

## **BUDAYA – PART 2**

### **BISNIS INTERNASIONAL**

#### **Lima Aspek Budaya dalam Proses Manajemen**

1. *Cultural distance*; pembentuk *cultural system* antara lain perbedaan agama, kepercayaan, ras, suku, bahasa dan norma sosial
2. *Social Change*; perubahan yang terjadi pada lembaga-lembaga kemasyarakatan yang mempengaruhi sistem sosialnya termasuk nilai, sikap sosial dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok masyarakat
3. *Time Orientation*; termasuk di dalamnya adalah manajemen waktu (*time management*)
4. *Language*; bahasa
5. *Value System*; terdiri dari:
  - ✓ *Power system* → jarak kekuasaan; persepsi pemimpin yang selalu benar dan masyarakat tidak berinisiatif dalam mengambil keputusan
  - ✓ *Uncertainly avoidance* → ketakutan dalam mengambil resiko dan tantangan dalam bisnis
  - ✓ *Individulism vs collectivism* → budaya individualistime vs budaya kolektif sehingga menjadi bagian dari kelompok-kelompok yang menjadi loyalitas.
  - ✓ *Masculinity vs femininity* (pandangan Hofstede) →derajat nilai-nilai dominan dalam masyarakat yang menekankan ketegasan

#### **1.3. Budaya Mempengaruhi Semua Fungsi Bisnis**

- ✓ Pemasaran

Beraneka ragam sikap dan nilai menghambat banyak perusahaan untuk menggunakan bauran pemasaran yang sama di semua pasar. Contoh cara mengiklankan produk
- ✓ Manajemen Sumber Daya Manusia

Budaya menentukan pula suatu perusahaan dalam negevaluasi dan merekrut para karyawan dan manajer, terkadang perusahaan melihat latar belakang budaya seseorang dan tingkat pendidikan

✓ **Produksi**

Nilai dan sikap yang dianut oleh masyarakat suatu Negara secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap metode proses produksi baru.

✓ **Keuangan**

Nilai dan sikap masyarakat suatu negara berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan individu maupun perusahaan. Sistem pencatatan keuangan harus dibekali dengan sikap kejujuran dan pencatatan yang rapih disertai bukti penerimaan-pengeluaran arus kas yang akan nantinya menentukan profitabilitas suatu perusahaan

#### **1.4. Pengaruh Agama Terhadap Bisnis Internasional**

Agama adalah komponen kebudayaan yang penting, bertanggung jawab atas banyak sikap dan kepercayaan yang mempengaruhi perilaku manusia. Pengaruh agama mutlak dalam kehidupan manusia. Memberikan kesempatan menjalankan kegiatan-kegiatan keagamaan di perusahaan dapat memberikan keseimbangan hidup yang utuh. Karena dalam menjalankan kehidupan jangan hanya mengedepankan uang dan materi, tetapi membelakangi sisi lain yaitu kerohanian. Di tengah situasi ekonomi yang seba sulit sulit, melibatkan agama dalam kehidupan bisnis menjadi pilihan yang tepat. Agama memberikan tuntunan kesabaran, kejujuran dan pengharapan yang muncul untuk keluar dari kesulitan.

Pada realitanya agama mempunyai pengaruh yang mendalam pada dunia usaha. Ketaatan yang kuat kepada agama yang dianutnya membuat pemeluk berusaha bekerja sesuai dengan produktivitasnya. Setiap orang harus menghormati kepercayaan religius dari orang lain

dan setiap perusahaan harus menjalankan praktik-praktik bisnisnya terhadap hambatan religius dan budaya yang berlaku di negara-negara lain.