

BERBISNIS DALAM ERA GLOBALISASI

Oleh :
LUH ARTANINGSIH

Abstrak: Aktivitas dalam bisnis pada umumnya mempunyai tujuan menghasilkan laba untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan cukup dana bagi pelaksanaan kegiatan si pelaku bisnis atau bisnismen (*businessman*) itu sendiri. Dalam konteks yang lebih sempit, masyarakat awam seringkali menghubungkan bisnis dengan usaha, perusahaan atau suatu organisasi yang menghasilkan dan menjual barang dan jasa. Sedangkan bisnismen dikaitkan dengan pedagang, pengusaha, usahawan, atau orang yang bekerja dalam bisnis, serta orang yang menjalankan perusahaan atau industri komersial.

Perencanaan bisnis harus dibuat secara komprehensif, efisien, dan efektif agar dapat menjadi acuan bagi pelaku bisnis dalam dunia usaha yang sarat persaingan. Rencana bisnis yang disusun secara cermat akan sangat menolong dalam pengambilan keputusan karena substansinya mencakup strategi, target, dan posisi bisnis di tengah-tengah persaingan yang ada. Agar semua tujuan tersebut tercapai, sangat diperlukan strategi untuk mencapai keunggulan bersaing. Disamping itu juga perlu dilakukan berbagai upaya penyesuaian dengan prinsip-prinsip pemasaran modern, yaitu kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) atau menyediakan barang dan jasa yang sesuai dengan keinginan konsumen, kualitas yang diinginkan konsumen, harga yang kompetitif, layanan yang tepat waktu (*just-in-time*) serta memelihara kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*).

Kata kunci : Bisnis dan Globalisasi

1) Dra. Luh Artaningsih, M.M.A adalah staf pengajar pada Fakultas Ekonomi (FE) Unipas Singaraja.

A. Pendahuluan

Dalam era globalisasi dunia bisnis sangat kompleks dan membutuhkan banyak waktu bagi mereka yang ingin mempelajari secara mendalam. Situasi bisnis yang berubah cepat mendorong para pelaku bisnis untuk menanggapi secara cepat dengan beralih pada selera konsumen. Sebagian orang berpikir tentang pekerjaan mereka, sementara yang lainnya berpikir tentang barang-barang yang mereka anggap sebagai barang konsumsi dan sebagian lagi berpikir tentang jutaan perusahaan yang membentuk ekonomi dunia. Istilah yang

pengertiannya luas ini dapat diterapkan ke banyak perusahaan. Dunia bisnis menyediakan banyak peluang pekerjaan maupun produk yang disukai orang.

Bisnis dapat mendorong denyut ekonomi suatu Negara dan menyediakan berbagai sarana yang bisa memperbaiki standar kehidupan. Inti dari setiap kegiatan bisnis adalah pertukaran antara pembeli dan penjual. Seorang pembeli mengakui kebutuhan atas barang atau jasa tertentu dan menukarkan uang kepada penjual guna mendapatkan produk tersebut. Si penjual berperan serta dalam proses pertukaran ini dengan harapan mendapatkan laba.

Dalam konteks pembicaraan umum, bisnis (*business*) tidak terlepas dari aktivitas produksi, pembelian, penjualan, maupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Aktivitas dalam bisnis pada umumnya punya tujuan menghasilkan laba untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan cukup dana bagi pelaksanaan kegiatan si pelaku bisnis atau bisnisan (*businessman*) itu sendiri. Dalam konteks yang lebih sempit, masyarakat awam seringkali menghubungkan bisnis dengan usaha, perusahaan atau suatu organisasi yang menghasilkan dan menjual barang dan jasa. Sedangkan bisnisan dikaitkan dengan pedagang, pengusaha, usahawan, atau orang yang bekerja dalam bisnis, serta orang yang menjalankan perusahaan atau industri komersial. Dengan demikian, untuk memahami seluk beluk bisnis diperlukan pengetahuan, pemahaman dan penguasaan ilmu ekonomi perusahaan serta konsep-konsep pokoknya, agar bisnis dapat dikelola sesuai sasaran. Meskipun demikian, pengetahuan, pemahaman, dan penguasaan ilmu ekonomi perusahaan serta konsep-konsep pokok bisnis tersebut tidak menjamin keberhasilan bisnis yang dijalankan, bila tidak didukung kiat serta intuisi bisnis yang tepat.

B. Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang masalah di atas maka yang menjadi rumusan masalah adalah :

1. Bagaimana cara berbisnis dalam era globalisasi?
2. Faktor-faktor apa yang perlu diperhatikan agar bisnis menjadi sukses?

C. Pembahasan

1. Berbisnis dalam era Globalisasi

Bisnis (*business*) terdiri dari semua aktivitas yang bertujuan mencari laba dan perusahaan yang menghasilkan barang serta jasa yang dibutuhkan oleh sebuah sistem ekonomi. Sebagian bisnis menghasilkan barang-barang berwujud, seperti mobil, sereal untuk makan pagi, komputer dan sebagainya serta sebagian lainnya menghasilkan jasa seperti asuransi, konser musik, penyewaan mobil, penginapan dan sebagainya, (Boone & Kurtz,2001:8). Secara umum kegiatan bisnis ini ada di dalam masyarakat dan ada dalam industri. Orang yang berusaha menggunakan uang dan waktunya dengan menanggung resiko dalam menjalankan kegiatan bisnis disebut *Entrepreneur*, (Buchari Alma, 1993:2).

Sebagaimana disadari, perekonomian global telah mengalami perubahan radikal dalam dua dasawarsa terakhir ini. Ekonomi dunia secara keseluruhan sedang mengalami perubahan pesat dengan adanya faktor-faktor yang mendasarinya. Faktor pertama, globalisasi, pertumbuhan, perdagangan global, dan persaingan internasional yang eksplosif berdampak pada tidak adanya negara yang dapat tetap terisolasi dari perekonomian dunia saat ini. Jika suatu negara tetap berupaya menutup pasarnya dari persaingan asing, maka penduduknya akan membayar lebih mahal untuk barang domestik berkualitas rendah karena keterbatasan alternatif. Tapi, jika pasarnya, negara bersangkutan akan menghadapi persaingan ketat yang mau tidak mau memacu usaha domestiknya agar dikelola secara efisien dan efektif. Faktor kedua adalah perubahan dan kemajuan teknologi yang sedemikian pesatnya. Beberapa ahli bahkan mengatakan bahwa sekarang ini penduduk dunia berada dalam tahap *post industrialization* dengan perkembangan teknologi yang sangat dramatik. Apa yang dikatakan sebagai penemuan baru dalam 2 atau 3 tahun yang lalu, sekarang mungkin dianggap ketinggalan jaman. Sebagai contoh di Indonesia sekitar tahun 1960-an atau awal 1970-an, penggunaan mesin hitung mekanis masih dominan. Kemudian dikenal kalkulator elektronik yang masih sederhana. Sekarang kalkulator ilmiah makin menjamur

bahkan juga pemakaian komputer yang dari waktu ke waktu makin menampilkan dan menawarkan kecanggihan. Perkembangan internet dan bisnis yang menyertainya dalam beberapa tahun ini juga makin terasa dampaknya dalam aktivitas masyarakat keseharian. Kemudahan komunikasi yang disajikan memungkinkan perolehan informasi seketika. Belum lagi kegunaan-kegunaan lainnya. Dekade ini menyajikan kemajuan luar biasa dalam ketersediaan informasi, kecepatan komunikasi, bahan-bahan baru, kemajuan biogenitika, obat-obatan, serta keajaiban elektronika. Tiap orang akan menyaksikan banjir produk baru tanpa henti. Kemajuan teknologi komputasi, telepon, dan televisi telah memberikan dampak besar terhadap cara perusahaan menghasilkan dan memasarkan produk mereka. Karena teknologi telah memberikan makanan, pakaian, perumahan, kendaraan, dan hiburan baru yang lebih bervariasi, kehidupan manusia pun berubah drastis. Jarak geografis dan budaya telah menyempit dengan munculnya pesawat udara, mesin faks, sambungan telepon, dan komputer global serta siaran televisi satelit. Kemajuan-kemajuan ini memaksa perusahaan untuk semakin mengerti bahwa hakikat pasar tidak lagi terbatas pada ruang dan waktu.

Globalisasi dan teknologi telah mendorong seleksi alamiah yang mengarah pada *yang terkuat yang bertahan*. Keberhasilan pasar akan didapat oleh perusahaan yang mampu menyesuaikan diri dengan persyaratan lingkungan saat ini, yaitu mereka yang mampu memberikan apa yang siap dibeli orang. Baik individu, bisnis, kota, bahkan seluruh negara harus menemukan cara menghasilkan nilai yang dapat dipasarkan (*marketable value*) yaitu barang dan jasa yang menarik minat beli orang.

Sebagai dampak globalisasi dan perubahan teknologi, situasi pasar saat ini didorong ke arah keadaan yang berbeda jauh sekali dibandingkan situasi pasar sebelumnya. Perubahan-perubahan tersebut tampak pada berbagai fenomena, antara lain :

- a. Kekuasaan saat ini sudah beralih ke tangan konsumen.

- b. Skala produksi yang besar tidak lagi merupakan keharusan.
- c. Batasan-batasan negara dan wilayah tidak lagi menjadi kendala.
- d. Teknologi dengan cepat dapat dikuasai dan ditiru.
- e. Setiap saat akan muncul pesaing-pesaing dengan biaya yang lebih murah.
- f. Meningkatkan kepekaan konsumen terhadap harga dan nilai.

Situasi dan kondisi demikian memotivasi pelaku bisnis agar senantiasa mampu mengantisipasi pasar secara berkesinambungan. Untuk itulah, agar dapat bertahan, mereka perlu menganalisis pasar, mengenali peluang, memformulasikan strategi pemasaran, mengembangkan taktik dan tindakan spesifik, serta menyusun anggaran dan pelaporan kinerja. Perusahaan harus mampu memberikan apa yang diharapkan pelanggan dan menepati janji-janjinya secara konsisten. Dengan demikian, perencanaan bisnis yang benar-benar matang sangat diperlukan, sehingga bisnis dapat tumbuh berkembang dan mampu menghasilkan laba sebagaimana diharapkan. Perencanaan bisnis yang baik juga harus dapat secara jelas menggambarkan karakteristik bisnis yang sedang atau akan dilaksanakan sehingga pihak-pihak yang tertarik dapat melihat secara transparan dan mengerti dengan jelas prospek perkembangannya di masa yang akan datang. Perencanaan bisnis yang baik harus memuat asumsi-asumsi serta alasan yang dipergunakan sebagai dasar perhitungan, seperti dasar perhitungan besarnya permintaan dan proyeksi penjualan, perhitungan harga pokok penjualan, strategi-strategi yang akan dilakukan, serta berbagai strategi manajemen untuk pengembangan bisnis.

Rencana bisnis yang disusun secara cermat akan sangat menolong dalam pengambilan keputusan karena substansinya mencakup strategi, target, dan posisi bisnis di tengah-tengah persaingan yang ada (M. Fuad dkk, 2006:1). Agar semua tujuan tersebut tercapai, sangat diperlukan strategi untuk mencapai keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing ini penting untuk diketahui dalam penyusunan perencanaan bisnis karena tidak lepas dari prinsip-prinsip ekonomi, yaitu bagaimana kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan lancar dengan

meminimalkan seluruh biaya yang ditimbulkan dan memaksimalkan keuntungan. Disamping itu juga perlu dilakukan berbagai upaya penyelarasan dengan prinsip-prinsip pemasaran modern, yaitu kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) atau menyediakan barang dan jasa yang sesuai dengan keinginan konsumen, kualitas yang diinginkan konsumen, harga yang kompetitif, layanan yang tepat waktu (*just-in-time*) serta memelihara kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*).

2. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan agar bisnis menjadi sukses

Perencanaan bisnis (*business planning*) seharusnya merupakan sebuah aktivitas yang tanpa putus dilakukan dengan pemahaman bahwa rencana bisnis tidak hanya merupakan sebuah alat untuk mendapatkan modal usaha, tetapi perencanaan bisnis adalah perangkat yang tidak bisa dibuang dalam menyelenggarakan sebuah bisnis. Perencanaan bisnis yang berkelanjutan adalah satu-satunya cara untuk mengurangi resiko yang tak terhindarkan dari setiap bisnis.

Strategi yang bisa membuat seorang *entrepreneur* menjadi sukses (RH. Wiwoho, 2010:139) antara lain adalah :

- a. Pilih industri yang sedang tumbuh, ini lebih baik ketimbang memilih industri-industri yang sudah sesak dengan para pemasok. Manfaatkan tren yang sedang berkembang, Sekarang ini karena tekanan waktu, banyak orang membeli jasa yang biasanya mereka sediakan sendiri, seperti menyiapkan makan dan merawat anak. Untuk mengurangi biaya, banyak perusahaan yang mengontrakkan layanan, seperti *cleaning service*, makanan atau kudapan, pemrograman komputer dsb.
- b. Dapatkan pendidikan dan pengalaman kerja yang sesuai, seperti berikut :
 - 1) Dapatkan pendidikan yang lebih tinggi. Untuk berbisnis teknologi tinggi, anda harus lulusan sarjana atau magister. Jika lingkup kerja anda adalah teknologi sederhana, ijazah akademi saja mungkin sudah cukup.

- 2) Dapatkan pengalaman kerja di beberapa area fungsional, termasuk pemasaran dan keuangan. Juga pengalaman praktis dalam lini produksi dan keterampilan penjualan.
 - 3) Bekerja di sebuah perusahaan yang sedang dalam tahap dirintis untuk mendapatkan pengalaman *entrepreneurship* spesifik. Pengalaman ini sebaiknya sama dengan industri yang ingin anda rintis nantinya dan sebaiknya mencakup kegiatan yang merupakan karakteristik seorang *entrepreneur* yang sukses, yakni: adanya jaringan dan peluang untuk melakukan negosiasi.
- c. Bangun jaringan yang luas dalam setiap fase-fase rintisannya. Keluarga dan teman dapat membantu secara langsung atau mengarahkan ke koneksi-koneksi lain yang nantinya akan berguna. Kontak-kontak informal akan membantu anda dalam memilih lokasi, meningkatkan permodalan, mencari karyawan dan mitra-mitra kunci, mendapatkan izin dan bahkan memperoleh pelanggan untuk produk atau jasa anda. Carilah jasa *Business Coach* bila anda membutuhkannya.
 - d. Pastikan anda memiliki cukup modal pada fase awal bisnis anda, sehingga anda tidak kehabisan uang sebelum bisnis anda menghasilkan arus kas yang positif. Hal ini membutuhkan perencanaan yang sangat baik.
 - e. Cari pengacara dan akuntan yang punya pengalaman luas dalam melayani klien yang sedang merintis bisnis baru, dan sebaiknya di industri yang relevan dengan bisnis anda.
 - f. Bangun relasi yang mantap dengan para pemasok yang akan memasok kebutuhan-kebutuhan anda nantinya.

D. Simpulan

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan:

1. Perencanaan bisnis harus dibuat secara komprehensif, efisien, dan efektif agar dapat menjadi acuan bagi pelaku bisnis dalam dunia usaha yang sarat persaingan.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kemungkinan untuk sukses sebagai seorang *entrepreneur* diantaranya adalah : pilihan industri, pendidikan dan pengalaman si *entrepreneur*, pembentukan jaringan atau kontak-kontak pribadi dan dana yang cukup untuk memulai bisnis.

E. Daftar Pustaka

1. Boone & Kurtz. 2001. *Pengantar Bisnis*. Surabaya : Erlangga.
2. Buchari, Alma. 1993. *Pengantar Bisnis*. Bandung : Alfabel.
3. Husnan, Suad dan Suwarsono. 1994. *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta AMP.YKPN.
4. Setiadi, Nugroho. 2003. *Prakiraan Bisnis*. Bogor : Kencana.
5. M.Fuad, Christine H., Nurlela, Sugiarto, Paulus. 2006. *Pengantar Bisnis*. Bogor : Grafika Mardi Yuana.
6. RH. Wiwoho. 2010. *Penyebab Kehancuran Bisnis*. Testimoni Buku Beras Kencur.