, atau SCM mungkin menggunakan paradigma "*push*". Pekerja dilatih menggunakan sebuah aplikasi dan kemudian didorong untuk menggunakannya. Berbeda dengan inisiatif sosial yang diadopsi dalam perusahaan sosial, pendekatan yang dibutuhkan adalah "*pull*". Aplikasi akan mencoba menarik pekerja dengan menawarkan cara bekerja mereka akan lebih baik secara signifikan apabila mengguna-

kan aplikasi sosial tersebut. dalam realitanya, pekerja tidak bisa dipaksa untuk menggunakan aplikasi sosial, namun mereka harus *opt-in* yaitu memberikan pilihan dan kesempatan untuk masuk dan mengikuti melalui kesadarannya sendiri. Oleh karena itu pemimpin dari perusahaan sosial membutuhkan cara penekanan lain agar aplikasi ini bisa digunakan oleh pekerja, yaitu dengan cara lebih fokus melakukan inisiatif sosial dengan mengidentifikasi bagaimana praktek kerja dilapangan yang akan menarik pekerja untuk menggunakan aplikasi sosial. pemimpin membutuhkan pemahaman rinci tentang media sosial, seperti bagaimana saat ini orang-orang bekerja, dengan siapa mereka bekerja dan apa yang mereka butuhkan.

Kenyataannya memang saat ini para pemimpin atau manajemen terlalu sibuk dan

fokus pada konten dan teknologi. Seperti teknologi apa yang mampu mendukung aplikasi sosial, secanggih apa teknologi tersebut, apa saja fiturnya, menyiapkan konten untuk dipublikasi, mempublikasikan konten sebanyak mungkin atau *me-mention* pengguna untuk membaca konten. Padahal seharusnya mereka harus lebih fokus pada *leadership* dan juga *relationships*. Menyeponsori proyek sosial saja tidaklah cukup, tapi manajemen harus mengembangkan strategi bisnis yang masuk akal untuk organisasi serta mengatasi resistensi sejak awal. Keberhasilan inisiatif perusahaan sosial akan tergantung pada *leadership*, perubahan perilaku dan komitmen terhadap gaya kerja yang transparan yang perlu ditunjukkan oleh para pemimpin.

REFERENSI :

- Cisco. 2012. Enterprise Social Software: A Comprehensive Approach to Collaboration. Cisco White Paper.
- ComScore. 2013. US Digital Future in Focus 2013. ComScore.com
- Energy Saving Trust. 2010. How to set up a social enterprise, (<http://www.energysavingtrust.org.uk>, 12 Agustus 2014).
- Frost and Sullivan. 2011. Preparing Your Infrastructure for Enterprise Social Software: Strategies for Success, 5 Mei 2011, (http://www.cisco.com/c/dam/en/us/products/collateral/unified-communications/webex-social/fs_wp_cisco_final.pdf, 12 Agustus 2014).
- Gartner. 2009. Predicts 2010: Social Software Is an Enterprise Reality, December 2009. Gartner.
- Gartner. 2013. Gartner Says 80 Percent of Social Business Efforts Will Not Achieve Intended Benefits Through 2015. STAMFORD, Conn., January 29, 2013. (<http://www.gartner.com/newsroom/id/2319215>, 17 November 2014)
- Laudon, Kenneth C. and Laudon, Jane P. 2012. Management Information Systems. Managing the Digital Firm 12th Ed. Pearson Education Limited 2012.
- Qualman, Erik. 2011. "Social Media Revolution Video". Socialnomics.com, Youtube, 22 Juni 2011. (<http://www.youtube.com/watch?v=x0EnhXn5boM>, 24 April 2012).
- Schiff, Jennifer Lonoff. 2013. How to Choose the Right Software Vendor. www.CIO.com. (<http://www.cio.com/article/2386740/enterprise-software/how-to-choose-the-right-software-vendor.html>, 17 November 2014)
- Thompson, Vanessa. 2013. Worldwide Enterprise Social Software 2013 – 2017 Forecast and 2012 Vendor Shares: From ESS to ESN. IDC: Enterprise Social Networks and Collaborative Technologies: Market Analysis. June 2013, IDC#241323, Vol. 1 (http://www.avds.com/images/IDC_2013_Report.pdf, 17 November 2014).