

# MERETAS BISNIS DALAM TEKNOLOGI INFORMASI

Saiful Nur Arif dan Zulkifli Lubis

## ABSTRAK

Teknologi telah memberikan kontribusi dalam keberhasilan banyak bisnis dalam tahun terakhir ini. Termasuk penggunaan komputer untuk memudahkan informasi antar departemen dalam suatu perusahaan dan penggunaan Internet untuk transfer informasi mengenai proses produksi suatu perusahaan. Suatu jenis teknologi yang terkait yang dikenal dengan **bisnis elektronik** (*e-bussines*) atau **komersial elektronik** (*e-commerce*) adalah penggunaan komunikasi elektronik untuk menghasilkan atau menjual barang dan jasa.

**Kata Kunci:** Bisnis, teknologi, e-commerce

### A. PENDAHULUAN

**Teknologi** dapat didefinisikan sebagai pengetahuan atau alat yang digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa. Suatu rangkaian teknologi yang penting, teknologi informasi, berkecimpung di dalam mempergunakan informasi untuk menghasilkan barang dan jasa. Termasuk penggunaan komputer untuk memudahkan informasi antar departemen dalam suatu perusahaan dan penggunaan Internet untuk transfer informasi mengenai proses produksi suatu perusahaan.

Ber macam perusahaan dari industri yang berlainan mempergunakan Internet untuk memberikan pada pelanggan informasi mengenai berbagai acara yang akan diadakan. Suatu jenis teknologi yang terkait yang dikenal dengan **bisnis elektronik** (*e-bussines*) atau **komersial elektronik** (*e-commerce*) adalah penggunaan komunikasi elektronik untuk menghasilkan atau menjual barang dan jasa. *E-Bussiness* mencakup transaksi bisnis, seperti menjual produk lewat Internet, maupun interaksi bisnis antara perusahaan dengan pemasoknya lewat Internet. Pada kenyataannya, banyak orang menjadi rancu dalam memakai istilah “teknologi informasi” dan “*e-commerce*”.

### B. PEMEGANG KEPENTINGAN UTAMA DALAM BISNIS

Setiap bisnis mengadakan transaksi dengan orang-orang. Orang-orang itu menanggung akibat karena bisnis tersebut, karenanya mereka mempunyai kepentingan didalamnya. Mereka dapat disebut pemegang kepentingan umum (*stakeholder*) atau orang yang mempunyai kepentingan dalam bisnis. Lima jenis pemegang kepentingan yang terlibat dalam bisnis:

- Pemilik
- Karyawan
- Kreditor
- Pemasok
- Pelanggan

Setiap jenis pemegang kepentingan berperan kritis dalam perusahaan, seperti akan dijelaskan kemudian.

#### 1. Pemilik

Setiap bisnis dimulai sebagai hasil ide sari seorang atau lebih mengenai barang atau jasa, yang disebut wiraswasta (*enterpreneurs*), yang mengorganisasikan, mengelola, dan mengasumsikan resiko yang dihadapi mulai dari permulaan bisnis. Lebih dari 8 juta orang di Amerika adalah wiraswasta. Wiraswasta memegang peran kritis untuk mengembangkan bisnis baru karena mereka menciptakan produk baru (atau memperbaiki produk yang telah ada) yang diperlukan oleh pelanggan.

Seorang wira swasta yang menciptakan bisnis pada mulanya menjalankan sebagai pemilik tunggal. Namun demikian, selama bisnis tumbuh mungkin memerlukan tambahan dana lebih dari pada yang dapat disediakan pemilik tunggal. Sebagai konsekuensi, pemilik tunggal akan memperbolehkan orang lain menanamkan modal ke perusahaannya dan menjadi pemilik bersama.

Apabila kepemilikan dari suatu bisnis ditanggung bersama, maka tentu saja proporsi kepemilikan dari pemilik lama akan berkurang. Misalkan perusahaan pembuat roti yang didirikan oleh dua orang dengan modal masing-masing \$100.000. Setiap orang memiliki separuh dari perusahaan tersebut. Mereka boleh juga mempersilahkan orang ketiga untuk menanamkan modalnya kedalam perusahaan yang bersangkutan. Apabila orang ketiga tersebut menanamkan \$100.000, maka setiap orang dari ketiga orang tersebut akan memiliki 1/3 dari perusahaan. Setiap keuntungan dari perusahaan akan didistribusikan kepada pemilik. Dengan demikian, apabila perusahaan menerima penanaman modal lagi, maka kemungkinan besar perusahaan dapat meluaskan bisnisnya sehingga pemilik pertama akan memperoleh manfaat lebih walaupun kepemilikannya menjadi berkurang.

Banyak perusahaan menjual saham kepada investor yang ingin menjadi pemegang saham (*shareholder/stokeholders*) dari perusahaan tersebut. Apabila kinerja perusahaan membaik nilai sahamnya juga naik, seperti tercermin pada harga saham yang lebih tinggi. Sebagai contoh ekstrim, pemegang saham Dell Computer dapat dua kali lipat dari saham yang ditanamkan beberapa tahun yang lalu, karena kinerja Dell yang bagus.

## 2. Kreditor

Perusahaan memerlukan dana lebih dari pada yang didapat dari pemilik. Ketika suatu perusahaan pada mulanya didirikan, perusahaan memerlukan pengeluaran sebelum dapat menjual barang atau jasa. Oleh karena itu, tidak dapat menggantungkan uang tunai dari perusahaan untuk menutupi pengeluaran. Perusahaan yang telah lama berdiri pun, seperti Little Ceaser Pizza, disney dan Nike

memerlukan pendukung dana yang mungkin akan dikeluarkan. Suatu bisnis yang tumbuh pesat akan mampu menutup penanaman modal dalam bentuk peralatan mesin atau gedung.

Perusahaan yang memerlukan dana meminjam dari institusi atau individu, yang disebut kreditor yang memberikan pinjaman. Bank komersial biasanya memberikan pelayanan jasa kepada pelanggan sebagai kreditor. Perusahaan yang meminjam dana dari kreditor meminjam dana dari kreditor membayar bunga pinjaman. Jumlah yang dipinjam merupakan utang dari perusahaan yang harus dikembalikan kepada kreditor beserta bunganya pada waktu jatuh tempo.

Kreditor meminjamkan dana kepada perusahaan bila mereka percaya bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik sehingga dapat mengembalikan pinjaman pokok beserta bunganya dikemudian hari.

## 3. Karyawan

Karyawan perusahaan diangkat untuk menyalurkan operasi perusahaan. Karyawan yang bertanggung jawab mengelola tugas yang diberikan kepada karyawan lain dan membuat keputusan penting perusahaan disebut **manajer**. Kinerja perusahaan sangat tergantung pada keputusan yang dibuat para manajernya. Keputusan yang bagus dapat membuat perusahaan menjadi sukses, tetapi yang kurang bagus dapat membuat perusahaan gagal.

### Tujuan-Tujuan Manajer

Tujuan manajer suatu perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Memaksimalan nilai perusahaan adalah tujuan yang jelas untuk banyak bisnis kecil ketika pemilik, sekaligus menjadi manajer. Ketika suatu perusahaan menjual sahamnya, sebagian besar pemegang saham tidak bekerja untuk perusahaan. Mereka mengawasi manajer perusahaan dalam memaksimalkan nilai saham milik para pemegang saham. Pertanyaan berikut dari laporan tahunan yang mengilustrasikan perusahaan-perusahaan yang memaksimalkan nilai pemegang saham:

***“Kami tidak menjanjikan keajaiban, tetapi hanya kerja keras dengan***

*secara total memfokuskan pada mengapa kita mematuhi bisnis: mendorong nilai pemegang saham.”*

*Zenith Electronics*

*“Kami percaya bahwa ukuran dasar dari kesuksesan kita adalah nilai pemegang saham yang kita ciptakan melalui waktu panjang.”*

*Amazon. Com*

*“Semua yang kita kerjakan disesain untuk membangun nilai pemegang saham melalui hasil jangka panjang.”*

*Wal-Mart*

*“Kami menciptakan nilai bagi para pemegang saham dan itu tetap menjadi tujuankami yang tulus.”*

*The Coca Cola Company*

Memaksimalkan nilai perusahaan dalam membesarkan hati calon investor untuk menjadi pemegang saham perusahaan.

#### 4. Pemasok

Perusahaan biasanya menggunakan bahan baku untuk menghasilkan produksinya. Sebagai contoh, perusahaan manufaktur mobil menggunakan baja untuk membuat mobil, sementara itu, perusahaan properti memerlukan semen, kayu, dan bahan lainnya. Perusahaan tidak dapat menyelesaikan proses produksinya bila mereka tidak dapat mendapatkan bahan baku. Oleh karena itu, kinerjanya sebagian tergantung kepada kemampuan dari pemasoknya dalam mengantarkan bahan baku tepat pada waktunya.

#### 5. Pelanggan

Perusahaan tidak dapat bertahan hidup tanpa pelanggan. Untuk menarik pelanggan, perusahaan harus memberikan barang atau jasa yang diperlukan dengan harga yang pantas. Perusahaan juga harus meyakinkan bahwa produk yang dihasilkan cukup berkualitas sehingga pelanggan puas. Apabila perusahaan tidak dapat memberikan barang atau jasa yang berkualitas dengan harga yang pantas, pelanggan akan beralih ke perusahaan pesaing.

### C. MENCIPTAKAN IDE BISNIS

Orang akan berminat menciptakan bisnis hanya apabila mereka mengharapkan imbalan untuk usahanya. Imbalan dari memiliki perusahaan dalam berbagai bentuk. Sebagian orang termotivasi oleh kesempatan mendapatkan penghasilan besar. Beberapa orang menginginkan supaya bisa menjadi atasan bagi mereka sendiri daripada bekerja kepada orang lain. Banyak orang senang dengan tantangan dan prestise yang berhubungan dengan memiliki perusahaan. Sebagian besar pemilik perusahaan setuju bahwa semua karakteristik memotivasi mereka untuk memulai suatu bisnis.

Supaya dapat berhasil, suatu perusahaan harus mempunyai **suatu keunggulan kompetitif** atau sifat unik yang dapat membuat produknya lebih diminati daripada produk pesaingnya. beberapa perusahaan menciptakan keunggulan kompetitif dengan memberikan produk yang mirip terhadap produk pesaingnya, tetapi dengan harga yang lebih murah. Bisnis lain cenderung menyiapkan produk yang berkualitas tinggi dari produk pesaing, atau dengan menawarkan jasa yang lebih menyenangkan.

Banyak dari bisnis yang berhasil akhir-akhir ini memerlukan tingkat teknologi tinggi, dana yang besar, atau keduanya. Walaupun demikian, beberapa ide bisnis dapat dilaksanakan tanpa mengandalkan teknologi atau dana besar.

### D. PENGARUH TEKNOLOGI DALAM MENCIPTAKAN BISNIS

Teknologi telah memberikan kontribusi dalam keberhasilan banyak bisnis dalam tahun terakhir ini. **Teknologi** dapat didefinisikan sebagai pengetahuan atau alat yang digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa. Suatu rangkaian teknologi yang penting, teknologi informasi, berkecimpung di dalam mempergunakan informasi untuk menghasilkan barang dan jasa. Termasuk penggunaan komputer untuk memudahkan informasi antar departemen dalam suatu perusahaan dan

penggunaan Internet untuk transfer informasi mengenai proses produksi suatu perusahaan. Berbagai perusahaan dari industri yang berlainan mempergunakan Internet untuk memberikan pada pelanggan informasi mengenai berbagai acara yang akan diadakan. Suatu jenis teknologi yang terkait yang dikenal dengan **bisnis elektronik** (*e-bussines*) atau **komersial elektronik** (*e-commerce*) adalah penggunaan komunikasi elektronik untuk menghasilkan atau menjual barang dan jasa. *E-Bussiness* mencakup transaksi bisnis, seperti menjual produk lewat Internet, maupun interaksi bisnis antara perusahaan dengan pemasoknya lewat Internet. Pada kenyataannya, banyak orang menjadi rancu dalam memakai istilah “teknologi informasi” dan “*e-commerce*”.

Dalam diciptakan untuk menawarkan barang dan jasa yang belum diberikan oleh perusahaan lain. Bisnis baru ini diciptakan untuk memberikan akomodasi kebutuhan atau referensi pelanggan. Keberhasilan perusahaan dalam *e-business* memicu diciptakannya *e-business* yang lain.

Walaupun bisnis menggunakan Internet dalam melayani pelanggan telah sangat menarik perhatian, Internet juga mempunyai dampak penting dalam cara bisnis yang satu melayani bisnis yang lainnya (dinamakan sebagai “*business-to-business e-commerce*” atau “*B2B e-commerce*”). *B2B e-commerce* dapat dipakai sebagai contoh apabila perusahaan perlu jasa [ekerjaan memperbaiki fasilitasnya, ingin mencari perusahaan yang dapat membeli bahan baku spesifik untuk proses produksinya. Perusahaan dapat membuka tender *online* (melalui jasa komputer) dari beberapa prospektif perusahaan yang mungkin dapat melayani kebutuhannya dan kemusia memilih mereka yang memeberikan tawaran terbaik. Proses ini lebih mudah dan lebih cepat daripada memenggil bermacam perusahaan dan menunggu respons telepon dari mereka. Lebih lagi, dengan telah mengirim pesan *online* memaksa pembuatan tender menuliskan spesifikasi yang dikehendaki.

*B2B e-commerce* telah mengurangi biaya yang berkenaan dengan transaksi antar-

perusahaan dan diharapkan akan semakin mengurangi lagi, apabila semua perusahaan telah memakai keunggulan penuh teknologi tersebut misalnya, perusahaan yang mengandalkan pemisahan lain untuk pasokan bahan bakunya, jasa transportasinya, atau jasa pengirimannya, dapat mengurangi biaya substansinya apabila menggunakan *B2B e-commerce*.

## E. FUNGSI UTAMA BISNIS

Lima fungsi yang terlibat dalam operasi suatu bisnis adalah manajemen, pemasaran, keuangan, akuntansi, dan sistem informasi. Lima fungsi ini adalah fokus dari persoalan ini karena dijalankan secara benar jika bisnis akan sukses.

Manajemen adalah cara bagaimana karyawan dan sumber lain (seperti mesin-mesin) digunakan oleh perusahaan. Pemasaran adalah cara bagaimana produk (jasa) dikembangkan, diberi harga didistribusikan dan dipromosikan kepada pelanggan. Keuangan adalah bagaimana perusahaan mendapatkan dan menggunakan dana untuk operasi bisnis. Akuntansi adalah ringkasan dan analisis suatu kondisi keuangan perusahaan dan dipakai untuk membuat bermacam keputusan sistem informasi termasuk teknologi informasi, masyarakat, dan prosedur yang bekerja sama untuk memberikan informasi yang cocok untuk karyawan perusahaan sehingga mereka dapat membuat keputusan bisnis.

### 1. Interaksi antar-Fungsi bisnis

Kebanyakan keputusan bisnis dapat diklarifikasikan sebagai manajemen pemasaran, atau keputusan keuangan. Suatu pendapatan perusahaan (laba) adalah sama dengan penghasilan dikurangi pengeluaran. Karena keputusan manajemen terfokus kepada pemanfaatan dan sumber daya lain, mereka mempengaruhi yang terdapat di dalam pengeluaran untuk produksi. Karena keputusan pemasaran terfokus kepada strategi supaya produk menarik pelanggan, mereka mempengaruhi penghasilan perusahaan.

Keputusan pemasaran juga mempengaruhi jumlah yang termasuk dalam pengeluaran dalam pendistribusian dan promosi produk. Karena keputusan keuangan terfokus kepada bagaimana dana didapatkan (meminjam uang dan menjual saham), mereka mempengaruhi jumlah dari pengeluaran bunga. Karena keputusan manajemen, pemasaran, dan keuangan mempengaruhi pengeluaran maupun penghasilan perusahaan, mereka berpengaruh atas laba dan nilai perusahaan.

Banyak interaksi antara manajemen, pemasaran, dan keuangan dalam membuat keputusan. Manajer keuangan harus menerima jumlah rencana produksi dari manajer produksi untuk menentukan berapa dana yang diperlukan.

## F. METODE UNTUK MEMILIKI BISNIS YANG TELAH ADA

Banyak orang menjadi pemilik perseorangan bisnis dengan menilai bisnis mereka sendiri. Namun beberapa orang, dapat menjadi pemilik perseorangan tanpa menilai bisnisnya. Di bawah ini adalah metode umum di mana orang menjadi pemilik bisnis yang telah ada:

- Mengambil kepemilikan dari bisnis keluarga
- Membeli bisnis yang telah ada
- Franchise (waralaba) (izin bisnis di daerah tertentu)

### 1. Mengambil Kepemilikan dari Bisnis Keluarga

Banyak orang bekerja dalam bisnis keluarga dan setelah beberapa waktu dianggap menjadi pemilik. Ini dapat menjadi cara ideal untuk memiliki bisnis karena kinerjanya dapat diprediksikan selama para karyawan utama masih terus bekerja di sana. Keputusan besar mengenai proses produksi dan operasi lain perusahaan sudah dapat ditentukan sebelumnya. Jika bisnis punya sejarah keberhasilan, fungsi pemilik baru hanya memastikan bahwa operasional yang ada masih berlanjut secara efisien. Sebaliknya apabila bisnis mengalami kinerja buruk,

pemilik baru harus merevisi manajemen, pemasaran, dan kebijakan keuangan.

### 3. Membeli Bisnis yang Telah Ada

Bisnis banyak yang dijual setiap hari di setiap kota. Kadang mereka diiklankan pada lembar koran lokal. Bisnis dijual dengan bermacam alasan, misalnya kesulitan keuangan atau pemilik meninggal ataupun ingin istirahat.

Orang yang berpikir ingin membeli bisnis yang ada harus menentukan apakah mereka punya keahlian menjalankan bisnis atau paling sedikit memonitor secara seksama para manajernya. Kemudian mereka harus membandingkan keuntungan yang diharapkan dari bisnis ini dengan modal yang diperlukan untuk membeli pada permulaannya. Volume penjualan yang lalu mungkin diberikan oleh penjual bisnis dan dapat dipakai untuk memperkirakan volume penjualan yang akan datang. Namun demikian, calon pembeli harus sangat berhati-hati untuk menggunakan angka-angka ini. Dalam beberapa bisnis seperti praktik kedokteran gigi dan salon rambut, keuntungan pribadi antara pemilik dan pelanggan sangat kritis. Banyak pelanggan mungkin beralih ke pesaing apabila pemilik berganti untuk tipe bisnis ini.

Volume penjualan yang lain akan sangat berpengaruh besar untuk memperkirakan penjualan yang akan datang. Untuk tipe bisnis lain, yang kurang hubungan pribadinya seperti toko serba ada, penggantian pemilik tidak begitu besar pengaruhnya pada pilihan pelanggan (sehingga volume penjualannya tidak begitu berpengaruh).

### 2. Franchising

*Franchise* (waralaba) adalah suatu pengaturan perjanjian di mana seorang pemilik bisnis (*franchisor*) memperbolehkan pemilik bisnis lain (*franchisee*) memakai merek dagangnya, nama dagangnya atau hak ciptanya, dalam kondisi tertentu. Setiap waralaba menjalankan operasi bisnisnya secara mandiri dan biasanya dimiliki oleh pengusaha perseorangan.

Perusahaan waralaba di USA lebih dari 500 ribu dan mereka menghasilkan penerimaan lebih dari \$800 miliar dalam setahunnya. Beberapa waralaba terkenal adalah McDonald's, Thrifty Rent-a-Car System, Mail Boxes Etc., Dairy Queen, Super 8 Motels Inc., TGI Fridays, Pearle Vision Inc., dan Baskin Robbins. Biaya untuk membeli waralaba dapat sangat bervariasi tergantung pada merek dagang tertentu, teknologi, dan jasa yang diberikan kepada pembeli waralaba tersebut.

Dairy Queen, satu dari pemberi izin waralaba (*franchisor*) terkenal didunia, menggunakan Internet untuk memberikan informasi kepada para pembeli izin waralaba dan calon pembeli (*franchisee*). Misalnya saja Dairy Queen menyediakan informasi pada situs-nya mengenai program pelatihan barunya untuk mengajukan aplikasi untuk membeli izin waralaba di USA maupun di luar Amerika.

## G. BAGAIMANA PEMILIK MENGUKUR KINERJA BISNISNYA

Pemilik yang menanamkan modalnya pada suatu perusahaan memusatkan diri pada dua kriteria untuk mengukur kinerja perusahaan: 1) imbalan atas penanaman modalnya dan 2) risiko dari penanaman modal mereka. Dua kriteria ini akan dibicarakan sekarang karena strategi bisnis yang harus dilaksanakan para manajer harus ditujukan untuk memuaskan pemilik bisnis. Para manajer harus menentukan bagaimana strategi bisnis yang bermacam-macam akan mempengaruhi imbalan atas penanaman modal perusahaan dan resikonya.

### 1. Imbalan atas Penanaman Modal

Penanaman modal suatu perusahaan didapatkan dari laba (*profit*) perusahaan (disebut juga penghasilan atau pendapatan). Sebagai perusahaan yang menghasilkan penghasilan, sebagian porsinya dari laba ini masuk ke pemerintah sebagai pajak. Kelebihan penghasilan (setelah pajak) adalah imbalan (dalam dolar) kepada pemilik bisnis. Namun, nilai dolar dari pendapatan suatu bisnis setelah pajak tidak

selalu berarti suatu pengukuran yang berguna atas kinerja perusahaan kecuali disesuaikan dengan jumlah ekuitas perusahaan yaitu total penanaman modal dari pemegang saham perusahaan. Untuk ulasan ini, pemilik bisnis lebih biasa mengukur laba perusahaan (*usaha*) dengan menghitung laba atas ekuitasnya (*Return on Equity-ROE*) yang sama dengan laba sebagai proporsi ekuitas:

### 2. Risiko

Risiko perusahaan adalah tingkat ketidakpastian tentang laba perusahaan yang akan datang, yang menggambarkan ketidakpastian imbalan bagi pemiliknya. Laba perusahaan di masa yang akan datang tergantung pada penerimaan dan beban (pengeluarannya). Perusahaan dapat mengalami kerugian jika pengeluaran lebih dari yang direncanakan. Beberapa perusahaan yang mengalami kerugian yang banyak tentu akan gagal. Dalam beberapa kasus, pemilik akan kehilangan yang terbanyak dari dana yang diinvestasikannya ke dalam perusahaan. Kreditor juga mungkin tidak dibayar atas pinjamannya kepada perusahaan.

Untuk menggambarkan risiko suatu bisnis, bayangkan ketidakpastian dari penerimaan (*revenue*) dan beban/pengeluaran (*expenses*) pada masa mendatang dari perusahaan pembersih taman. Penerimaan yang dihasilkan dari perusahaan dapat berkurang daripada biasanya apabila hawa dingin yang tidak biasanya melindungi rumput dan semak untuk dapat tumbuh. Tambahan lagi, perusahaan taman lainnya mungkin berdiri dan bersaing untuk bisnis yang memang tersedia. Misalnya dalam komunitas yang jumlah tamannya terbatas, maka pekerjaan pembersih taman yang dikerjakan oleh perusahaan jasa pembersih taman baru akan mengambil bagian dari yang sebelumnya diberikan kepada perusahaan ini.

Pengeluaran dari perusahaan pembersih taman mungkin lebih tinggi dari yang diduga karena mesin potong rumput rusak atau apabila gaji karyawan ternyata naik. Perusahaan besar seperti KMart dan Smith Corona (mesin ketik) mempunyai pengalaman merugi menyusul adanya

penurunan permintaan untuk produknya.

Perusahaan tidak dapat mengendalikan beberapa faktor yang mungkin mempengaruhi penerimaan dan pengeluarannya. Meskipun demikian, perusahaan harus mengakui bagaimana kemungkinan kondisi mereka dapat mengembangkan suatu perkiraan penerimaan yang realistis. Tambahkan pula, menciptakan harapan yang lebih realistis atas pengeluaran total. Mereka harus mengantisipasi bahwa kemungkinan perbaikan mesin mungkin diperlukan.

Untuk mempersiapkan adanya masalah, risiko setiap bisnis harus disadari. Walaupun banyak bisnis baru yang menjadi cerita keberhasilan, banyak yang gagal juga. Beberapa bisnis baru gagal hanya karena wiraswasta tidak mengetahui risiko yang dihadapi. Latihan menilai sendiri (*self scoring exercise*) dari menawarkan suatu latihan menilai sendiri untuk memperkirakan keterampilan yang Anda punyai untuk dapat berhasil di dalam bisnis. Namun, sadarilah bahwa beberapa orang mungkin berhasil sebagai manajer, tetapi tidak sebagai wiraswasta karena mereka tidak menyadari risiko yang terlibat dalam mendirikan bisnis baru.

### 3. Hubungan antara Risiko dan Imbatan

Beberapa perusahaan mempunyai tingkat risiko yang lebih tinggi dari perusahaan lain karena permintaan untuk hasil produksinya sangat tidak pasti. Calon pemilik akan mendukung perusahaan risiko tinggi ini hanya apabila mereka dapat menjanjikan imbalan yang tinggi pula. Sebagai contoh, orang mungkin akan menjadi pemilik dari sebuah toko perhiasan eksotis hanya apabila mereka mengharapkan toko menghasilkan untung yang tinggi. Masyarakat bisa memakai uangnya untuk ditanam pada bisnis yang lebih rendah risikonya, seperti toko buku eceran atau toko serba ada, tetapi, menanamkan modal pada toko perhiasan

eksotis, menawarkan kemungkinan penghasilan yang lebih tinggi dari penanaman modal mereka.

Seperti investor bisnis, kreditor akan memberikan dana kepada perusahaan yang berisiko tinggi hanya apabila mereka mempunyai potensi untuk mendapatkan imbalan yang relatif tinggi atas dana yang diberikan. Imbalan untuk kreditor adalah tingkat suku bunga yang dibebankan pada pinjaman yang mereka sediakan. Sebagai kompensasi, untuk risiko yang lebih tinggi, kreditor meminta tingkat suku bunga yang lebih tinggi apabila meminjamkan dana untuk bisnis yang berisiko tinggi.

### 4. Sumber Risiko dalam Fungsi Bisnis

Suatu perusahaan mengandalkan pada sumber daya manajemen (termasuk sumber daya manusia dan sumber daya lain seperti mesin-mesin), pemasaran, dan fungsi keuangan untuk berkinerja yang baik. Kinerja buruk dapat dianggap sebagai manajemen sumber daya buruk, pemasaran buruk, keuangan buruk, seperti yang akan dijelaskan nanti.

Di bawah ini adalah ciri kesalahan yang dapat menyebabkan pengeluaran produksi yang berlebihan:

- 4.1. Mempekerjakan karyawan lebih dari yang diperlukan, yang menyebabkan pengeluaran biaya operasi lebih tinggi.
- 4.2. Mempekerjakan karyawan kurang dari yang diperlukan, yang menghalangi perusahaan dalam mencapai volume atau kualitas produksi yang diinginkan.
- 4.3. Mempekerjakan karyawan yang kurang memiliki keterampilan yang tepat atau kurang pelatihan.
- 4.4. Menanamkan modal lebih banyak ke dalam peralatan atau mesin daripada yang diperlukan, sehingga mengakibatkan biaya operasi juga tinggi.
- 4.5. Menanamkan ke dalam peralatan atau mesin kurang daripada yang dibutuhkan, sehingga menghalangi perusahaan mencapai volume atau kualitas produk yang diinginkan.

Di bawah ini adalah kesalahan pemasaran yang sering terjadi yang dapat

mengakibatkan kinerja yang buruk:

1. Terlalu banyak pengeluaran untuk program pemasaran.
2. Program pemasaran yang tidak efektif yang tidak mendorong penerimaan perusahaan.

Di bawah ini adalah kesalahan keuangan yang sering terjadi yang dapat mengakibatkan kinerja yang buruk:

1. Meminjam uang terlalu banyak, yang mengakibatkan tingkat pengeluaran suku bunga yang tinggi per tahunnya.
2. Meminjam uang yang tidak mencukupi yang menghalangi perusahaan dari menanamkan dana yang diperlukan supaya berhasil.

Karena keputusan bisnis itu saling berhubungan, keputusan buruk dalam suatu departemen dapat mempengaruhi departemen lain. Sebagai contoh, volume produksi Compaq Computer didasarkan atas perkiraan permintaan untuk komputer oleh departemen pemasaran. Apabila departemen pemasaran memberikan estimasi permintaan terlalu rendah, maka Compaq akan mengalami kekurangan produksi.

### 5. Risiko Bisnis Kecil

Bisnis kecil cenderung berisiko lebih daripada bisnis yang lebih besar karena bisnis kecil tidak mempunyai keahlian manajerial atau dana untuk diversifikasi bisnis lain. Oleh karena itu, apabila satu macam bisnis mereka mengalami masalah, mereka akan lebih mudah gagal. Suatu keadaan yang mempengaruhi industri tunggal yang dia masuki (misalnya pemogokan kerja dari perusahaan pemasok atau pengurangan permintaan dari jenis produksi yang mereka hasilkan) dapat mengakibatkan kegagalan. Sebagai tambahan, apabila seorang manajer pensiun atau meninggal, dapat memberikan akibat yang besar pada bisnis kecil. Perusahaan yang lebih besar biasanya mempunyai beberapa karyawan dengan posisi yang tinggi di mana mereka dapat membuat keputusan, jadi tidak ada orang yang tidak tergantikan.

Investor menyadari risiko yang lebih tinggi dari bisnis kecil dan akan menanamkan

modalnya kepada mereka hanya jika potensi keuntungannya yang tinggi dapat memadai risiko yang ada di dalamnya.

The Small Business Administration (SBA) dari pemerintah Amerika menggunakan Internet untuk memberikan informasi dan daftar syarat-syarat untuk dapat memenuhi kualifikasi sebagai suatu usaha bisnis kecil. Situs seperti ini sangat berguna untuk para individu yang mempertimbangkan untuk mendirikan bisnis kecil baru, karena mereka pun menyediakan informasi mengenai kendala hukum dan pajak. Kontrak informasi dan brosur melalui Internet (*online*) yang berisi informasi mengenai memulai dan mendanai bisnis kecil juga tersedia.

Suatu metode umum untuk wiraswasta dalam mendirikan suatu bisnis di luar negeri adalah membeli izin berusaha (*franchise*) yang telah didirikan oleh perusahaan Amerika di luar negeri. Misalnya, McDonald's, Pizza Hut, dan KFC yang mempunyai bisnis waralaba di berbagai negara. Potensi keuntungan dari waralaba ini mungkin lebih tinggi di Amerika jika saja persaingan tidak terlalu besar.

Metode lain yang terkenal untuk para wiraswasta Amerika memiliki bisnis di luar negeri adalah membeli perusahaan yang dijual oleh pemerintah negara asing. Dalam tahun 1990, banyak pemerintah di Eropa Timur dan Amerika Latin menjual sejumlah bisnis yang mereka miliki. Mereka juga mendorong persaingan di antara perusahaan dalam setiap industri. Pengusaha mengakui bahwa banyak bisnis yang sebelumnya dimiliki oleh pemerintah tidak dikelola secara efisien. Oleh karena itu, banyak bisnis dipersepsikan sebagai mempunyai nilai yang relatif rendah. Oleh karena itu, memungkinkan beberapa wiraswasta membeli bisnis dengan harga rendah. Walaupun demikian, bisnis ini memiliki tingkat risiko yang tinggi karena lingkungan di negara asing tersebut tidak stabil. Karena kebanyakan bisnis di negara ini telah dikelola oleh masing-masing pemerintahnya, di mana peraturan bisnis swasta tidak begitu dipraktikkan. Tingkat pajak yang dikenakan kepada bisnis swasta tidak menentu. Tingkat kompetisi juga tidak menentu, karena perusahaan sekarang ini bebas masuk



ke berbagai industri.

Dengan ketidakpastian yang dihadapi oleh bisnis baru di luar negara asing tersebut, beberapa wiraswasta membuat perjanjian dengan perusahaan asing yang ada sekarang daripada mendirikan bisnis baru mereka. Sebagai contoh, seorang wiraswasta mengetahui bahwa produk barang rumah tangga akan terkenal di negaranegara Amerika Latin, tetapi memilih tidak mendirikan perusahaan di sana karena ketidakpastian soal pajak dan peraturan pemerintah lainnya. Wiraswasta mungkin membuat perjanjian dengan perusahaan yang mendistribusikan produk yang terkait kepada toko pengecer di seluruh Amerika Latin. Perusahaan ini akan mendapat suatu komisi dengan menjualkan produk rumah tangga yang dihasilkan oleh wiraswasta tersebut. Contoh ini hanya salah satu dari banyak kemungkinan pengaturan mewujudkan kesempatan menanamkan modalnya di luar negeri tanpa memiliki bisnis di sana.

## H. DAFTAR PUSTAKA

- Agus Hery Prasetyo, 2007, **Meraup Dollar Lewat Blog**, Yogyakarta: Gradien Mediatama.
- Anastasia Diana dan Fandy Tjiptono, 2007, **E-Business**, Yogyakarta: ANDI.
- Onno W. Purbo, 2001, **Buku Pintar Internet Membangun Web Ecommerce**, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Wahana Komputer, 2006, **Apa Dan Bagaimana E-Commerce**, Yogyakarta: ANDI.