

Business Development

Sofyan Mufti Prasetyo^{1*}, Ali Basir², Andini³, Muhamad Fathan⁴

¹⁻⁴Fakultas Teknik, Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Jl. Raya Puspipetek No. 46,
Kel. Buaran, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan. Banten 15310, Indonesia
Email : ^{1*}dosen01809@unpam.ac.id, ²alifafur@gmail.com, ³andiniaf7@gmail.com,
⁴sengkolfathan@gmail.com

(*: Corresponden Author)

Abstrak—*Business development* merupakan salah satu cara untuk mengidentifikasi pengembangan bisnis untuk memperluas bentuk usaha sebuah perusahaan. Pada praktiknya, *business development* haruslah berupa inovasi-inovasi baru yang menggerakkan perkembangan bisnis ke arah depan. *Business development* manager merupakan jabatan level tinggi dalam bidang pengembangan bisnis sebuah perusahaan. Seorang manajer haruslah memahami bagaimana strategi bisnis dari perusahaan tempatnya bekerja, mulai dari target penjualan, produk yang dijual, serta rancangan yang akan dilakukan. *Business development* berbeda dari sales development, namun dua posisi tersebut saling bekerja sama untuk memberikan gagasan terbaik guna untuk meningkatkan bisnis perusahaan, terutama jika ada kompetitor lain yang bergerak di bidang sama.

Kata Kunci: Pengembangan Bisnis, Pengembangan, Bisnis

Abstract—*Business development* is a position to identify business development in its development, this includes the provision of new innovations that are very encouraging for business development in the future. A business development manager is a high-level position in the business development of a company and has a better understanding of the business being run by the company, starting from the targets, products and strategies to be carried out. This position is different from the position as sales development, but both of them can give each other their best ideas to improve the company's quality in the eyes of other competitors engaged in similar fields.

Keywords: Business Development, Development, Business

1. PENDAHULUAN

Salah satu posisi penting yang wajib ada pada sebuah perusahaan adalah business development. Posisi ini sangatlah dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan besar. Saat ini, mulai banyak perusahaan kecil atau perusahaan yang baru berdiri juga membutuhkan orang untuk bekerja dengan posisi ini. Jabatan business development atau disingkat BD, haruslah diisi oleh orang yang memiliki kemampuan menciptakan value jangka panjang bagi perusahaan. Value-value tersebut terdiri atas tiga channel, yakni pelanggan, pasar, dan relasi bisnis.

Value jangka panjang bukan hanya berupa uang atau profit, tetapi juga kredibilitas perusahaan, baik di mata pelanggan maupun mitra bisnis. Tak kurang, value yang diciptakan juga berupa branding atau citra positif perusahaan. Tanggung jawab utama bagi orang yang memegang posisi business development adalah Menyusun strategi bisnis yang baik sehingga dapat menguntungkan perusahaan dalam jangka panjang.

Namun, di masyarakat, posisi business development sering disamakan dengan posisi sales atau penjualan. Padahal kedua departemen ini benar-benar berbeda. Seorang sales memiliki tanggung jawab hanya membuat penjualan barang atau jasa pada konsumen. Sementara itu, business development harusnya berfokus untuk memajukan perusahaan dengan rencana bisnis yang disusunnya. Rencana bisnis yang dibuat oleh seorang business development terdiri atas riset pasar, mencari peluang bisnis baru, menjaga relasi-relasi perusahaan, dan lain-lainnya.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Beberapa orang beranggapan bahwa *business development* adalah bagian dari *marketing* atau *sales*. Lalu yang lainnya mengenal *business development* sebagai pengembang produk, atau tim yang mengembangkan strategi perusahaan. Perlu diketahui sebelumnya bahwa *business development* dan *sales* merupakan dua hal yang berbeda. *Business development* adalah sebuah proses menciptakan nilai jangka panjang dari sebuah perusahaan melalui relasi bisnis, pasar, dan pelanggan.

2.1 Elemen Penting dalam *Business Development*

a. Pelanggan

Pelanggan atau konsumen menjadi salah satu elemen penting operasional perusahaan. Tidak ada perusahaan yang bisa berkembang dengan baik tanpa adanya konsumen. Meski begitu, perlu dipahami bahwa sebuah produk tak mungkin sesuai untuk semua orang. Itulah sebabnya, seorang *business development* harus bisa beradaptasi dengan kondisi tersebut sehingga mampu menciptakan pasar yang potensial untuk program pemasaran perusahaan. Strategi ini mencakup mempelajari bagaimana minat pelanggan dan bagaimana mencari atau bahkan menciptakan peluang.

b. Pasar

Pasar juga menjadi elemen penting dalam *business development*. Jadi, pasar wajib untuk selalu diperhatikan. Setelah mencari tahu bagaimana minat pelanggan dan deskripsi barang atau jasa yang mereka butuhkan, seorang *business development* perlu menciptakan sebuah inovasi baru berdasarkan kriteria tersebut. Jeli dan peka melihat peluang merupakan sikap yang harus dimiliki oleh seorang *business development*. Dengan dua sikap tersebut, akan mudah untuk melakukan analisis dengan baik. Ke depannya, target pasar yang dapat disasar oleh perusahaan juga perlahan akan meluas, dengan inovasi yang tetap menjadi faktor pendukungnya.

c. Relasi Bisnis

Menjaga komunikasi dengan relasi bisnis merupakan elemen penting yang harus diperhatikan oleh seorang *business development*. Relasi tak hanya dengan pelanggan, tapi juga dengan klien, maupun mitra bisnis lainnya. Komunikasi yang baik akan menimbulkan dampak baik pula pada operasional bisnis. Selain itu, kesempatan untuk kerja sama antara perusahaan dan mitra bisnis juga dapat terbuka, bahkan awet dalam jangka panjang.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Tanggung Jawab *Business Development*

Sebagai *business development* juga mempunyai tugas-tugas penting yang berfungsi untuk meningkatkan produktivitas untuk keberlangsungan perusahaan.

a. Memantau Perkembangan Pasar

Memantau perkembangan atau pergerakan pasar menjadi tanggung jawab seorang *business development*. Mereka perlu memantau bagaimana kompetisi yang ada di pasar. Dengan begitu, kemampuannya untuk membuat strategi pengembangan bisnis dengan pelanggan dan mitra juga makin baik.

b. Riset Target Pasar

Seorang *business development* bertanggung jawab untuk melakukan riset agar ia dapat mengetahui bagaimana target yang ada di pasar. Hasil riset ini menjadi bahan untuk menyesuaikan produk atau jasa yang dijual perusahaan berikut mengatur bagaimana pengembangannya. Produk atau jasa perusahaan yang terus berkembang akan sesuai dengan sasaran yang dibidik. Selanjutnya, produk tersebut bisa menjadi solusi bagi permasalahan konsumen.

c. Memahami Produk Perusahaan

Tidak mungkin seorang *business development* tidak mengetahui produk perusahaan. Oleh karena itu, mereka bertanggung jawab untuk memahami pengetahuan tentang produk atau *product knowledge* yang dijual perusahaannya, termasuk keunggulan produk, fitur produk, bahan baku, sampai proses yang dilakukan selama produksi.

d. Merancang dan Mempresentasikan strategi pengembangan bisnis

Setelah merancang berbagai strategi terkait pengembangan bisnis, seorang *business development* juga bertanggung jawab untuk mempresentasikannya di hadapan divisi lain. Strategi pengembangan bisnis, juga bisa mencakup bagaimana meningkatkan loyalitas pelanggan, mencari pelanggan baru, membuat strategi kemitraan, sampai

memantau indikator kinerja. Semua aspek ini harus dipresentasikan. Jadi, tentu wajib bagi seorang BD untuk bisa melakukan presentasi.

e. Bekerja Sama Dengan Divisi Lain Untuk Mengembangkan Produk

Divisi lain pada suatu perusahaan memiliki peranan penting bagi seorang BD untuk mendukung pekerjaannya. Divisi lain bisa dari sales, marketing, sampai account manager.

4. IMPLEMENTASI

4.1 Skill Business Development

Tak hanya punya satu kemampuan, seorang *business development* mesti ahli dalam banyak kemampuan atau multi skill. Skill lainnya yang harus dimiliki antara lain:

a. Motivasi Tinggi

Seorang *business development* harus punya motivasi tinggi untuk meraih tujuannya. Tak cukup itu, diperlukan juga kedisiplinan dalam bekerja agar hasil yang diraihnya dapat maksimal. Agar tantangan yang dihadapi dapat terlewati, perlu juga sikap tidak mudah menyerah dan mampu mencapai target meski banyak keterbatasan.

b. Management

Kemampuan manajemen yang baik juga diperlukan agar tujuan dapat tercapai. Seorang *business development* harus dapat mengatur waktu dan prioritasnya dengan baik. Ia harus tahu kapan berpindah strategi dan kapan mempertahankan strateginya.

c. Komunikasi

Dari luar, mungkin seorang *business development* hanya bekerja di balik layar, bukan menjadi ujung depan perusahaan. Namun, memiliki kemampuan komunikasi menjadi skill yang wajib dimiliki BD. Bagaimana pun, mereka sangat perlu membangun komunikasi dengan calon pelanggan, klien, tim, dan presentasi di hadapan kolega.

d. Marketing atau pemasaran

Memiliki skill memasarkan produk juga menjadi kewajiban bagi seorang BD. Minimal skill dasar marketing. Nantinya, seorang *business development* banyak bekerja sama dengan sales dan divisi marketing lainnya untuk strategi promo perusahaan. Jika tak ada skill marketing sama sekali, tentu ini akan mempersulit semua pihak.

e. Negosiasi

Negosiasi dengan klien, baik calon klien maupun klien lama, merupakan makanan sehari-hari bagi seorang *business development*. Jadi, tentulah skill negosiasi menjadi skill wajib yang harus dimiliki. Klien memegang peranan penting dalam strategi bisnis. Seorang *business development* perlu memiliki negosiasi yang baik agar semua proyek perusahaan dapat tercapai.

f. Kemampuan Analisis data

Perusahaan memang identik dengan data. Ada banyak data yang membutuhkan analisis yang baik sebelum menjadi dasar untuk penyusunan strategi. Oleh karena itu, seorang *business development* harus punya kemampuan menganalisis data. Biasanya, data-data yang perlu dianalisis oleh *business development* adalah data penjualan per bulan, data investor, data klien, bahkan data kompetitor yang menjalankan usaha sama.

g. Project Management

Menjadi *business development* berarti siap dengan segala kemungkinan terbaik dan terburuk, entah itu tantangan atau pencapaian. *Business development* tak hanya menangi proyek, melainkan membutuhkan kerja sama tim lain, dan pemecahan masalah. Untuk melakukan semua ini, diperlukan mental leadership. Sikap ini akan sangat memengaruhi dalam pengaturan tim dan lain-lain. Tanpa kemampuan mengatur proyek dengan baik, kamu tidak memiliki tim yang dapat membantu meraih tujuannya.

5. KESIMPULAN

Business development merupakan jabatan penting dalam perusahaan yang bertugas mengidentifikasi pengembangan bisnis. Pada praktiknya, *business development* haruslah berupa inovasi-inovasi baru yang menggerakkan perkembangan bisnis ke arah depan. *Business development manager* merupakan jabatan dengan level tinggi dalam pengembangan bisnis sebuah perusahaan. Seorang *manajer business development* harus lebih memahami bisnis yang dijalankan perusahaan, mulai dari target, produk, dan rencana yang akan dilakukan. Business development berbeda dari sales development, namun dua posisi ini sama-sama perlu menyumbangkan ide terbaik mereka untuk meningkatkan bisnis perusahaan, terutama jika ada kompetitor yang bergerak di bidang sama.

REFERENCES

- <https://www.topkarir.com/article/detail/mengenal-profesi-business-development-dan-tanggung-jawabnya>
<https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-business-development/#tanggung-jawab-business-development>
<https://pintar.co/profesi/businessdevelopment#:~:text=Sebagai%20Business%20Development%2C%20Anda%20akan,bisnis%2C%20serta%20memonitor%20perkembangan%20pasar.>
[https://www.amazon.com/Business-Development-Dummies-Anna-Kennedy/dp/1118962710.](https://www.amazon.com/Business-Development-Dummies-Anna-Kennedy/dp/1118962710)