

## MELANGKAH KE PANGGUNG GLOBAL: PERUSAHAAN PERSEORANGAN DI ERA GLOBALISASI

**Vina Dwi Ayu Kristanti**

*Universitas Jember*

*Jl. Kalimantan Tegalboto No.37, Krajan Timur, Sumbersari, Kec. Sumbersari,*

*Kabupaten Jember, Jawa Timur 68121*

*Email: [vinadwiayukristanti@gmail.com](mailto:vinadwiayukristanti@gmail.com)*

**Nuzulia**

*Universitas Jember*

*Jl. Kalimantan Tegalboto No.37, Krajan Timur, Sumbersari, Kec. Sumbersari,*

*Kabupaten Jember, Jawa Timur 68121*

*Email: [nuzulia@unej.ac.id](mailto:nuzulia@unej.ac.id)*

### **Abstrak**

Globalisasi telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perusahaan perseorangan, membuka peluang baru sekaligus membawa tantangan. Untuk bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis global yang berubah, perusahaan-perusahaan ini harus mengadaptasi strategi yang proaktif, adaptif, dan inovatif. Peningkatan sumber daya manusia menjadi strategi utama, diikuti dengan strategi lainnya. Dengan mengadopsi strategi-strategi ini, perusahaan perseorangan dapat memperkuat fondasi mereka dan memperluas jangkauan bisnis mereka di pasar global. Selain itu, peran kebijakan pemerintah juga penting dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan dan kesuksesan perusahaan perseorangan di era globalisasi. Dengan kebijakan yang tepat, pemerintah dapat mendukung inovasi, investasi, dan ekspansi bisnis, memperkuat ekosistem bisnis yang berkelanjutan dan inklusif dalam era globalisasi.

**Kata kunci:** Era Globalisasi; Perusahaan Perseorangan; Pasar Global

### **Abstract**

*Globalization has had a significant impact on individual companies, opening up new opportunities while also bringing challenges. To survive and thrive in the evolving global business environment, these companies must adapt proactive, adaptive, and innovative strategies. Human resource development is the primary strategy, followed by others. By adopting these strategies, individual companies can strengthen their foundations and expand their business reach in the global market. Additionally, the role of government policy is crucial in creating a conducive environment for the growth and success of individual companies in the era of globalization. With appropriate policies, governments can support*

*innovation, investment, and business expansion, strengthening a sustainable and inclusive business ecosystem.*

**Keywords:** *Globalization Era; Individual Companies; Global Market*

## **A. PENDAHULUAN**

Dalam era globalisasi yang ditandai oleh teknologi yang semakin canggih, perusahaan perseorangan telah menjadi pelaku dalam pemandangan bisnis internasional. Perusahaan perseorangan adalah badan usaha yang kepemilikannya dimiliki oleh satu orang. Individu dapat membuat badan usaha perseorangan tanpa izin dan tata cara tertentu. Semua orang bebas membuat bisnis personal tanpa adanya batasan untuk mendirikaninya. Perusahaan perseorangan atau Usaha Perseorangan merupakan bentuk perusahaan yang paling sederhana. (Buku Hukum Perusahaan, Janus Sidabalok). Mereka tidak lagi terbatas oleh batas geografis atau skala operasional yang kecil, melainkan telah melangkah ke panggung global dengan keberanian dan inovasi. Di tengah persaingan yang semakin ketat dan dinamika pasar yang terus berubah, perusahaan perseorangan mampu menunjukkan eksistensinya dan bahkan menjadi agen perubahan dalam globalisasi bisnis.

Seiring berjalannya waktu, manusia perlu beradaptasi dengan perkembangan yang terjadi. Perkembangan tersebut menyebabkan banyak hal mengalami kemajuan atau pertumbuhan yang sangat cepat. Misalnya, perkembangan teknologi mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan, berkembang dengan cepat dan drastis. Selain teknologi, aspek lain seperti ekonomi dan bisnis juga mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan perkembangan zaman. Maka dari itu dari sini akan membahas tentang seberapa besar pengaruh globalisasi terhadap perusahaan perseorangan.

## **B. METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, digunakan metode studi pustaka, yang merupakan cara untuk mengumpulkan data dengan memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai sumber literatur terkait. Menurut M. Natsir, studi kepustakaan

merupakan teknik pengumpulan data dengan menelaah buku-buku, catatan, laporan, dan literatur-literatur terkait dengan persoalan yang ingin dipecahkan. Penelitian ini disebut sebagai studi pustaka karena menggunakan data utama dari analisis buku, jurnal, tesis, e-book, dan skripsi, serta sumber lainnya. Ada Empat tahap studi pustaka dalam penelitian yaitu menyiapkan perlengkapan alat yang diperlukan, menyiapkan bibliografi kerja, mengorganisasikan waktu dan membaca atau mencatat bahan penelitian (Menurut Zed,2004). Bahan pustaka yang dikumpulkan dari berbagai referensi dianalisis secara kritis dan mendalam untuk mendukung proposisi dan gagasan penelitian.

### **C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **1. Pengaruh Globalisasi terhadap Perusahaan Perseorangan.**

Dalam era globalisasi yang semakin berkembang ini, perusahaan perseorangan merasakan dampak yang signifikan dari fenomena tersebut. Globalisasi tentunya mempengaruhi perusahaan perseorangan untuk mengembangkan perdagangan yang pesat dipasar global. Perusahaan harus mampu menyesuaikan dengan adanya perubahan tersebut agar terus bisa bertahan dalam bisnisnya. Era ini bisa dikatakan seleksi alamiah yang mengarah pada 'yang terkuat yang bertahan'. Dalam pengaruh globalisasi perusahaan-perusahaan ini menghadapi beragam perubahan dan tantangan yang memengaruhi berbagai aspek operasional dan strategis mereka. Globalisasi membuka peluang baru bagi perusahaan perseorangan untuk memasuki dan beroperasi di pasar global dengan lebih mudah daripada sebelumnya. Dengan adanya teknologi yang terus berkembang membuat perusahaan kecil lebih mudah dan efisien untuk menjangkau pasar mereka secara global. Globalisasi juga memiliki dampak terhadap perkembangan ekonomi kreatif yang memiliki dampak besar bagi masa depan Indonesia. Merancang strategi pemasaran yang efektif juga penting apalagi bersaing di pasar nasional maupun internasional yang semakin kompleks. Oleh karena itu,

perusahaan perseorangan perlu secara cermat mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran mereka, termasuk karakteristik pasar, preferensi konsumen, tren industri, serta faktor-faktor eksternal seperti perubahan regulasi dan dinamika persaingan. Dengan memahami secara mendalam pasar-pasar yang mereka tuju, perusahaan perseorangan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang berbasis pada penelitian yang kuat dan analisis pasar yang komprehensif, sehingga mereka dapat mengoptimalkan peluang-peluang yang ada dan meminimalkan risiko-risiko yang mungkin terjadi di pasar-pasar yang mereka hadapi.

Namun, dibalik peluang yang begitu besar itu tentunya ada tantangan yang tidak dapat diabaikan. Persaingan dalam lingkungan bisnis global menjadi lebih ketat. Perusahaan perseorangan harus bersaing dengan perusahaan besar dan kecil dari berbagai belahan dunia, khususnya ada pada perusahaan milik negara dan swasta. Ditengah persaingan yang ketat ini, perusahaan-perusahaan kecil harus dapat mengembangkan strategi yang memungkinkan mereka untuk menawarkan nilai yang unik dan diferensiasi agar dapat mempertahankan dan memperluas posisi mereka ditengah pasar global yang penuh dengan kompetisi. Selain itu, mereka juga harus siap menghadapi tekanan untuk terus meningkatkan efisiensi dan inovasi guna mempertahankan dan memastikan perusahaan mereka tetap relevan dan berdaya saing dalam menghadapi perubahan yang cepat dalam pasar global.

Tantangan yang baru juga muncul karena pengaruh globalisasi ini yaitu dalam manajemen sumber daya manusia (SDM) bagi perusahaan. Di tengah terbukanya akses ke pasar internasional yang lebih mudah dan efisien, perusahaan dihadapkan pada keberagaman budaya, bahasa, dan regulasi yang berbeda di setiap pasar. Oleh karena itu, untuk berhasil menjadi bagian dan bisa beroperasi dalam konteks global ini, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk mengelola keberagaman tersebut ke dalam budaya perusahaan mereka. Hal ini melibatkan pembentukan tim yang kuat dan terampil yang tidak hanya memiliki keterampilan teknis yang diperlukan, tetapi juga memiliki pemahaman yang mendalam tentang berbagai konteks

budaya dan regulasi di pasar-pasar internasional yang berbeda. Tim yang mampu beradaptasi dengan lingkungan kerja yang semakin kompleks dan beragam ini akan menjadi aset berharga bagi perusahaan dalam menghadapi tantangan dan peluang di era globalisasi ini.

Walaupun demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa globalisasi juga membawa sejumlah peluang yang sangat menguntungkan bagi perusahaan perseorangan. Dalam era ini, perusahaan-perusahaan tersebut memiliki akses yang lebih luas dan terbuka untuk memanfaatkan teknologi canggih dan inovasi yang terus berkembang yang dapat diaplikasikan untuk meningkatkan efisiensi operasional mereka, memperluas jangkauan pasar, serta menciptakan keunggulan kompetitif mereka di pasar global yang semakin ramai dan dinamis. Dengan memahami secara menyeluruh serta mengelola dampak-dampak yang ditimbulkan oleh globalisasi secara bijak, perusahaan perseorangan mampu untuk tetap berada dalam persaingan yang ketat dan mampu untuk terus berkembang dan berinovasi di era globalisasi yang semakin terhubung dengan kehidupan kita saat ini.

## **2. Tantangan yang dihadapi oleh Perusahaan Perseorangan akibat Globalisasi.**

Era Globalisasi yang semakin meluas tentunya juga memberikan dampak terhadap perusahaan perseorangan. Globalisasi telah membuka pintu bagi peluang bisnis yang luas, tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa perusahaan perseorangan juga dihadapkan sejumlah tantangan serius. Meskipun globalisasi membawa peluang baru dalam hal akses pasar dan teknologi, dampak negatifnya juga tidak bisa diabaikan. Tantangan dunia usaha di era global saat ini adalah persaingan yang semakin ketat dan harus mampu beradaptasi dengan perubahan jaman yang semakin cepat serta kemajuan teknologi yang semakin canggih. Tantangan bisnis dapat berasal dari berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Dalam hal ini penting untuk mengetahui dan memahami tantangan-tantangan yang muncul karena adanya arus globalisasi yang terus mengalir.

Faktor-faktor internal yang dihadapi oleh perusahaan perseorangan karena pengaruh globalisasi, yaitu :

1. Keterbatasan Sumber Daya Manusia

Globalisasi membawa perubahan dalam berbagai bidang kehidupan, dan yang paling dirasakan dalam bidang sumber daya manusia (SDM). Globalisasi membawa kompleksitas baru dalam perekrutan, pengelolaan, dan pengembangan tenaga kerja. Perusahaan-perusahaan sering kali menghadapi kesulitan dalam menemukan dan mempertahankan bakat terbaik karena persaingan yang semakin ketat di pasar global. Selain itu, adanya perbedaan budaya, bahasa, dan regulasi antar negara juga dapat menyulitkan manajemen sumber daya manusia.

2. Keuangan yang buruk

Salah satu tantangan internal yang cukup serius bagi perusahaan perseorangan akibat globalisasi adalah ekonomi dalam kondisi keuangan yang buruk. Ini memaksa terjadinya perubahan pada sektor-sektor yang berperan aktif dalam perekonomian. Globalisasi membawa perubahan dalam dinamika pasar, termasuk fluktuasi nilai tukar mata uang, perubahan regulasi keuangan, dan persaingan yang semakin ketat. Hal ini dapat menyebabkan ketidakstabilan keuangan bagi perusahaan, terutama yang tidak memiliki skala operasi yang besar untuk menanggulangi risiko tersebut.

3. Hal Manajemen

Globalisasi membawa perubahan yang cepat dan kompleks dalam lingkungan bisnis, yang menuntut perusahaan untuk memiliki kemampuan manajemen yang tangkas dan responsif. Perusahaan perseorangan sering kali harus menghadapi masalah dalam mengelola tim yang terdiri dari anggota dengan latar belakang budaya dan profesional yang beragam. Selain itu, kebutuhan untuk beradaptasi dengan perubahan regulasi, teknologi, dan tren pasar global juga memerlukan kemampuan manajemen yang fleksibel dan inovatif.

Selain faktor-faktor internal yang menjadi tantangan perusahaan perseorangan karena pengaruh globalisasi, ada pula faktor-faktor eksternal yang menjadi tantangan, yaitu :

1. Ekonomi yang lemah

Ketika perekonomian lemah, perusahaan cenderung memberhentikan sebagian karyawannya dan tidak mampu membayarkan upah yang tinggi. Lemahnya perekonomian dapat secara langsung mempengaruhi kemampuan beli konsumen, permintaan produk atau layanan, biaya produksi, dan akses terhadap modal. Perusahaan perseorangan, terutama yang beroperasi dalam skala yang lebih kecil, mungkin tidak memiliki sumber daya yang cukup untuk menahan dampak negatif dari kondisi ekonomi yang tidak stabil. Selain itu, ketidakpastian ekonomi juga dapat menyulitkan perencanaan strategis jangka panjang dan investasi perusahaan.

2. Persaingan Bisnis yang Ketat

Memasuki suatu era globalisasi dimana memenangkan persaingan akan menjadi makin sulit dalam persaingan yang ketat. Globalisasi membuka pintu bagi perusahaan dari berbagai negara untuk bersaing di pasar yang sama, yang dapat meningkatkan jumlah pesaing dan intensitas persaingan. Perusahaan perseorangan mungkin harus berhadapan dengan perusahaan besar, merek global yang sudah mapan, serta pesaing lokal yang lebih fleksibel. Persaingan yang ketat dapat menyebabkan penurunan harga, tekanan terhadap margin keuntungan, dan tuntutan untuk terus meningkatkan kualitas produk atau layanan.

3. Perubahan Teknologi

Di era globalisasi yang sedang kita alami saat ini, peran teknologi telah menjadi sangat penting dalam mengubah lanskap bisnis secara fundamental. Globalisasi membawa perkembangan teknologi yang cepat, yang dapat mengubah cara perusahaan beroperasi, berinteraksi dengan pelanggan, dan bersaing di pasar. Perusahaan-perusahaan harus menghadapi tekanan untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi baru agar tetap relevan

dan bersaing di tingkat global. jika perusahaan tidak beradaptasi dengan perubahan teknologi, mereka mungkin tertinggal dan kehilangan daya saing di pasar yang semakin berubah. Perusahaan perseorangan rawan dan lebih rentan tertinggal dalam hal teknologi karena memiliki keterbatasan sumber daya, kurangnya akses atau pemahaman terhadap teknologi baru dan perusahaan kecil mungkin memiliki struktur organisasi yang lebih sederhana, yang membuat proses pengambilan keputusan tentang investasi dalam teknologi menjadi lebih lambat dan sulit.

#### 4. Perubahan Perilaku Konsumen

Negara-negara secara regional membentuk *trading bloc*, mendorong volume perdagangan dan investasi internasional, memberikan konsumen pilihan akan produk asing semakin banyak dari sebelumnya, akibatnya sikap dan perilaku konsumen mengalami perubahan. Perubahan perilaku konsumen dapat berkisar dari preferensi produk yang berbeda, tuntutan akan keberlanjutan dan etika bisnis, hingga pergeseran dalam cara konsumen berbelanja dan berinteraksi dengan merek. Perusahaan perseorangan mungkin menghadapi kesulitan dalam memprediksi dan menanggapi perubahan ini dengan cepat, terutama jika mereka memiliki keterbatasan sumber daya dan fleksibilitas yang lebih rendah dibandingkan perusahaan besar.

Perusahaan perseorangan menghadapi tantangan internal dan eksternal yang signifikan akibat fenomena globalisasi. Namun, dengan pendekatan yang proaktif, adaptif, dan inovatif, perusahaan-perusahaan ini dapat mengatasi tantangan-tantangan ini dan bahkan memanfaatkannya sebagai peluang untuk pertumbuhan dan keberhasilan di pasar global yang terus berubah. Dengan memahami dinamika pasar, berinvestasi dalam sumber daya manusia dan teknologi, serta membangun strategi pemasaran yang efektif, perusahaan perseorangan dapat memperkuat fondasi mereka dan memperluas jangkauan bisnis mereka di era globalisasi ini.

### **3. Strategi Perusahaan Perseorangan untuk membangun, memperluas, mempertahankan dan meningkatkan daya saing perusahaannya dipasar global**

Dalam era globalisasi yang semakin berkembang pesat, strategi perusahaan perseorangan untuk membangun, memperluas, mempertahankan, dan meningkatkan daya saingnya di pasar global menjadi hal yang krusial, ini tidak lagi menjadi pilihan, melainkan kebutuhan strategis untuk bertahan dan tumbuh dalam lingkungan bisnis yang semakin terhubung ini. Strategi didasarkan pada analisis yang terintegrasi dan holistik. Artinya, setelah strategi disusun, semua unsur yang ada dalam organisasi sudah menginternalisasi visi dan misi secara baik dan benar karena dalam prespektif jangka panjang, strategi dirumuskan guna merealisasikan visi dan misi korporasi. Di tengah persaingan yang sengit dan dinamika pasar yang cepat berubah, perusahaan-perusahaan individu harus menggali pendekatan yang inovatif dan adaptif untuk memastikan keberhasilan mereka di pasar global yang beragam dan kompleks. Sejumlah faktor dan cara juga harus dipertimbangkan dalam menyusun strategi pemasaran global yang efektif bagi perusahaan perseorangan agar bisa masuk dalam pasar global.

#### **1. Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia**

Peningkatan sumber daya manusia merupakan strategi kunci bagi perusahaan perseorangan dalam menghadapi globalisasi. Dalam era di mana perubahan teknologi dan dinamika pasar terus berkembang, memiliki tim yang terampil dan terlatih dengan baik menjadi modal penting untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang muncul. Strategi yang dapat dilakukan adalah melalui pengembangan dan pembangunan sumber daya manusia yang berkelanjutan dan komprehensif. Pengembangan sumber daya manusia melalui pendidikan, kualitas kompetensi, kreativitas, inovatif, dan mandiri. Dengan memiliki tim yang berkompeten dan berdedikasi, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan kualitas produk atau layanan, dan menjaga daya saing di pasar global.

#### **2. Meninjau Pasar**

Langkah awal untuk menghadapi pasar global dengan cara meninjau pasar global secara mendalam. Hal ini penting bagi perusahaan perseorangan yang ingin memperluas cakupan bisnis mereka di luar batas domestik. Bagi perusahaan khususnya perusahaan perseorangan untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang karakteristik, preferensi, dan kebutuhan pasar di negara tujuan mereka. Peninjauan pasar yang cermat akan membantu perusahaan untuk mengidentifikasi tren, preferensi pelanggan, kebutuhan pasar, dan pesaing utama di berbagai belahan dunia. Dengan memahami karakteristik dan dinamika pasar global, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang baru untuk masuk dalam pasar global. Selain itu, meninjau pasar global juga membantu perusahaan memahami persaingan yang ada, regulasi lokal, serta faktor-faktor risiko yang perlu diperhatikan.

### 3. Evaluasi Produk maupun Layanan

Perusahaan perseorangan, sebagai entitas bisnis yang mungkin memiliki keterbatasan sumber daya dan skala operasi, perlu mengadopsi strategi yang tepat untuk memasuki pasar global dengan penawaran mereka, berupa produk maupun layanan. Melakukan evaluasi menyeluruh terhadap produk ataupun layanan yang dimiliki dan memastikan bahwa penawaran mereka memiliki keunggulan yang membedakannya dari pesaing dan memiliki nilai tambah yang jelas bagi konsumen di pasar global. Evaluasi produk atau layanan juga bertujuan untuk memperbaiki kualitas produk atau layanan, memperoleh saran dari konsumen, dan meningkatkan kepuasan konsumen. Perusahaan harus melakukan riset pasar yang cermat untuk mengidentifikasi negara-negara atau wilayah-wilayah di mana permintaan terhadap penawaran mereka paling tinggi.

### 4. Menentukan Sasaran Penawaran

Sebuah perusahaan harus menentukan pasar global yang menjadi sasaran mereka. Strategi menentukan sasaran penawaran dapat dilakukan melalui berbagai metode, seperti analisis pasar, analisis konsumen, dan analisis kompetisi. Perusahaan perseorangan merupakan sebuah perusahaan yang

paling kecil, jadi mereka harus menyesuaikan pasar target sesuai dengan tujuan dan sumber daya yang dimiliki karena tentu sebuah perusahaan perseorangan tidak memiliki sumber daya yang sebanyak perusahaan besar. Dalam menentukan pasar target, perusahaan perseorangan harus lebih fokus dan strategis. Perusahaan harus mempertimbangkan segmen pasar yang dapat mereka layani dengan efektif dan efisien, sesuai dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Dengan cara memilih pasar lebih terbatas, tetapi memiliki kebutuhan spesifik yang dapat dipenuhi oleh perusahaan perseorangan.

#### 5. Meninjau Pesaing

Setelah meninjau negara yang akan menjadi sasaran penawaran oleh perusahaan perseorangan. Perusahaan akan meninjau pesaing lokal dan internasional di pasar tersebut untuk memahami lanskap persaingan karena memberikan wawasan yang berharga tentang strategi dan taktik yang telah digunakan oleh pesaing untuk menarik dan mempertahankan pelanggan mereka. Dengan memahami kelemahan dan keunggulan kompetitif dari setiap pesaing, perusahaan memiliki kesempatan untuk menemukan celah atau peluang yang dapat dimanfaatkan untuk membedakan diri mereka di pasar. Pengamatan terhadap kelemahan dan keunggulan kompetitif pesaing serta evaluasi terhadap strategi pemasaran dan distribusi yang mereka gunakan, memberikan sebuah perusahaan baru perspektif yang lebih luas tentang bagaimana pesaing tersebut mencapai keberhasilan dan bagaimana perusahaan dapat menyesuaikan strategi mereka sendiri untuk menjadi lebih efektif. Mempelajari bagaimana manfaat strategi suatu perusahaan, setiap perusahaan ditantang guna menggunakan keunggulan bersaing yang dimiliki saat ini sementara secara bersamaan juga menggunakan sumber daya, kemampuan dan kompetensinya guna mengembangkan keuntungan yang relevan di masa depan.

#### 6. Menciptakan Inovasi dan Modifikasi

Perusahaan perseorangan yang mempunyai penawaran sesuai dengan kemampuan, harus mampu melakukan penyesuaian dan bisa fokus pada

penciptaan inovasi dan modifikasi yang membedakan penawaran mereka dari pesaing. Perusahaan kecil memiliki keunggulan dalam fleksibilitas dan kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar. Menyesuaikan produk, layanan, dan strategi pemasaran mereka dengan kebutuhan pasar setempat. Melakukan inovasi dari penawaran juga diperlukan, bisa melalui peningkatan fitur produk, peningkatan kualitas, peningkatan kinerja, atau pengurangan biaya yang dapat membedakan mereka dari pesaing. Perusahaan harus mampu meningkatkan daya saing dengan membangun kompetensi yang dapat menjawab kebutuhan pelaku bisnis dengan menerapkan strategi diferensiasi, low cost atau kecepatan respon kepada pelanggan (servis). Modifikasi produk, bahasa, harga, packaging atau aspek lain dari bisnis dapat diperlukan untuk sukses di pasar global yang beragam. Fokus pada kebutuhan dan keinginan pelanggan serta menciptakan pengalaman yang memuaskan dapat menjadi pembeda yang kuat di pasar global. Perusahaan juga harus terus-menerus memantau tren industri, teknologi baru, dan perubahan dalam perilaku konsumen untuk mengidentifikasi peluang inovasi baru.

#### 7. Meningkatkan Komunikasi Pemasaran

Mengembangkan strategi komunikasi pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan lokal adalah juga merupakan sebuah kunci keberhasilan bagi perusahaan perseorangan yang ingin sukses dalam pasar global. Komunikasi dalam bisnis sejak dulu menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan sebuah usaha. Perusahaan perseorangan harus memahami secara mendalam budaya, bahasa, dan preferensi konsumen di pasar lokal yang dituju. Strategi komunikasi yang efektif melibatkan penggunaan bahasa dan pesan yang sesuai dengan budaya dan norma-norma lokal. Hal ini termasuk penyesuaian gaya, nada, dan konten promosi agar lebih relevan dan menarik bagi audiens lokal. Pemahaman yang mendalam tentang nilai-nilai dan tradisi lokal juga penting dalam menghindari kesalahan atau ketidakpahaman yang dapat merugikan citra merek.

#### 8. Melakukan Kerjasama

Kerjasama dengan mitra usaha atau *partner joint venture* merupakan salah satu strategi untuk membantu memperluas jangkauan dan memahami pasar. Menggandeng mitra lokal juga memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pasar lokal, serta hubungan yang kuat dengan pelanggan, pemasok, dan otoritas lokal. Perusahaan perseorangan dapat mencari mitra yang memiliki pengetahuan mendalam tentang pasar lokal, jaringan yang luas, dan reputasi yang baik. Ini dapat mencakup distributor lokal yang memiliki saluran distribusi yang mapan, agen pemasaran yang memahami keunikan pasar lokal, atau bahkan mitra produsen lokal yang dapat membantu dalam produksi atau pengembangan produk yang disesuaikan dengan pasar. Kerjasama dengan mitra lokal juga dapat membantu perusahaan perseorangan dalam mengatasi hambatan dan tantangan yang mungkin dihadapi dalam menjalankan bisnis di pasar asing, seperti perbedaan budaya, bahasa, atau regulasi. Mitra lokal dapat memberikan bantuan dan dukungan dalam hal administrasi, perizinan (lisensi), logistik, dan pemahaman tentang praktik bisnis lokal.

#### 9. Memanfaatkan Teknologi dan Media Digital

Salah satu strategi yang paling penting sebuah perusahaan perseorangan untuk merambah dan mampu melakukan branding dalam pasar global yaitu dengan memanfaatkan teknologi dan media digital. Melalui platform online seperti situs web, media sosial, iklan online dan marketplace digital, perusahaan dapat memperluas visibilitas produk atau layanan mereka ke seluruh dunia dengan cepat dan efisien. Teknologi juga memungkinkan perusahaan untuk memperkuat interaksi dengan pelanggan di pasar global melalui berbagai saluran komunikasi online, seperti obrolan langsung, email, atau media sosial. Ini memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan konsumen, mendengarkan umpan balik mereka, dan merespons kebutuhan atau masalah dengan cepat. Dengan mengadopsi solusi teknologi yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka, mengurangi biaya, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Beberapa strategi diatas merupakan kunci dari kesuksesan perusahaan perseorangan sebagai perusahaan yang paling sederhana untuk bisa menunjukkan eksistensi di pasar global. Dengan fokus pada riset pasar yang mendalam, inovasi yang berkelanjutan, kerja sama dengan mitra lokal, dan pemanfaatan teknologi dan media digital, perusahaan telah membangun pondasi yang solid untuk memasuki, memperluas, mempertahankan, dan meningkatkan posisinya di pasar global. Dalam menghadapi dinamika pasar global yang selalu berubah, perusahaan perlu tetap adaptif dan responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Dengan komitmen yang kuat terhadap inovasi, kualitas, dan keunggulan dalam pelayanan, perusahaan perseorangan akan terus berkembang dan bersaing dalam panggung global dengan keyakinan dan ketangguhan yang lebih besar.

#### **4. Peran Kebijakan Pemerintah dalam mendukung pertumbuhan dan kesuksesan Perusahaan Perseorangan dalam Era Globalisasi**

Dalam era globalisasi yang ditandai oleh interkoneksi ekonomi dan teknologi yang semakin meningkat, perusahaan perseorangan memainkan peran penting dalam pendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, kesuksesan perusahaan tidak hanya bergantung pada faktor internal, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah yang mendukung. Peran kebijakan pemerintah dalam mendukung pertumbuhan dan kesuksesan perusahaan perseorangan sangat penting dalam menghadapi tantangan dan peluang yang tercipta oleh globalisasi. Berikut beberapa cara pemerintah mendukung pertumbuhan dan kesuksesan perusahaan perseorangan dalam era globalisasi.

##### **1. Menyediakan infrastruktur yang baik**

Pemerintah menyediakan infrastruktur yang handal, termasuk jaringan jalan, jembatan, dan sarana transportasi yang memadai, akan menyederhanakan proses pengangkutan dan pengiriman barang dan layanan perusahaan ke pasar internasional. Transportasi merupakan unsur vital dalam kehidupan bangsa dan dalam memupuk kesatuan dan persatuan bangsa. Pembangunan di bidang transportasi sebagai pendukung pembangunan sektor lainnya dalam

mewujudkan sasaran pembangunan nasional di seluruh wilayah baik di perkotaan maupun di perdesaan. Dengan fasilitas infrastruktur yang memadai, perusahaan perseorangan dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka dan bersaing secara efektif di tingkat global. Selain itu, infrastruktur yang baik juga dapat meningkatkan aksesibilitas ke wilayah-wilayah yang sebelumnya sulit dijangkau, membuka peluang baru untuk ekspansi bisnis dan investasi. Hal ini diatur dalam Peraturan Presiden (PERPRES) No. 38 Tahun 2015 tentang Kerjasama Pemerintah dengan Badan Usaha dalam Penyediaan Infrastruktur.

## 2. Memfasilitasi Perdagangan

Melalui kebijakan yang mendukung perdagangan bebas dan meminimalisir hambatan perdagangan, pemerintah dapat membantu perusahaan-perusahaan agar lebih mudah mengakses pasar internasional. Seperti WTO (World Trade Organization) dan perjanjian perdagangan bebas antar negara. *World Trade Organization (WTO)* merupakan satu-satunya organisasi internasional yang mengatur *perdagangan internasional*. Diatur dalam UU No.7 Tahun 1994 Tentang Pengesahan Agreement Establishing The World Trade Organization (persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia) dan UU No. 36 Tahun 2000 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2000 tentang Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas Menjadi Undang-Undang. Dengan adanya fasilitasi perdagangan yang baik, perusahaan perseorangan dapat memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan aksesibilitas terhadap bahan baku dan teknologi dari luar negeri, serta meningkatkan daya saing mereka di pasar global.

## 3. Membantu pengembangan teknologi

Pemerintah dapat berperan sebagai fasilitator dalam mempromosikan riset dan pengembangan teknologi yang lebih canggih dan efektif dengan memberikan insentif, dana penelitian, serta fasilitas infrastruktur yang diperlukan. Selain itu, pemerintah juga dapat mendorong kolaborasi antara

sektor swasta, lembaga akademis, dan lembaga riset untuk menciptakan ekosistem inovasi yang dinamis. Diatur dalam UU No. 18 Tahun 2002 Tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.

4. Membantu pengembangan ekonomi kreatif

Pemerintah dapat mengambil langkah-langkah untuk memfasilitasi pertumbuhan sektor ekonomi kreatif, seperti seni, desain, teknologi kreatif, dan industri kreatif lainnya, melalui kebijakan yang mendukung inovasi, kewirausahaan, dan akses terhadap sumber daya yang dibutuhkan. Ini dapat mencakup insentif pajak untuk perusahaan kreatif, penyediaan infrastruktur dan fasilitas pendukung, serta pelatihan dan pendidikan untuk mengembangkan keterampilan kreatif. Diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif

5. Membantu pengembangan sosial

Mencakup kebijakan yang mendukung pendidikan dan pelatihan keterampilan untuk meningkatkan kapasitas tenaga kerja, serta program-program yang mempromosikan inklusi sosial dan kesetaraan dalam akses terhadap peluang ekonomi. Selain itu, pemerintah juga dapat mengambil langkah-langkah untuk memfasilitasi kemitraan antara perusahaan dan komunitas lokal, dengan tujuan untuk memperkuat ikatan sosial dan mempromosikan pembangunan berkelanjutan juga mengurangi kesulitan sosial yang ditemukan oleh konsumen. Ini akan membantu perusahaan perseorangan dalam mengembangkan produk yang lebih baik dan mengurangi persaingan dengan merek-merek lain. Diatur dalam Undang-undang (UU) Nomor 14 Tahun 2019 tentang Pekerja Sosial.

6. Membantu pengembangan Pendidikan

Kita semua tahu Pendidikan sangatlah penting. Pendidikan merupakan jalan membantu dalam mengembangkan potensi yang dimiliki serta melalui Pendidikan meningkatkan keterampilan, pengetahuan dan wawasan untuk

membantu seseorang untuk meraih peluang dalam kehidupan sehari-hari. Pendidikan yang berkualitas merupakan fondasi penting bagi pembangunan sumber daya manusia yang unggul, yang menjadi kebutuhan utama perusahaan dalam menghadapi tantangan globalisasi. Beberapa program pemerintah antara lain Angka Partisipasi Pendidikan (APK) melalui Program Indonesia Pintar (PIP), Kartu Indonesia Pintar (KIP) Kuliah, layanan Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) yang holistik integratif, afirmasi pendidikan seperti inklusif dan di daerah 3T, pendidikan nonformal, pendidikan tinggi vokasi, pendidikan tinggi akademik, AKM, serta pendanaan Pendidikan. Pendidikan juga diatur dalam UU RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.

7. Membantu pengembangan keuangan

Pemerintah dapat mengambil langkah-langkah untuk memperkuat sistem keuangan yang inklusif dan stabil, sehingga memungkinkan perusahaan perseorangan untuk mengakses modal dengan lebih mudah dan terjangkau. Ini bisa dilakukan melalui pembentukan lembaga keuangan mikro dan kecil, penyediaan akses ke layanan perbankan dan kredit yang terjangkau, serta penyediaan insentif pajak atau pinjaman untuk usaha kecil dan menengah. Diatur dalam UU No. 4 Tahun 2023 Tentang Pengembangan Dan Penguatan Sektor Keuangan.

8. Membantu pengembangan politik

Pemerintah dapat mempromosikan stabilitas politik, keamanan hukum, dan kepastian regulasi untuk menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif. Hal ini dapat dilakukan dengan merumuskan kebijakan yang transparan, memperkuat lembaga-lembaga penegakan hukum, serta mendukung prinsip-prinsip demokrasi dan kebebasan berpendapat. Selain itu, pemerintah juga dapat berperan dalam memfasilitasi dialog antara perusahaan, masyarakat sipil, dan pemerintah untuk memastikan bahwa kepentingan semua pihak dipertimbangkan dalam proses pembuatan kebijakan. Diatur dalam UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

Dengan kebijakan yang tepat, pemerintah dapat menciptakan lingkungan yang kondusif bagi inovasi, investasi, dan ekspansi bisnis perusahaan perseorangan di pasar global. Oleh karena itu, pemahaman akan pentingnya peran kebijakan pemerintah ini menjadi kunci dalam memperkuat ekosistem bisnis yang berkelanjutan dan inklusif dalam era globalisasi ini.

#### **D. KESIMPULAN**

Globalisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perusahaan perseorangan. Perusahaan harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis global untuk tetap bertahan dan berkembang. Globalisasi membuka peluang baru bagi perusahaan perseorangan untuk memasuki pasar global dengan lebih mudah, namun juga membawa tantangan. Untuk menghadapi tantangan ini, perusahaan perlu merancang strategi. Dengan mengelola dampak globalisasi secara bijak, perusahaan dapat tetap berada dalam persaingan yang ketat dan terus berkembang di era globalisasi saat ini.

Perusahaan perseorangan dihadapkan pada sejumlah tantangan yang serius akibat globalisasi. Tantangan tersebut berasal dari faktor internal dan faktor eksternal. Namun, dengan pendekatan proaktif, adaptif, dan inovatif, perusahaan-perusahaan ini dapat mengatasi tantangan-tantangan tersebut dan bahkan memanfaatkannya sebagai peluang untuk pertumbuhan dan keberhasilan di pasar global yang terus berubah. Dengan memahami dinamika pasar, berinvestasi dalam sumber daya manusia dan teknologi, serta membangun strategi pemasaran yang efektif, perusahaan perseorangan dapat memperkuat fondasi mereka dan memperluas jangkauan bisnis mereka di era globalisasi ini.

Perusahaan perseorangan harus mengadopsi strategi yang holistik dan terintegrasi untuk membangun, memperluas, mempertahankan, dan meningkatkan daya saingnya di pasar global. Peningkatan sumber daya manusia menjadi strategi utama dan diikuti dengan strategi yang lain. Selain itu, perusahaan perlu memahami persaingan dan memanfaatkan inovasi untuk

membedakan diri mereka di pasar global. Dengan mengadopsi strategi-strategi ini, perusahaan perseorangan dapat membangun fondasi yang solid untuk memasuki, memperluas, mempertahankan, dan meningkatkan posisinya di pasar global. Ketika dihadapkan dengan dinamika pasar global yang selalu berubah, penting bagi perusahaan untuk tetap adaptif dan responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Dengan komitmen yang kuat terhadap inovasi, kualitas, dan keunggulan dalam pelayanan, perusahaan perseorangan dapat terus berkembang dan bersaing di panggung global dengan keyakinan dan ketangguhan yang lebih besar.

Peran kebijakan pemerintah sangatlah penting dalam mendukung pertumbuhan dan kesuksesan perusahaan perseorangan dalam era globalisasi. Beberapa langkah yang dapat diambil oleh pemerintah untuk mendukung perusahaan perseorangan. Dengan kebijakan yang tepat, pemerintah dapat menciptakan lingkungan yang kondusif bagi inovasi, investasi, dan ekspansi bisnis perusahaan perseorangan di pasar global. Oleh karena itu, pemahaman akan pentingnya peran kebijakan pemerintah ini menjadi kunci dalam memperkuat ekosistem bisnis yang berkelanjutan dan inklusif dalam era globalisasi ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arifin, N. A., Djamereng, A., & Musi, S. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN EVENT ORGANIZER PT. TIGA PRODUCTION DALAM MENDAPATKAN KEPERCAYAAN PELANGGAN. *Jurnal Washiyah*, 1 (3), 614-630.
- Dwi, A. (2023, Mei 19). *Menaklukkan Pasar Global: Strategi Pemasaran yang Efektif untuk Ekspansi Internasional*. Retrieved from UMSU Fakultas Ekonomi & Bisnis: <https://feb.umsu.ac.id/menaklukkan-pasar-global-strategi-pemasaran-yang-efektif-untuk-ekspansi-internasional/>
- Fau, J. F., Mendofa, K. J., Wau, M., & Waruwu, Y. (2023). PENDIDIKAN JENDELA DUNIA. *JIPMAS : Jurnal Visi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 04 (02), 69-77.

Fauzela, D. S., & Budi, A. A. (2023). PERANAN PERBANKAN DALAM MENGHADAPI PENGARUH. *jurnal.balitbangda.lampungprov*, 291-306.

Hamzah, A. (2022). Kegiatan Bisnis Dalam Era Globalisasi Dan Dampak. *Jurnal Fokal Penelitian Manajemen & Sekretari*, 1-31.

Hendra, & Ningrum, L. D. (2023). Pengaruh Globalisasi Terhadap Bisnis Internasional. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4 (1), 696-707.

KEMENDIKBUDRISTEK RI. (2023, Mei 31). *Kemendikbudristek Fokuskan Anggaran 2024 untuk Lanjutkan Program Prioritas*. Retrieved from kemdikbud:

<https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2023/05/kemendikbudristek-fokuskan-anggaran-2024-untuk-lanjutkan-program-prioritas>

KEMENHUB RI. (n.d.). *Transportasi Sebagai Pendukung Sasaran Pembangunan Nasional*. Retrieved from Departemen Perhubungan: <https://dephub.go.id/post/read/transportasi-sebagai-pendukung-sasaran-pembangunan-nasional#>

KEMLU RI. (2014, Januari 8). *World Trade Organization (WTO)*. Retrieved from kemlu.go.id:

[https://kemlu.go.id/portal/id/read/133/halaman\\_list\\_lainnya/world-trade-organization-wto](https://kemlu.go.id/portal/id/read/133/halaman_list_lainnya/world-trade-organization-wto)

Kusuma, A. A., & Pramudana, A. S. (2017). DAMPAK GLOBALISASI PASAR DAN PRODUKSI: DITENGAH LINGKUNGAN BISNIS NASIONAL. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 151-165.

Lestari, A. D., & Merthayasa, A. (2022). PERAN TEKNOLOGI DALAM PERUBAHAN BISNIS DI ERA . *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 16705-16711.

Nazar, B., & Assauri, S. (2005). Strategi membangun daya saing perusahaan dalam persaingan industri (studi kasus pt axi) . *Universitas Indonesia Library*, 102.

Rajiman. (2023). *Manajemen Strategi DAYA SAING DI ERA GLOBALISASI*. Bandarlampung: Pusaka Media.

Rusman. (2022). Tantangan Sumber Daya Manusia di Era Globalisasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2656-6265.

Suhairi, Syahputri, J., & Rizky, F. (2019). STRATEGI & STANDARISASI DALAM PEMASARAN GLOBAL. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8 (1), 369-377.

Yuliaty, T., Shafira, C. S., & Akbar, M. R. (2020). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global Studi Kasus Pada PT. Muniru Burni Telong. *Journal Management, Business, and Accounting*, 293-308.

Perpres No. 38 Tahun 2015

UU No.7 Tahun 1994

UU No. 36 Tahun 2000

UU No. 18 Tahun 2002

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 24 Tahun 2022

UU No. 14 Tahun 2019

UU No. 20 Tahun 2003

UU No. 4 Tahun 2023

UU No. 7 Tahun 2014