

Pertemuan 3:

Globalisasi, Modernisasi dan Digitalisasi

1. Pendahuluan

Pertumbuhan perekonomian dunia di era *society 5.0* saat ini berdampak kepada semakin tingginya tingkat persaingan bisnis antar perusahaan domestik, regional dan internasional. Globalisasi, modernisasi dan transformasi digital di era industri 4.0 dan *society 5.0* menyebabkan berkembangnya kegiatan bisnis internasional.

Menurut Budi Kusnadi et all. (2014) saat ini perkembangan kegiatan bisnis internasional semakin maju karena: a) Peningkatan IPTEK yang pesat sehingga transportasi dan komunikasi menjadi lebih cepat, b) Liberalisasi dalam kebijakan pemerintah sehubungan dengan pergerakan perdagangan dan sumber daya lintas negara, c) Pengembangan lembaga untuk mendukung dan memfasilitasi perdagangan internasional, d) Peningkatan kompetisi global, tidak saja hanya antara perusahaan dalam satu negara tetapi juga perusahaan lain dalam satu regional/kawasan bahkan antar benua (persaingan global).

2. Pengertian Globalisasi

Globalisasi adalah proses integrasi internasional karena pertukaran pandangan dunia, produk, pemikiran dan aspek-aspek kebudayaan lainnya. Menurut Hill (2014), globalisasi merujuk pada perubahan ekonomi dunia yang lebih terintegrasi dan saling bergantung dengan aspek: a) Globalisasi Pasar: penggabungan perbedaan sejarah dan pasar negara yang terpisah menjadi satu pangsa pasar global yang besar. Tidak adanya lagi hambatan lintas batas perdagangan sehingga penjualan internasional lebih mudah, b) Globalisasi Produksi: pengambilan sumber produk dan jasa dari lokasi di seluruh dunia untuk mengambil keuntungan perbedaan negara (biaya dan kualitas faktor produksi). Jadi globalisasi secara umum diartikan suatu proses dimana masyarakat dunia semakin terhubung, terkait dan tergantung satu sama lain dalam berbagai aspek kehidupan seperti sosial, budaya, ekonomi, politik, lingkungan hidup. Dengan kata lain, trend ke arah ketergantungan ekonomi, budaya, politik dan teknologi diantara perusahaan nasional dan global.

3. Kekuatan-Kekuatan Globalisasi

Ball (2005) menjelaskan globalisasi ekonomi yaitu perusahaan-perusahaan raksasa (*Multi National Corporation*) di seluruh dunia, terjadi karena lima dorongan yaitu:

Politis: Terdapat kecenderungan terhadap penyatuan dan sosialisasi komunitas global. Misalnya Kesepakatan NAFTA, MEE

Teknologi: Kemajuan teknologi komputer dan komunikasi memungkinkan aliran gagasan dan informasi yang meningkat melewati batas-batas negara dan memungkinkan para pelanggan mempelajari barang-barang luar negeri. Internet dan komputerisasi jaringan memungkinkan perusahaan kecil bersaing secara global karena memungkinkan adanya aliran informasi yang cepat tanpa mempedulikan lokasi fisik pembeli dan penjual.

Pasar: Dengan menduniannya perusahaan-perusahaan mereka juga menjadi pelanggan pelanggan global. Mengetahui pasar dalam negeri telah jenuh, juga membuat perusahaan-perusahaan mulai merambah pasar-pasar di luar negeri terutama ketika para pemasar menyadari ada suatu kesamaan selera dan gaya hidup pelanggan yang diakibatkan oleh meningkatnya perjalanan wisatawan, TV satelit dan pemakaian merek global.

Biaya: *Economic of scale* untuk mengurangi biaya per unit selalu merupakan tujuan manajemen. Salah satu alat untuk mencapainya adalah mengglobalisasi lini-lini produk untuk mengurangi biaya pengembangan produksi dan persediaan. Perusahaan juga dapat menempatkan produksi di negara-negara dimana biaya produksinya lebih rendah.

Persaingan: Persaingan bisnis internasional semakin kompetitif sejak diberlakukannya *Free Trade Area*, MEA 2015, G20, G8. Perusahaan-perusahaan baru yang banyak berasal dari negara-negara berkembang dan industri baru, telah memasuki pasar-pasar dunia di bidang permobilan dan elektronik.

4. Pasar Global

Pasar global adalah pasar berskala dunia yang terbuka bagi seluruh pelaku usaha, yang mengalami perkembangan pesat karena: semakin banyak orang melakukan perjalanan antar negara sehingga menjadi konsumen global,

semakin banyak transportasi antar negara yang mempermudah distribusi produk. Perdagangan dunia semakin meningkat seiring dengan meningkatnya permintaan pasar dunia sehingga semakin terbukanya peluang bagi perusahaan di pasar global: a) Dapat membuka pabrik di negara lain yang upah buruhnya lebih rendah, b) Membuka kantor cabang dan pabrik di seluruh dunia untuk mempermudah dan mempermurah biaya distribusi, c) Memperoleh target konsumen lebih banyak dengan memperkenalkan produknya di negara lain yang lebih potensial. Selain peluang, terdapat hambatan dan kendala: a) Perbedaan budaya dan selera *host country*, b) Perbedaan daya beli masyarakat, c) Peraturan nasional.

5. Faktor-faktor yang mendorong Bisnis Global

Faktor-faktor yang mendorong Bisnis Global menurut Sihite, Mislan (2016): memenuhi kebutuhan barang dan jasa di luar negeri (pasar asing), biaya murah, menghindari hambatan perdagangan berupa tarif, menikmati kemudahan dari pemerintah, memperoleh keuntungan, meningkatkan pendapatan negara, perbedaan kemampuan penguasaan IPTEK, informasi eksklusif peluang pasar internasional: sumber bahan mentah baru dalam jumlah besar, Komitmen manajemen go internasional, memperoleh skala ekonomis, meningkatkan citra perusahaan, mengeksport teknologi ke negara terbelakang, membuka pasar karena kelebihan produksi dalam negeri, Perbedaan SDA, iklim, tenaga kerja, budaya, jumlah penduduk, SDM, kesamaan selera produk/jasa, memperpanjang daur hidup produk perusahaan yang mencapai kejenuhan di pasar domestik, mengurangi ketergantungan satu pasar saja, menghindari resesi dalam negeri, Keinginan membuka kerjasama, hubungan politik, dan dukungan negara lain, meningkatkan pengaruh politik perusahaan, Tekanan persaingan bisnis DN, Kerjasama dan kesepakatan bisnis.

6. Manfaat Globalisasi

Bagi pemasaran:

- a) Membantu perusahaan untuk menurunkan biaya dengan standarisasi kegiatan pemasaran
- b) Eksplorasi pasar internasional jika pasar domestik kecil
- c) Peningkatan pendapatan khususnya untuk produk musiman

Bagi produksi:

- a) Menurunkan biaya TK sehingga harga produk menjadi kompetitif
- b) Menyediakan pengetahuan teknis atau ketidakberadaan SDA yang tersedia di negara asal.

7. Dampak Globalisasi

- a) Dislokasi pasar TK, gap terhadap peraturan TK dan lingkungan TK
- b) Ketidakadilan antar negara. Negara berkembang dapat meningkatkan pendapatan penduduknya yang miskin dengan melibatkan dalam ekonomi global
- c) Membantu proses demokrasi ke seluruh dunia dan mendanai proses kegiatan yang berkaitan dengan isu global
- d) Budaya negara berkembang terpengaruh oleh globalisasi

8. Modernisasi

Modernisasi ditandai dengan cepatnya kemajuan dan perkembangan teknologi dalam bidang *transportation*, *telecommunication* dan *tourism*, yang dikenal dengan sebutan *triple revolution* (Hady, Hamdi, 2004). Globalisasi dan modernisasi memiliki dampak luas terhadap tumbuhnya mekanisme pasar terbuka melalui bisnis internasional, sehingga negara tidak dipengaruhi oleh batas-batas fisik/geografis. Hal ini mendorong munculnya persaingan yang semakin ketat. Hanya negara yang memiliki keunggulan bersaing tinggi yang dapat bertahan dan berkembang secara berkelanjutan. Salah satu faktor penentu keberhasilan suatu negara memiliki *sustainable competitive advantage* adalah memiliki pengetahuan tentang bisnis internasional. Dengan *knowledge creation* akan menghasilkan inovasi berkelanjutan, sehingga tercapai keunggulan kompetitif.

9. Digitalisasi

Seiring dengan perkembangan industri, karakteristik masyarakat dan perilaku konsumen juga berubah. *Era society 5.0* merupakan era dimana masyarakat menyeimbangkan kemajuan ekonomi dan teknologi dengan menyelesaikan masalah melalui sistem yang mengintegrasikan dunia maya dan ruang fisik. Karakteristik utama *Era Society 5.0* antara lain: *Technology Based* (penggunaan teknologi canggih, robot, drone, komputer, *artificial intelligent*

dan big data), *Human centered* (Kegiatan manusia memanfaatkan kecanggihan teknologi).

Salah satu bisnis di Era society 5.0 adalah *digital marketing* yang menunjukkan tren positif di era pandemi Covid 19. Bisnis pemasaran digital lebih disukai pelaku usaha karena menghindari kontak fisik langsung, menggunakan e-money dengan sistem QRIS, sehingga dirasa lebih aman daripada pemasaran konvensional, lebih menjangkau konsumen secara relevan tanpa batasan geografis dan tepat waktu. Jadi peluang bisnis *digital marketing* sangat menjanjikan di masa depan, dapat menjangkau pasar global (memperlakukan dunia sebagai satu pasar).

Indonesia merupakan negara dengan tingkat adopsi *E-Commerce* tertinggi di dunia pada tahun 2019 (*GlobalWebIndex*). Perubahan gaya hidup konsumen, industri *E-commerce* banyak membuka peluang bisnis baru, semakin kompetitif dan masih banyak potensi yang belum tergali. Bisnis *startup* merupakan bisnis rintisan yang mengutamakan ide baru dan memberi solusi atas permasalahan konsumen, mengandalkan teknologi untuk membantu pertumbuhan bisnis global.

10. Penentuan Strategi Bersaing Menghadapi Tantangan Pasar Global

Strategi global mengasumsikan produk-produk yang lebih distandarisasi. Akibatnya, strategi kompetitif disentralisasi dan dikendalikan oleh kantor pusat. Jadi strategi global menekankan pada skala ekonomi dan menawarkan lebih banyak peluang untuk mendayagunakan inovasi yang dikembangkan pada tingkat perusahaan atau dalam sebuah negara atau di pasar-pasar lainnya. Strategi global memiliki risiko yang rendah, tetapi dapat melewatkan peluang yang tumbuh di pasar lokal, karena pasar itu tidak menunjukkan peluang/karena peluang itu mengharuskan produk/jasa disesuaikan pada pasar lokal. Akibatnya strategi ini tidak responsif terhadap pasar lokal dan sulit dikelola karena kebutuhan untuk mengkoordinasi strategi tersebut dan mengoperasikan keputusan lintas negara. Pencapaian kegiatan operasi yang efisien perlu berbagi sumberdaya dan penekanan diberikan pada koordinasi dan kerjasama antar unit di lintas negara tersebut. Strategi ini banyak diterapkan oleh perusahaan Jepang.

Terdapat banyak alasan operasi bisnis domestik memutuskan *go internasional* (Kadim, 2017): 1). Mengurangi Biaya, 2). Memperbaiki Rantai Pasokan: dengan menempatkan fasilitas di negara dimana sumberdaya tertentu berada, 3). Memberikan Produk dan Pelayanan yang lebih baik, 4). Mendapatkan Pasar Baru, 5). Belajar Memperbaiki Operasi: bersikap terbuka terhadap ide baru sesuai perkembangan jaman, 6). Mendapatkan dan mempertahankan bakat global.