

Networking Dalam Pengembangan Manajemen Bisnis UKM Dan Koperasi

Rosti Setiawati

Pendahuluan

Jaringan bisnis (*networking*) di era globalisasi sangat dibutuhkan untuk dapat membangun mitra atau kerjasama, sehingga kehidupan bisnis dapat lebih maju dan sukses. Pada dasarnya manusia tidak dapat dipisahkan dari yang lainnya, dan setiap orang tidak dapat berdiri sendiri dalam melakukan aktivitas untuk memenuhi kebutuhannya. Manusia selalu melakukan interaksi dengan lingkungannya, baik dengan sesama manusia maupun dengan makhluk hidup lainnya.

Jaringan bisnis sangat dibutuhkan dalam mengembangkan bisnis, karena dengan membentuk jaringan bisnis, maka informasi dapat cepat menyebar. Dengan cepatnya sebaran informasi, aspek lainpun akan cepat pula meluas. Pada masa sekarang hampir setiap perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan kepada *customer/client* dengan mengikuti kemajuan teknologi baru, seperti melalui pertukaran data yang cepat untuk menunjang kinerja perusahaan.

Dalam segala aspek bisnis, *networking* bisa dilakukan dengan cara saling menjaga kepercayaan dalam kerjasama yang dibangun, sehingga akan memengaruhi reputasi bisnis tersebut. *Networking* merupakan investasi jangka panjang bagi seluruh elemen dalam lingkaran bisnis, sehingga tidak akan secara langsung diperoleh keuntungannya.

Networking banyak sekali manfaatnya terutama dalam pengembangan bisnis. Di antaranya dengan cara memelihara dan membangun jaringan dalam waktu jangka panjang di antara mereka dan saling menguntungkan satu sama lain.

Tujuan dilakukannya *networking* adalah untuk membahas masalah-masalah yang terjadi tentang klien serta dalam rangka meningkatkan pemahaman tentang kontribusi setiap anggota tim juga melakukan identifikasi tentang cara-cara terbaik dalam meningkatkan mutu pelayanan terhadap klien. Semua pelaku bisnis harus mempunyai keinginan untuk bekerja sama dan bersinergi, sehingga hubungan *networking* dapat menjadi optimal

Konsep *Networking*

Networking adalah tentang dibangunnya jaringan serta terpelihara dalam waktu jangka panjang yang menciptakan saling menguntungkan satu sama lainnya. Definisi lainnya disampaikan oleh Kusnandar (2013) bahwa *networking* atau kolaborasi adalah suatu proses partisipasi beberapa orang ataupun kelompok organisasi untuk bekerja sama mencapai hasil tertentu. Ilza (2011) menyatakan *networking* atau kolaborasi adalah bentuk kerjasama untuk mencapai hasil yang diinginkan sekaligus melahirkan kepercayaan di antara pihak yang terkait yang dilakukan oleh dua orang atau sekelompok orang dalam bidang tertentu.

Networking dalam pengembangan manajemen bisnis merupakan hubungan kerja sama di antara para pelaku bisnis untuk mencapai hasil yang diinginkan, melakukan kerja sama dalam membicarakan perihal bisnis dan bertanggung jawab pada pekerjaannya.

Tujuan *Networking*

Networking bertujuan untuk membahas masalah-masalah tentang klien dalam upaya meningkatkan pemahaman tentang sejauhmana kontribusi yang dapat diberikan dari setiap anggota tim serta untuk mengidentifikasi cara peningkatan mutu dalam melayani klien. Hubungan *networking* dapat tercapai secara optimal, jika semua pelaku bisnis memiliki keinginan bekerja sama dan mempunyai komitmen terhadap hasil kesepakatan yang sudah dibuat bersama.

Manfaat *Networking*

Adapun manfaat dari *networking* di antaranya:

- 1) Menambah serta membuka Wawasan Baru
- 2) Tempat Promosi Terbaik
- 3) Meningkatkan Pendapatan Usaha
- 4) Kesempatan Kerjasama Antar Bisnis semakin terbuka
- 5) Bersaing Secara Sehat
- 6) Opini Yang Masuk diperbanyak Sebelum Mengambil Keputusan
- 7) *Personal Branding* semakin kuat
- 8) Kemampuan Berkomunikasi lebih meningkat

Hubungan *Networking* Dengan Manajemen Bisnis

Networking dalam bisnis dapat mengembangkan bisnis dengan cara menjalin hubungan baik atau koneksi dengan berbagai pihak, karena proses ini melibatkan hubungan antar pribadi, hubungan dengan komunitas, juga dengan perusahaan lain yang terbina. Terjadinya *Networking* tidak terbatas hanya kehadiran dalam pertemuan-pertemuan dalam jejaring, saling berkenalan, kemudian mengumpulkan kartu nama, tetapi *networking* harus menciptakan tindakan yang strategis dan fokus terhadap pencapaian tujuan kerjasama.

Manajemen Bisnis merupakan kegiatan perencanaan, pengerjaan hingga proses mengawasi yang dilakukan pada usaha atau bisnis tertentu, yang tujuannya berkaitan dengan cara tepat untuk mencapai tujuan yang dilakukan. Manajemen bisnis UKM dan Koperasi sebagai unsur terpenting yang menjadikan bisnis UKM dan Koperasi dapat berkembang atau sebaliknya.

Fungsi dari manajemen bisnis terdiri dari

1. *Planning* (Perencanaan); suatu rencana tentu sangat diperlukan dalam membangun bisnis, misalnya rencana pemasaran, produk yang dijual, promo yang akan ditawarkan,

pembukuan dan lainnya. Karena akan jadi patokan bisnis, maka sebaiknya perencanaan harus dicatat dengan baik

2. *Organizing* atau pengelompokan; pengorganisasian berhubungan dengan tenaga kerja, sehingga kelompok kerja harus segera dibuat jika sudah ada rencana. Keteraturan dari kelompok kerja menghasilkan proses kerja yang teratur dan disiplin, sehingga proses evaluasi akan lebih mudah karena berasal dari laporan yang dibuat ketua timnya. Jika fungsi manajemen berhasil dilakukan akan menjadi pendukung terjadinya pencapaian bisnis.
3. *Staffing*; berhubungan dengan sumberdaya yang dimiliki perusahaan seperti bahan baku produk, mesin produksi, sarana pendukung, dan lainnya. Hal tersebut harus teratur supaya mampu menjadikan usaha lebih maju lagi.
4. *Directing*; kegiatan pimpinan yang harus dapat menyemangati timnya dengan cara memotivasi bawahannya untuk bekerja dengan penuh semangat, sesuai dengan rencana yang sudah disepakati.
5. *Controlling*; merupakan fungsi pengawasan apakah sistem kerja dilakukan sesuai kerja atau tidak.

Melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha yang ada di sebuah perusahaan baik itu UKM maupun Koperasi, maka tujuan yang ingin dicapai akan terpengaruh juga.

Komponen Manajemen Bisnis

Komponen manajemen bisnis UKM dan Koperasi terdiri dari:

1. Manajemen keuangan adalah yang mengatur anggaran di perusahaan artinya mencari sumber dana yang efektif dan efisien serta uang yang telah dikeluarkan bisa digunakan secara efektif dan efisien juga.
2. Manajemen pemasaran berupa kegiatan perencanaan, tindakan, dan pengawasan terkait pemasaran produk dengan tujuan agar produk yang dipromosikan disukai pelanggan.
3. Manajemen produksi; yang mengatur terjadinya proses pembuatan produk di perusahaan yang berhubungan dengan mesin produksi, operator produksi, dan pengolahan bahan baku yang digunakan.
4. Manajemen distribusi; merupakan kegiatan pendistribusian produk yang tepat, agar barang sampai ke tangan konsumen dalam keadaan aman, tidak cacat dan sampai dengan cepat.
5. Manajemen sumberdaya manusia; merupakan kegiatan yang mengatur tentang sumber daya manusia atau para pekerja, di antaranya tentang disiplin serta pengaturan bidang kerja lainnya.

Perencanaan dalam menjalankan manajemen bisnis UKM dan Koperasi di antaranya:

1. Penetapan tujuan dan penentuan target bisnis.
2. Penyusunan strategi dalam pencapaian tujuan.
3. Penentuan sumber daya apa saja yang dibutuhkan.

4. Penetapan standar kerja dalam mencapai tujuan.

Bisnis yang terdiri dari komponen-komponen penting harus memiliki sebuah manajemen yang baik. Hal ini dilakukan jika salah satu komponen gagal akan mengganggu komponen lain karena sifatnya yang saling mendukung dan melengkapi

Kita tahu persis bahwa tidak semua orang atau perusahaan yang kita temui akan mendukung kemajuan bisnis. Sehingga selalu waspada dalam menentukan siapa saja yang harus ditemui, bagaimana cara menemuinya, dan bagaimana mampu memanfaatkan hubungan tersebut ke arah saling menguntungkan dalam bisnis ini.

Dengan *networking* yang luas dapat membuat kegiatan bisnis menjadi semakin mudah, sehingga *networking* sangat penting untuk terus dikembangkan. Jika sebuah bisnis semakin besar, maka semakin besar pula *network* mereka. Oleh karena itu *networking* sangat vital peranannya. Agar usaha pencapaian target bisnis dapat terwujud dengan baik, maka *networking* sangat diperlukan.

Hubungan *networking* dalam pengembangan manajemen bisnis UKM dan Koperasi di antaranya:

1. mempermudah kolaborasi bisnis
2. membuat bisnis menjadi lebih kuat.
3. meningkatkan profil bisnis
4. menguatkan kolaborasi
5. mempermudah dilakukannya analisis *big data*
6. memperluas kesempatan bisnis
7. membuat perkembangan bisnis menjadi semakin pesat
8. merupakan *teamwork* dalam bekerja sama untuk mencapai tujuan bisnis

berdasarkan apa yang menjadi target dalam bisnis.

Dengan adanya kolaborasi dalam skala bisnis yang sedang dijalankan, perlu dicari cara terbaik untuk memperbanyak *networking*. Dengan cara mencari partner bisnis yang sama-sama memiliki satu visi dan bisa saling menguntungkan antara satu dengan yang lainnya. *Networking* bisa diterapkan di berbagai aspek bisnis.

Dasar terjadinya Kolaborasi

1. Komunikasi

Dalam berkolaborasi diperlukan komunikasi, karena dalam pemecahan masalah yang lebih kompleks serta komunikasi efektif sangat dibutuhkan, sehingga dapat dimengerti oleh semua anggota tim.

2. Kepercayaan dan Respect

Kepercayaan dan *respect* dapat disampaikan secara verbal maupun non verbal serta dapat dilihat dan dirasakan dalam penerapannya sehari-hari.

3. Menerima dan memberikan *feed back*

Feed back dipengaruhi oleh persepsi seseorang, pola hubungan, harga diri, kepercayaan diri, emosi, lingkungan serta waktu. *Feed back* juga dapat bersifat negatif maupun positif.

4. Pengambilan Keputusan

Dalam pengambilan keputusan dibutuhkan komunikasi untuk mewujudkan kolaborasi yang efektif guna menyatukan data-data yang akurat untuk diberikan kepada seorang Manajer sebagai dasar pengambilan keputusan.

5. Adanya Manajemen Konflik

Untuk dapat menurunkan konflik, maka setiap anggota harus dapat memahami peran dan fungsinya, mengidentifikasi kompetensi yang dimiliki, mengidentifikasi jika terjadi tumpang tindih peran serta dilakukan negosiasi peran dan tanggung jawab.

Penghambat terjadinya kolaborasi antara pelaku bisnis baik itu UKM maupun Koperasi

Faktor yang dapat menghambat terjadinya kolaborasi di antara pelaku bisnis UKM dan Koperasi di antaranya

1. Kesadaran dan rasa tanggung jawab anggota tim yang masih kurang
2. Tujuan bersama yang menggerakkan tidak terwujud
3. Peran kepemimpinan lemah dan tidak jelas
4. Aturan dan budaya yang dilanggar
5. Hubungan buruk dan konflik antar rekan kerja
6. Tidak lancarnya komunikasi dan kurangnya rasa peduli
7. Sinergitas dalam bekerja sulit dibangun
8. Sistem yang tidak baik, menganggur, dan tidak produktif
9. Sulit untuk berubah dan sudah merasa nyaman

Penutup

Bisnis yang dilakukan UKM dan Koperasi tanpa sebuah *networking* atau jaringan adalah merupakan suatu hal yang mustahil. Jaringan atau *networking* selalu dibutuhkan setiap kegiatan bisnis, karena memang sebuah bisnis tidak dapat berdiri sendiri. Banyak sekali manfaat yang dapat diperoleh jika sebuah perusahaan memiliki banyak jaringan; di antaranya mampu meningkatkan volume penjualan, menambah koneksi dan relasi, menjadi solusi bagi persoalan bisnis, dapat bersinergi dan menambah wawasan atau memperluas pengetahuan bisnis.

Jejaring merupakan proses aktif membangun serta mampu mengelola hubungan yang produktif. Jejaring juga merupakan hubungan yang luas dan kokoh baik personal maupun organisasi. Jejaring dalam pengembangan bisnis merupakan suatu proses

pemeliharaan, penumbuhan serta pengintegrasian kemampuan-kemampuan terpilih, bakat-bakat, hubungan dan partner dengan cara mengembangkan kemitraan yang kreatif dan strategis bagi peningkatan kinerja bisnis.

Diperlukan prasyarat nilai-nilai pokok bagi keberhasilan *networking* (*Prerequisite core values for the success of networking*), di antaranya: Individu (*Individual*), Kejujuran (*Honesty*), Antar Pribadi (*Inter personal*), Kepercayaan (*Trust*), Manajerial (*Managerial*), Pemberdayaan (*Empowerment*), Organisasi (*Organizational*), dan Kemitraan (*Alignment*).

Networking dalam pengembangan manajemen bisnis UKM dan Koperasi dapat dilakukan dengan cara:

1. *Networking* bisnis pengembangannya tidak bisa dilakukan dengan sembarangan dan asal-asalan, harus bisa menjaga hubungan baik dengan pihak lain dan rekan bisnis.
2. Menjadikan sebagai salah satu sarana penting, karena *networking* sangat berpengaruh untuk kemajuan perusahaan.
3. Ketika ingin membangun *networking bisnis*, harus dilakukan dengan cara melakukan interaksi yang intens kepada relasi.
4. Berusaha untuk mampu membangun interaksi dengan orang-orang yang memiliki jenis industri berbeda.
5. Dengan kemampuan dapat memperluas relasi, selain bisa memperluas jaringan bisnis, cara ini pun bisa menjadi awal untuk terjadinya kolaborasi.

Bibliografi

Andersen S. 2022. *The Networking Book*. Tangerang: Bhuana Ilmu Populer.

Ilza, M., Syahrul dan Laksono, T. 1999. *Networking Dalam Bisnis*.

Jakiyudin A. 2016. *Manajemen Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media.

Kusnandar. 2013. *Networking*. Jakarta: Rajawali Press.

Mawardi D., Miftahul D. 2010. *The Power of Networking*. Jakarta: PT Niaga Swada

Robert Tua Siregar, Sukarman Purba, Nurmiati. 2020. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.

Sofjan A. 2018. *Manajemen Bisnis Pemasara*. Jakarta: Rajawali Pers.

<https://abckotaraya.id/7-tips-membangun-networking-bisnis-yang-wajib-dicoba-oleh-pengusaha>

<https://bahasan.id/dalam-berbisnis-membangun-networking-itu-penting-simak-caranya/>

<https://superteam-sistemasi.com/membangun-tim-di-bisnis-anda-menjadi-superteam/>