

Upaya Indonensia Memenangkan Bisnis Di ASEAN : Pendekatan Analisis SWOT

Abstract: Free trade is not confined to ASEAN, but between the countries in the world. Economic globalization and the free market system the world put Indonesia part of the system. At the ASEAN level competition alone, we should really ready, let alone to face world competition. Mentally strong and tough is needed businesses to be able to face the competition. If mental businessman who owned half and half, they will experience a lot of trouble. ASEAN market is very broad, competitive and multi-language concept , it must make the business much more expert in business and communication skills. Indonesia has prepared a strategy in winning the business, namely: Improving the investment climate and institutional strengthening. Preparation in various sectoral level. Safety measure market domestic products. Strengthening global competitiveness, and. Strengthening of the most important sectors that export .

Keywords : *Business, ASEAN, Competence, Investment, Global*

Sabri

*Dosen Fakultas Ekonomi dan
Bisnis
Universitas Muhammadiyah*

sabriyusuf60@yahoo.com

PENDAHULUAN

Abad 21 diwarnai oleh era globalisasi; kesiapan pemerintah dalam menghadapinya perlu didukung oleh para pelaku bisnis dan akademisi. Strategi SDM perlu dipersiapkan secara seksama khususnya oleh perusahaan-perusahaan agar mampu menghasilkan keluaran yang mampu bersaing di tingkat dunia. Perdagangan bebas tidak hanya terbatas pada ASEAN, tetapi antar negara-negara di dunia. Globalisasi ekonomi dan sistem pasar bebas dunia menempatkan Indonesia bagian dari sistem tersebut. Pada kompetisi tingkat ASEAN saja, kita dituntut benar-benar siap, apalagi menghadapi persaingan dunia. Indonesia dengan jumlah penduduk lebih dari 200 juta orang akan merupakan pangsa pasar yang potensial.

ASEAN merupakan suatu organisasi perkumpulan bangsa-bangsa di Asia Tenggara. Negara Indonesia termasuk salah satu dari anggota ASEAN. Pada tahun 2015, ASEAN merencanakan penerapan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), untuk menjaga stabilitas politik dan keamanan regional ASEAN, meningkatkan daya saing kawasan secara keseluruhan di pasar dunia, dan mendorong pertumbuhan ekonomi, mengurangi kemiskinan, serta meningkatkan standar hidup masyarakat.

Indonesia dituntut mampu bersaing secara profesional pada skala dunia (global) supaya dapat tetap survive dan bahkan berkembang. Globalisasi pasar dan kompetisi menciptakan suatu perubahan yang sangat besar. Strategi yang tepat harus diaplikasikan untuk meraih keberhasilan melalui pemanfaatan peluang-peluang yang ada pada lingkungan bisnis yang bergerak cepat dan semakin kompetitif.

Banyak perusahaan-perusahaan di dunia dan di Indonesia telah menyadari hal tersebut dan memilih strategi perusahaan yang tepat. Namun tidak sedikit pula dari mereka yang tidak memperhitungkan implikasi langsung strategi perusahaan tersebut terhadap sumber daya manusia.

TINJAUAN TEORITIS

Pengambilan keputusan merupakan hal yang sangat penting dalam organisasi perusahaan modern. Manajemen perusahaan harus mampu menciptakan berbagai keputusan strategis baik dalam lingkup pelaksanaan kegiatan bisnis untuk tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Sehubungan dengan keputusan yang perlu dibuat, manajemen perusahaan memerlukan berbagai informasi baik secara internal dari dalam perusahaan sendiri terkait dengan sumber daya (resource) yang dimiliki, kekuatan dan kelemahan, kapasitas dan kapabilitas yang dimilikinya, maupun dari aspek eksternal perusahaan terkait dengan faktor-faktor yang secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi kegiatan

bisnis perusahaan seperti faktor politik, ekonomi, sosial budaya, dan teknologi.

Mengutip the UN trade facilitation network and global facilitation partnership for transportation and trade (2005), menyatakan: Enabling small and medium-sized enterprises (SMEs) to enter the international supply chain relies on the development of a supportive business environment for SMEs and the build-up of the human, technical, and financial capacity of these SMEs so they can understand the policies and operations of global supply chains and profitably respond to those requirements. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa penting bagi UMKM untuk mampu mengimplementasikan SCM.

Akuntansi adalah alat mekanis yang secara pribadi diterapkan pada kegiatan bisnis, akuntansi berkembang menjadi media yang sangat penting untuk mengungkapkan fakta umum yang penting tentang masyarakat modern dan kompleks di mana kita hidup. akuntansi bertindak sebagai fungsi pencatatan dengan melaporkan informasi yang berguna bagi pemilik dan pemegang saham, investor yang disebabkan pemisahan pemilikan dengan pengawasan tidak lagi memiliki pengetahuan tentang kondisi dan kegiatan usaha. Tujuan akuntansi tidak lagi membuat pertanggungjawaban yang jelas bagi pemilik tetapi membiarkan perusahaan survive. Di pihak lain akuntansi telah menjadi alat untuk mengukur keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan yang berbeda dari keuntungan sosial. Sementara masyarakat mengharapkan agar perusahaan bertindak sebagai koordinator dalam penggunaan SDM, bahan baku dan dana yang menghasilkan barang dan jasa dalam mendistribusikan hasilnya kepada penyumbang. Tetapi sayangnya belum dikembangkan kepada metode untuk melaporkan kemajuan masyarakat dan juga tidak membuat laporan atas hasilnya.

Mempelajar dan menerapkan akuntansi syariah pada hakekatnya adalah belajar dan menerapkan prinsip keseimbangan atas transaksi atau perkiraan atau rekening yang telah dicatat dan dilaporkan kepada yang berhak kepada yang berhak mendapatkan isi laporan. Peranan manusia sebagai khalifah di muka bumi, maka seluruh upaya dilakukan oleh manusia harus mampu merespon kebutuhan masyarakat atau harus memiliki orientasi sosial. Demikian pula upaya kita untuk mengembangkan akuntansi syariah. Akuntansi harus berkembang dengan merespon kebutuhan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian merupakan segala sesuatu yang mencakup tentang pendekatan yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu pengukuran yang cermat terhadap fenomena sosial tertentu.

Penggunaan rancangan pendekatan ini diharapkan dapat mengetahui variabel-variabel terhadap fenomena yang diteliti secara mendalam.

Fenomena tersebut adalah berkenaan dengan upaya Indonesia memenangkan bisnis ASEAN dan SWOT akan dipergunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis, merumuskan strategi, dan selanjutnya dibuatkan program pengembangan untuk direkomendasikan kepada pihak yang berkompeten.

PEMBAHASAN

Hal pertama yang perlu disiapkan dalam menghadapi pasar bebas ASEAN adalah mentalitas. Pasar bebas ASEAN memang akan membuat banyak perubahan dan yang pasti persaingan bisnis yang semakin sengit.

Dari sini mental yang kuat dan tangguh sangat dibutuhkan para pebisnis untuk mampu menghadapi persaingan tersebut. Jika mental yang dimiliki pebisnis setengah-setengah, maka mereka akan mengalami banyak kesulitan untuk bisa mengatasi tantangan yang ada dan tak lama kemudian bisnisnya bisa goncang dan akhirnya jatuh.

Setelah mental sudah beres, hal berikutnya yang perlu Anda siapkan untuk menghadapi pasar bebas ASEAN adalah kompetensi. Kompetensi yang dimaksud di sini adalah kemampuan dan keahlian. Pasar ASEAN yang sangat luas, kompetitif dan berkonsep multi-bahasa, tentu harus membuat pebisnis jauh lebih ahli dalam kecakapan berbisnis dan berkomunikasi.

Terlebih dari sisi komunikasi, Anda akan dituntut untuk bisa berbahasa asing, terutama bahasa Inggris. Kompetensi lain yang perlu pebisnis lebih kuasai dalam pasar bebas Asia Tenggara ini adalah profesionalitas. Karena ini adalah pasar mancanegara, maka Anda akan dituntut lebih untuk lebih profesional dari sebelumnya.

Dalam menghadapi pasar yang sangat kompetitif ini, Anda tak bisa bekerja dengan tim yang kecil Anda. Anda harus meluaskan hubungan dan kerjasama Anda lebih luas dan lebih intens lagi. Dengan relasi dan kolaborasi yang makin kuat dan profesional ini bisnis Anda akan jauh lebih kokoh dan handal.

Kekuatan relasi dalam kolaborasi ini memang sangat penting dalam dunia bisnis. Semakin kuat dan luas jaringan relasi Anda, maka semakin besar pula sebuah bisnis akan mencapai kesuksesan. Dalam kasus pasar bebas ASEAN ini, Anda tak bisa lagi mengandalkan jaringan yang Anda miliki sekarang. Anda harus meluaskan lagi relasi dan kolaborasi bisnis Anda hingga mencapai jaringan mancanegara.

Indonesia telah mempersiapkan strategi dalam memenangkan bisnis, yaitu: 1. Perbaikan iklim investasi dan penguatan institusi 2. Persiapan di berbagai tingkat sektoral 3. Pengamanan pasar produk

dalam negeri 4. Penguatan daya saing global, dan 5. Penguatan sektor terpenting yaitu ekspor.

Pemerintah telah menyatakan bahwa Indonesia sudah 82 persen siap menghadapi MEA. Namun, klaim persentase kesiapan tersebut ternyata hanya sebatas check list sejauh mana Indonesia telah menjalankan kesepakatan-kesepakatan MEA. Padahal untuk memenangkan persaingan di ASEAN yang makin kompetitif semestinya pemerintah menyiapkan strategi komprehensif yang menjadi agenda bersama antara pemerintah (Pusat dan Daerah) dengan dunia usaha.

- Pertama, implementasi MEA berpotensi menjadikan Indonesia sekadar pemasok energi dan bahan baku bagi industrialisasi di kawasan ASEAN, sehingga manfaat yang diperoleh dari kekayaan sumber daya alam minimal, tetapi beban defisit neraca perdagangan barang Indonesia yang saat ini paling besar diantara negara-negara ASEAN semakin bertambah. Salah satu yang harus dilakukan Indonesia adalah menyusun strategi industri, perdagangan dan investasi secara terintegrasi, paling tidak dalam konteks kerjasama MEA.
- Kedua, implementasi MEA akan semakin melebarkan defisit neraca perdagangan jasa seiring peningkatan perdagangan barang. Indonesia harus segera mengimplementasikan rencana untuk membangun dan mendukung industri transportasi yang menjadi sumber defisit terbesar. Langkah lainnya, menetapkan sektor pariwisata sebagai prioritas dengan menyusun strategi dan kebijakan baru, karena selama ini pariwisata telah menjadi penyumbang surplus dalam neraca perdagangan jasa.
- Ketiga, implementasi MEA akan membebaskan aliran tenaga kerja sehingga Indonesia harus mengantisipasi dengan menyiapkan strategi karena potensi membanjirnya TKA akan berdampak pada naiknya remitansi TKA yang saat ini pertumbuhannya lebih tinggi daripada peningkatan remitansi TKI, akibatnya berpotensi menjadi tambahan beban bagi Indonesia dalam menjaga neraca transaksi berjalan dan mengatasi masalah pengangguran.
- Keempat, implementasi MEA akan mendorong masuknya investasi ke Indonesia dari dalam dan luar ASEAN. Indonesia harus bergegas menyiapkan strategi dan kebijakan yang dapat memberi insentif bagi partner ekonominya untuk ikut membangun industri hulu pengolah sumber daya alam, sehingga manfaat ekonomi dari investasi lebih besar, baik dari sisi nilai tambah, penciptaan lapangan kerja maupun terbangunnya industri hulu. Tidak ada pilihan bagi Indonesia kecuali segera menyusun rencana strategi, serta mensosialisasikan dan mengimplementasikan bersama dengan pelaku usaha.

PENUTUP

Kesimpulan

- Kompetensi lain yang perlu pebisnis lebih kuasai dalam pasar bebas Asia Tenggara ini adalah profesionalitas. Karena ini adalah pasar mancanegara, maka Anda akan dituntut lebih untuk lebih profesional dari sebelumnya.
- Dalam menghadapi pasar yang sangat kompetitif ini, Anda tak bisa bekerja dengan tim yang kecil Anda. Anda harus meluaskan hubungan dan kerjasama Anda lebih luas dan lebih intens lagi. Dengan relasi dan kolaborasi yang makin kuat dan profesional ini bisnis Anda akan jauh lebih kokoh dan handal.
- Kekuatan relasi dalam kolaborasi ini memang sangat penting dalam dunia bisnis. Semakin kuat dan luas jaringan relasi Anda, maka semakin besar pula sebuah bisnis akan mencapai kesuksesan..
- Indonesia telah mempersiapkan strategi dalam memenangkan bisnis, yaitu: 1. Perbaikan iklim investasi dan penguatan institusi 2. Persiapan di berbagai tingkat sektoral 3. Pengamanaan pasar produk dalam negeri 4. Penguatan daya saing global, dan 5. Penguatan sektor terpenting yaitu ekspor..

Saran

- Untuk meningkatkan daya saing diperlukan sinergi antara peran pemerintah selaku pembuat kebijakan serta lembaga pendamping, khususnya lembaga keuangan mikro untuk mempermudah akses per Kreditan dan perluasan jaringan informasi pemasaran. Selain itu, budaya mencintai produksi dalam negeri juga perlu dipupuk agar UMKM berkembang dan perekonomian nasional menjadi lebih kuat.
- Pelaku usaha mikro, kecil dan menengah perlu aktif untuk bekerjasama dan berkoordinasi dengan Pemerintah maupun Pemerintah Daerah untuk terus melakukan pembinaan dan pelatihan melalui peningkatan capacity building dan penerapan aplikasi information technology (IT), termasuk mengefektifkan kembali web Pemda-Pemda saat ini yang tidak optimal sebagai basis komunikasi UMKM di daerah.

REFERENSI

- Caccetta, L., and Syarif, A. 2008, "Improving The Performances of Supply Chain Networks". **Round table discussion** at Curtin University of Technology. Western Australia.
- Lu, J.W., dan P.W. Beamish, 2001, "The Internalization and Performance of SMEs", **Journal of Strategic Management**, special issue: Entrepreneurship Strategies for Wealth Creation: vol 22, Issue 6-7, page 565-586. Publish online 6 June 2001.
- Syarif, A, 2012, "Pemetaan Supply Chain Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Palembang (studi kasus: kain songket tradisional)", **Proceeding Seminar Nasional Pengelolaan Industri Kreatif Sebagai Penunjang Stabilitas Sistem Keuangan**, FE Universitas Atma Jaya. Jakarta.
- Kotler. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta. Bandung