

TRANSFORMASI GLOBAL: LANGKAH PRAKTIS MENGEMBANGKAN USAHA HINGGA TEMBUS PASAR INTERNASIONAL

Rima Parawati Bala¹
Sutianingsih²

Program Studi Manajemen STIE Atma Bhakti Surakarta
e-mail: parawatibala32@gmail.com

ABSTRAKSI

Perdagangan Internasional serta cara memasukinya menjadi hal yang sangat penting untuk dipelajari oleh para pelaku bisnis. Pemahaman ini dapat memberikan pengetahuan kepada perusahaan-perusahaan internasional untuk mendirikan dan memperluas operasi-operasi diluar negeri. Untuk dapat ikut serta bersaing dengan produk-produk luar negeri, ada beberapa pilihan yang dapat dipertimbangkan oleh para pelaku bisnis sebagai cara memasuki pasar luar negeri adalah dengan cara Ekspor. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada Bumi Perkemahan Segorogunung. Kegiatan pengabdian adalah metode bimbingan dan penyuluhan yang diberikan oleh narasumber. Setelah mengikuti pengabdian ini diharapkan peserta mendapatkan wawasan tentang cara mengembangkan usaha mereka agar dapat tembus pasar internasional.

Kata kunci: Pasar Internasional. Ekspor

PENDAHULUAN

Industri global adalah industri yang persaingannya melintasi batas-batas negara. Perusahaan dalam suatu industri global harus memaksimalkan kapabilitasnya melalui suatu strategi skala dunia. Persaingan yang terjadi dalam skala dunia menyebabkan gerakan strategis suatu perusahaan di satu negara dapat dipengaruhi oleh posisi bersainginya di negara lain. Maka itu, perencanaan manajemen strategis harus bersifat global karena beberapa alasan (Firman, 2006).

1. Makin luasnya cakupan tugas manajemen global
2. Meningkatnya globalisasi perusahaan
3. Ledakan informasi
4. Meningkatnya persaingan global
5. Perkembangan teknologi yang cepat
6. Perencanaan manajemen strategis menumbuhkan rasa percaya diri manajerial

Jika industri menjadi semakin global, perusahaan harus mulai mengkoordinasi kegiatan-kegiatan fungsionalnya agar dapat bersaing secara efektif melintasi batas-batas negara. Pilihan perencanaan yang dapat digunakan adalah:

1. Perencanaan dari atas ke bawah (*topdown planning*)
Proses perencanaan yang dimulai pada tingkat paling tinggi dalam suatu organisasi dan dilanjutkan ke tingkat bawah yang mencakup definisi bisnis, pernyataan misi, sasaran-sasaran perusahaan, asumsi-asumsi keuangan, isi rencana, dan masalah-masalah khusus. Kerugian perencanaan dari atas kebawah adalah hambatan inisiatif pada level yang lebih rendah dan menunjukkan beberapa ketidakpekaan terhadap kondisi lokal.
2. Perencanaan dari bawah ke atas (*bottom up planning*)
Proses perencanaan dimulai pada tingkat yang paling rendah di dalam suatu organisasi dan dilanjutkan ke tingkat atas mencakup informasi mengenai apa yang diharapkan untuk dilakukan pada level operasi yang paling rendah dan keseluruhannya sehingga menjadi

tujuan perusahaan. Kerugiannya adalah masing-masing anak perusahaan sampai batas tertentu bebas mengejar tujuan-tujuan yang ingin dicapainya.

3. Perencanaan berulang (*iterative planning*)
Perencanaan pengulangan dari proses perencanaan dari bawah-ke-atas atau dari atas-ke-bawah sehingga semua perbedaan direkonsiliasikan. Perencanaan berulang dilakukan pada perusahaan-perusahaan global yang berusaha memiliki satu rencana global, sementara beroperasi di banyak lingkungan luar negeri yang berbeda.

Dapat menjalankan usaha hingga terus maju dan berkembang pasti merupakan salah satu impian para pelaku usaha. Terlebih lagi jika usaha atau bisnis yang dijalankan mampu menembus pasar internasional. Beberapa cara untuk mengembangkan usaha agar mampu bersaing dengan maksimal dan menembus pasar internasional adalah sebagai berikut:

- a. Tentukan produk dan pasar terlebih dahulu
Dalam menyasarkan target pasar luar negeri, pastikan kembali anda mengetahui dengan baik bagaimana minat konsumen disana dan seberapa besar peluang dari produk yang akan kamu tawarkan terhadap konsumen.
- b. Pelajari aturan jual beli negara tujuan
Setiap negara pasti memiliki aturannya masing-masing terkait transaksi jual beli yang ada antarnegara, sehingga anda perlu memahami terlebih dahulu dengan baik bagaimana aturan yang berlaku.
- c. Maksimalkan pemasaran online
Kehadiran media online sekarang ini menjadi salah satu peluang bagus untuk anda memperluas jangkauan bisnis yang dijalankan. Dengan menggunakan internet, media sosial dan platform e-commerce anda dapat mudah memasarkan produk hingga ke luar negeri.
- d. Mengikuti pameran
Dengan mengikuti pameran berskala internasional, anda berkesempatan untuk menjangkau konsumen dari dalam dan luar negeri secara sekaligus. Anda juga dapat membangun relasi dengan pelaku bisnis lainnya yang berpartisipasi dalam acara pameran.

TUJUAN DAN MANFAAT

Tujuan dilakukannya Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berujung Transformasi Global: Langkah Praktis Mengembangkan Usaha hingga Tembus Pasar Internasional adalah sebagai berikut:

1. Membantu peserta memahami fleksibilitas dan implementasi mengembangkan usaha tembus pasar internasional
2. Membantu peserta mempersiapkan strategi dan memahami dalam mengembangkan usaha tembus pasar internasional
3. Memberikan pemahaman dan keterampilan bagi wirausahawan (lokasi) tentang strategi dalam menentukan perencanaan strategi.
4. Memberikan pemahaman bagaimana mengembangkan usaha tembus pasar internasional.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian ini melibatkan STIE Atma Bhakti Surakarta dan ASTA Research. Penyampaian materi disampaikan oleh saya secara lisan dan visual dibantu dengan salindia presentasi yang berisikan materi berjudul TRANSFORMASI GLOBAL: LANGKAH PRAKTIS MENGEMBANGKAN USAHA HINGGA TEMBUS PASAR INTERNASIONAL dilakukan dilokasi Bumi Perkemahan yang beralamat di Buper Segorogunung, Dusun Sedonorejo, Desa

Segorogunung, Kecamatan Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah, Indonesia. Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 22 Mei 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dan paparan penjelasan diatas maka dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat (Pkm) memberikan hasil tentang meningkatkan pengetahuan dalam pasar internasional. Dimulai dari mengenal produk yang ingin dijual, mencari pasar yang sesuai, pemasaran online dan pengenalan barang ekspor. Oleh karena itu penting sekali memperdalam ilmu mengenai bisnis ekspor untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.

KESIMPULAN

Dengan melakukannya pengabdian masyarakat di Bumi Perkemahan Segorogunung, diharapkan untuk kedepan Masyarakat Petani The di Karanganyar dapat memahami cara mencari pasar yang sesuai, pemasaran online dan pengenalan barang ekspor.

DAFTAR PUSTAKA

- Bala, R. P. (2023). FLEKSIBILITAS BADAN LAYANAN UNIT DAERAH (BLUD) DAN IMPLEMENTASINYA UNTUK MUTU DAN DAYA SAING. *JANAKA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT KEWIRAUSAHAAN INDONESIA*, 4(2), 40-46.
- Firman. 2006. *Modul Bisnis Internasional*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Gumilar, A. (2018). Analisis Bisnis Internasional Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah ADBIS (Administrasi Bisnis)*, 2(2), 141-154.
- Maurina, A. C., & Rusdianto, R. Y. (2023). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Terhadap Perdagangan Internasional. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 70-76.
- Musyafa, M. H. (2023). MENERAPKAN STRATEGI PEMASARAN BISNIS INTERNASIONAL SERTA DAMPAKNYA BAGI UMKM PASAR PETISAH MEDAN. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 8(3), 6161-6172.
- Nugroho, T. S. P. (2022). Pentingnya Pembelian Yang Benar Untuk Mengatasi Penipuan Pada Online Shop Di Era Modern. *JANAKA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT KEWIRAUSAHAAN INDONESIA*, 3(1), 9-14.
- Nugroho, T. S. P. (2023). STRATEGI PENINGKATAN UMKM MELALUI MEDIA SOSIAL GUNA KEBERMANFAATAN JANGKAUAN PEMASARAN DESA BURAN TASIKMADU KARANGANYAR. *JANAKA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT KEWIRAUSAHAAN INDONESIA*, 4(2), 57-61.
- Priyono, E., & Nugroho, T. S. P. (2023). PENYULUHAN PENGOLAHAN SAMPAH/LIMBAH RUMAH TANGGA MENJADI BAHAN BERNILAI EKONOMI DI RT 03 RW 22 PERUM NGRINGO INDAH, KEC. JATEN KARANGANYAR. *JANAKA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT KEWIRAUSAHAAN INDONESIA*, 4(1), 41-49.
- Rusdin. 2002. *Bisnis Internasional dalam Pendekatan Praktek*. Bandung: Alfabeta
- Syafira, D., & Ibrahim, H. (2023). Peran Umkm Dalam Strategi Dan Pemasaran Bisnis Internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2444-2450.
- Sinuhaji, T. N. R., & Ibrahim, H. (2024). Tantangan Pengembangan Jaringan Pasokan Global Bagi Usaha Kecil, Mikro Dan Menengah (UMKM). *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(2), 52-57.
- Triyanto, T., Sudarmadi, S., & Wagiyem, W. (2023). PENYULUHAN IJIN USAHA MIKRO DAN KECIL BAGI PELAKU USAHA “TAHU PAK ATMO” DI KRAJAN, MOJOSONGO, JEBRES, SURAKARTA. *JANAKA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT KEWIRAUSAHAAN INDONESIA*, 4(1), 1-8.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim Pelaksana Program Pengabdian kepada Peserta Pengabdian Masyarakat, pada kesempatan ini ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. STIE Atma Bhakti Surakarta yang telah mengirimkan dosen pengajar untuk mengikuti Pengabdian Masyarakat ini.
2. ASTA Research yang telah melibatkan pegawai-nya untuk mengikuti pengabdian masyarakat ini.
3. Buper Segorogunung yang telah menyiapkan lokasi untuk pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat.

FOTO KEGIATAN

