

OPINI

Menjaga Nafas Panjang Perusahaan melalui Efisiensi

Efisiensi adalah sebuah perjalanan tanpa akhir. Ia menuntut komitmen, konsistensi, kolaborasi seluruh elemen perusahaan atau organisasi. Lantas, mengapa efisiensi perlu dilakukan? Siapa penerima manfaat terbesar?



Okta Heri Fandi

Assistant Manager CRC

Istilah efisiensi berasal dari bahasa Latin *"efficientia"*. Artinya, kemampuan memperoleh hasil yang diinginkan dengan usaha seminimal mungkin. Dalam ilmu manajemen, efisiensi diartikan sebagai perbandingan optimal antara *input* (sumber daya yang digunakan) dan *output* (hasil yang diperoleh). Suatu perusahaan atau organisasi disebut efisien ketika mampu mencapai tujuan dengan penggunaan sumber daya seminimal mungkin tanpa mengorbankan kualitas.

Efisiensi perlu dilakukan terutama ketika perusahaan menghadapi tekanan. Baik karena kondisi ekonomi, kompetisi yang semakin ketat, penurunan profitabilitas, maupun perubahan pasar yang disruptif. Efisiensi dilakukan bukan semata untuk memangkas biaya, namun juga untuk memastikan keberlanjutan bisnis dan meningkatkan kinerja.

Berdasarkan riset McKinsey & Company (2023), perusahaan yang menjalankan program efisiensi berbasis data dan teknologi mampu meningkatkan keuntungan hingga 30 persen dalam dua tahun. Sementara studi Deloitte (2022) menunjukkan, efisiensi operasional yang diiringi transformasi digital dapat mempercepat pengambilan keputusan hingga 40 persen. Efisiensi bukan sekadar urusan "lebih hemat", tapi strategi yang mendorong organisasi lebih adaptif, produktif, dan berorientasi pada penciptaan nilai (*value creation*).

Efisiensi dan optimalisasi biaya, apakah sama?

Keduanya memang berkaitan. Namun, fokus efisiensi dan optimalisasi biaya berbeda. Efisiensi lebih berorientasi pada proses kerja dan produktivitas sehingga mendorong cara kerja yang hemat dan efektif. Sedangkan optimalisasi biaya berfokus pada strategi keuangan, agar setiap pengeluaran memberikan nilai bisnis tertinggi.

Efisiensi adalah salah satu cara untuk mencapai optimalisasi biaya. Sedangkan optimalisasi biaya mencakup strategi yang lebih luas, termasuk pengelolaan investasi, restrukturisasi finansial, renegosiasi kontrak hingga pemilihan pemasok yang lebih tepat. Keduanya saling melengkapi. Ketika perusahaan menjadi lebih efisien (proses lebih cepat, pemborosan berkurang, energi hemat), maka secara alami biaya pun menurun. Inilah salah satu bentuk optimalisasi biaya (*cost optimization*).

Perbedaan efisiensi dan optimalisasi biaya dalam beberapa jenis situasi:

Situasi	Efisiensi	Optimalisasi Biaya
 Produksi	Mengurangi waktu <i>set up</i> mesin dari 30 menit menjadi 10 menit.	Meninjau ulang pemasok bahan baku agar harga lebih murah tanpa menurunkan kualitas.
 Administrasi	Otomatisasi proses klaim karyawan agar lebih cepat.	Menentukan plafon biaya perjalanan dinas sesuai kebutuhan bisnis.
 Teknologi	Menghapus aplikasi yang tidak terpakai untuk mempercepat sistem.	Beralih ke solusi <i>cloud</i> agar biaya <i>server</i> lebih terkendali.

Efisiensi diukur dengan produktivitas, rasio *output* terhadap *input*, atau kecepatan proses. Sementara optimalisasi biaya diukur dengan hasil finansial seperti *cost reduction*, *cost avoidance*, atau *return on investment* (ROI) dari setiap inisiatif penghematan.

Salah satu contoh nyata keberhasilan efisiensi datang dari Toyota melalui konsep *lean manufacturing*. Pada 1980-an, Toyota menghadapi krisis energi dan tekanan global. Alih-alih melakukan pemutusan hubungan kerja besar-besaran, Toyota mengadopsi sistem produksi *ramping*. Fokusnya pada pengurangan pemborosan (*waste elimination*). Hasilnya luar biasa: biaya produksi turun, kualitas meningkat. Toyota pun menjadi *benchmark* global dalam efisiensi manufaktur.

Namun, tidak semua upaya efisiensi berakhir manis. Seperti yang dialami United Airlines pada awal 2000-an. Demi menekan biaya, perusahaan memangkas layanan pelanggan dan staf pendukung secara besar-besaran. Akibatnya, kualitas layanan menurun drastis. Kepuasan pelanggan anjlok. Reputasi perusahaan pun terpuruk. Efisiensi yang tidak seimbang justru menjadi bumerang. Terutama yang hanya berorientasi pada pemotongan biaya tanpa mempertimbangkan penciptaan nilai dan manusia.

OPINI

**Efisiensi untuk siapa?**

Manfaat efisiensi bukan hanya untuk manajemen atau pemegang saham. Bagi perusahaan, efisiensi memperkuat daya saing dan kesehatan organisasi. Bagi pekerja, efisiensi yang dijalankan secara bijak menciptakan sistem kerja yang lebih terarah. Mengurangi tumpang tindih tugas. Peluang untuk belajar hal baru.

Manajemen pun mendapatkan kejelasan dalam pengambilan keputusan. Proses lebih transparan dan data lebih akurat. Kinerja finansial menjadi lebih sehat. Sementara bagi pelanggan, mereka mendapatkan layanan yang cepat, harga kompetitif, dan mutu yang terjaga. Bahkan, lingkungan pun diuntungkan ketika efisiensi dilakukan dalam konteks keberlanjutan, seperti penghematan energi dan pengurangan limbah.

Penelitian Harvard Business Review (HBR) mengungkapkan, organisasi yang efisien cenderung lebih adaptif dalam menghadapi perubahan pasar, sehingga memiliki tingkat ketahanan bisnis yang lebih tinggi. Artinya, budaya efisiensi juga berdampak terhadap hidup-matinya sebuah organisasi ke depan.

Efisiensi yang tepat bukanlah strategi untuk “mengurangi”, tetapi “mengoptimalkan”. Ia memberikan manfaat bagi seluruh pihak. Mulai dari pekerja, pelanggan, hingga pemegang saham. Asalkan dijalankan dengan prinsip transparansi, keseimbangan, dan orientasi jangka panjang.

Kuncinya: komunikasi yang transparan dan empatik

Meski rasional dan penting, inisiatif efisiensi seringkali mendapat penolakan dari pekerja. Penyebab umum resistensi, di antaranya adalah ketakutan akan kehilangan pekerjaan atau beban kerja yang meningkat. Untuk mencegahnya, perusahaan perlu membangun komunikasi yang transparan dan empatik.

Sosialisasi mengenai alasan dan manfaat efisiensi harus dilakukan secara terbuka. Pekerja dilibatkan dalam proses perencanaan. Internalisasi budaya efisiensi perlu menggunakan pendekatan psikologis. Jadikan efisiensi sebagai bagian dari nilai perusahaan sehari-hari, bukan hanya slogan sesaat.

Agar pekerja bersemangat berkontribusi, perusahaan perlu menumbuhkan rasa memiliki terhadap inisiatif efisiensi. Keterlibatan emosional dapat dibangun melalui pengakuan, apresiasi, dan insentif atas ide-ide inovatif dari karyawan.

Ketika pekerja merasa kontribusinya diakui dan berdampak, semangat efisiensi tidak lagi dianggap sebagai beban, tetapi sebagai bentuk kebanggaan dan tanggung jawab bersama. Kepemimpinan yang memberi teladan dalam berperilaku efisien juga memainkan peran besar dalam menginspirasi tim.

Kontribusi pekerja dalam efisiensi bisa beragam. Mulai dari hal kecil seperti menghemat penggunaan listrik, air, dan alat tulis, hingga inisiatif besar seperti merancang ulang proses kerja agar lebih sederhana. Pekerja di lini operasional dapat mengusulkan ide perbaikan proses, sedangkan tim manajerial dapat mengoptimalkan sistem pelaporan agar lebih cepat dan akurat. Efisiensi juga bisa datang dari kolaborasi antardivisi, misalnya berbagi sumber daya atau teknologi untuk menghindari duplikasi pekerjaan.

Jika berhasil, *what's next?*

Setelah efisiensi berhasil, tantangan berikutnya adalah bagaimana menjaga agar budaya efisiensi tidak pudar. Perusahaan perlu membangun sistem yang memastikan efisiensi menjadi bagian dari evaluasi kinerja, pelatihan, dan kebijakan internal. Selain itu, penting untuk merayakan keberhasilan kecil secara berkala, agar semangat efisiensi tetap hidup. Monitoring berkelanjutan dengan indikator yang jelas akan membantu perusahaan mendeteksi potensi pemborosan sejak dini.

Pekerja diharapkan terus menjaga semangat efisiensi melalui tindakan sederhana namun berdampak. Berpikir kritis sebelum menggunakan sumber daya. Berinovasi dalam menyelesaikan tugas. Berbagi praktik terbaik (*best practices*) di antara rekan kerja. Setiap individu diharapkan mampu menjadi “agen efisiensi” dalam lingkup pekerjaannya. Agar perusahaan lebih hemat dan lebih tangguh menghadapi perubahan zaman.