**GLOBALISASI EKONOMI DAN BISNIS INTERNASIONAL**

Globalisasi telah menjadi tren ekonomi dunia. Perekonomian dunia telah semakin terbuka dan menjadi satu kesatuan ekonomi global. Globalisasi merupakan suatu kondisi saling tergantung dalam jaringan internasional yang meliputi transportasi, distribusi, komunikasi dan ekonomi yang melampaui garis batas teritori suatu negara. Globalisasi membuat proses produksi dan konsumsi produk menjadi suatu jaringan internasional yang melibatkan banyak negara. Salah satu bentuk globalisasi ekonomi adalah terbentuknya perusahaan global yang semakin berkembang di ekonomi global, seperti IBM, Coca Cola, Sony, Toyota, dll.Perkembangan globalisasi memperoleh dukungan maupun penolakan yang berkembang dimasyarakat. Para pendukung globalisasi menganggap dengan adanya globalisasi akan membawa kemakmuran pada ekonomi dunia secara keseluruhan karena adanya spesialisasi produk yang ekonomis untuk masing masing negara. Sedangkan yang menentang globalisasi berpendapat bahwa globalisasi membawa implikasi perdagangan bebas yang akan dapat mematikan perusahaan domestik yang belum siap bersaing.

**Pendorong Globalisasi**

Dorongan – dorongan yang menciptakan globalisasi ekonomi meliputi:

1. Dorongan pasar

Pasar dunia merupakan pasar yang sangat potensial. Hal ini mendorong perusahaan untuk memasuki pasar internasional dan pasar global dan memperoleh keuntungan yang maksimal.

2. Dorongan biaya

Perusahaan global mencari negara -negara yang mampu memberikan biaya produksi suatu produk yang murah dan mengkombinasikan berbagai produk dari beberapa negara sehingga akan meminimalkan biaya produksi. Dorongan untuk meminimalkan biaya produksi ini mendorong banyak perusahaan untuk menjadi perusahaan global

3. Dorongan pemerintah

Adanya perjanjian antar negara seperti APEC, AFTA, MEE , NAFTA semakin memberikan fasilitas dan mempermudah perkembangan globalisasi ekonomi global.

4. Dorongan persaingan

Adanya persaingan yang semakin ketat baik di pasar domestik dan pasar internasional mendorong banyak perusahaan untuk memaksimalkan kombinasi biaya produksi yang paling murah walaupun harus berasal dari berbagai negara sehingga akan mampu bersaing dengan perusahaan lain

5. Faktor lain

Faktor perkembangan teknologi dan informasi yang cepat mendorong semakin cepatnya globalisasi yang terjadi. Fasilitas Transportasi yang cepat, internet, dan telephon menjadikan globalisasi berkembang dengan cepat.

**Faktor Globalisasi**

1. Kedekatan

Kemajuan teknologi dan informasi semakin memperdekat jarak antara satu tempat dengan tempat yang lain. Dengan pesawat jet dan peralatan telephon serta internet orang akan mudah bertemu dan bertatap muka secara cepat walaupun terpisah jarak yang jauh.

2. Lokasi

Globalisasi mendorong perusahaan bisnis untuk menggunakan banyak tempat sebaga tempat usaha maupun pemasaran produk mereka.

3. Sikap

Globalisasi mendorong perubahan sikap yang semakin terbuka dan berbaurnya budaya dan perilaku dari berbagai negara membentuk budaya global.

2.3. Mengapa Bisnis Go Internasional?

Berikut ini adalah beberapa alasan yang mendorong sebuah perusahaan memperluas bisnisnya ke pasar internasional:

1. Keuntungan potensial

Globalisasi semakin membuka pasar ke seluruh dunia dan memberikan kesempatan yang besar untuk memperoleh keuntungna yang semakin besar

2. Profit margin

Globalisasi semakin mempermudah perusahaan untuk mengkombinasikan berbagai faktor produksi dari berbagai negara dengan harga murah sehingga biaya produksi dapat ditekan. Hal ini akan meningkatkan profit margin penjualan produk perusahaan.

3. Permintaan Konsumen yang stabil dan kuat

Pasar globalisasi menjanjikan konsumen dari berbagai negara sehingga penjualan produk tidak hanya tergantung pada suatu negara. Sehingga apabila penjualan satu negara turun dapat ditutupi dari penjualan di negara lain.

4. Bahan baku

Globalisasi juga memudahkan perusahaan yang tidak memiliki bahan baku di negara asal dan mencari dari negara lain.

5. Teknologi

Salah satu tujuan globalisasi perusahaan adalah untuk memperoleh penerapan teknologi yang semakin pesat dan tidak tertinggal dari perusahaan pesaing.

6. Efisiensi usaha

Globalisasi mendorong efisiensi produksi dan usaha karena penggunaan input proses produksi yang minimal yang berasal dari berbagai negara di dunia.Sebelum memutuskan untuk memasuki pasar internasional, sebaiknya perusahaan mempertimbangkan paling tidak dua pertanyaan berikut:

 Apakah ada permintaan akan produk-produknya di luar negeri?

 Haruskah produk tersebut disesuaikan dengan konsumsi internasional?

Permintaan luar negeri terhadap suatu produk bisa lebih besar, sama atau lebih kurang dibandingkan permintaan domestik. Disinilah diperlukan riset pasar untuk bisa mengindikasikan ada tidaknya permintaan terhadap suatu produk dan memetakan kondisi persaingan yang telah ada.

 **Level Keterlibatan Bisnis Internasional**

Setelah memutuskan untuk melakukan go internasional suatu perusahaan harus memutuskan level keterlibatannya. Ada beberapa level yang dapat dipilih perusahaan yaitu:

1. Eksportir dan Importir

Eksportir adalah perusahaan yang mendistribusikan dan menjual produk-produk kepada satu atau lebih negara asing sedangkan importir membeli produk-produk di pasar luar negeri dengan tujuan dijual kembali di negaranya. Kedua jenis perusahaan ini merupakan level keterlibatan terendah dalam operasi internasional.

2. Perusahaan Internasional

Setelah perusahaan mendapat pengalaman dan berhasil sebagai eksportir dan importir, mereka dapat berpindah ke level keterlibatan berikutnya sebagai perusahaan internasional. Perusahaan ini menjalankan sebagian besar bisnisnya di negara-negara asing. Beberapa dari mereka juga menjalankan fasilitas manufaktur di luar negeri. Meskipun cukup berpengaruh pada ekonomi global, perusahaan internasional pada dasarnya tetap merupakan perusahaan domestik yang beroperasi secara internasional, sehingga perhatian utamanya adalah pasar domestik di negaranya sendiri. Contoh perusahaan ini adalah Wal-Mart, BMW dan Toys.

3. Perusahaan Multinasional

Perusahaan ini merupakan level keterlibatan tertinggi yang dapat dipilih perusahaan. Perusahaan multinasional merancang, memproduksi dan memasarkan produk-produk di banyak negara. Contoh perusahaan multinasional adalah IBM, Nestle, Ford, ExxonMobil.

**Struktur Organisasi Internasional**

Level keterlibatan yang berbeda dalam bisnis internasional membutuhkan jenis struktur organisasi yang berbeda pula. Pilihan struktur yang tepat akan membantu aktivitas bisnis perusahaan sesuai dengan level keterlibatannya. Spektrum organisasi internasional yang dapat dipilih perusahaan meliputi:

1. Agen Independen

Agen independen merupakan individu atau organisasi asing yang setuju untuk mewakili kepentingan eksportir di pasar luar negeri. Agen ini seringkali bertindak sebagai wakil penjualan dimana mereka menjual produk-produk milik eksportir, mengumpulkan pembayaran dan meyakinkan kepuasan pelanggan. Mereka sering mewakili beberapa perusahaan pada saat yang bersamaan dan biasanya tidak mengkhususkan diri pada satu produk atau pasar. Contoh perusahaan yang memilih struktur ini adalah Levi Strauss.

2. Pemberian Lisensi

Lisensi merupakan perjanjian antara perusahaan pemberi lisensi dan perusahaan pengguna lisensi yang memberikan hak eksklusif bagi pengguna lisensi untuk memproduksi, dan memasarkan produk perusahaan pemberi lisensi. Sebaliknya, pemberi lisensi biasanya menerima uang jasa(fee) ditambah dengan pembayaran terus-menerus yang disebut royalti. Royalti ini umumnya dihitung sebagai persentase tertentu dari penjualan pemegang lisensi.

3. Kantor Cabang

Struktur ini berupa kantor di luar negeri yang di dirikan oleh perusahaan internasional atau multinasional. Dengan memilih struktur ini perusahaan lebih mempunyai kendali langsung terhadap para manajer yang ditempatkan di kantor cabang daripada terhadap agen dan pemegang lisensi.

4. Aliansi Strategis

Dalam struktur ini perusahaan menemukan sekutu/partner asing yang menyumbang sejumlah sumber daya yang diperlukan untuk mendirikan bisnis baru di negara sekutu tersebut. Bisnis baru itu kemudian dimiliki oleh para sekutu, yang membagi laba yang mereka peroleh. Aliansi semacam itu kadang-kadang disebut sebagai usaha patungan (joint venture).

5. Investasi Langsung di Luar Negeri (Foreign Direct Investment)

Perusahaan dapat melakukan investasi langsung di luar negeri dengan cara membeli atau mendirikan aset yang berwujud (tangible assets) di negara lain. Contohnya dilakukan Disney dengan membangun taman bermain di Hongkong, dan Volkswagen yang membangun pabrik baru di Brazil.

2.6. Hambatan dalam Melaksanakan Bisnis Internasional

Keberhasilan perusahaa dalam pasar luar negeri sebagian besar ditentukan oleh cara-cara bisnis tersebut dalam menanggapi hambatan sosial ekonomi, hukum dan politik yang terdapat dalam perdagangan internasional.

1. Perbedaan Sosial dan Budaya

Setiap perusahaan yang menjalankan bisnis di negara lain harus memahami perbedaan masyarakat sekaligus budaya negara tersebut dengan negara asalnya. Beberapa produk harus melakukan penyesuaian menurut bahasa, kebiasaan, adat istiadat dan budaya negara bersangkutan. Sebagai contohnya McDonald di Indonesia meluncurkan burger dengan varian saus McSatay, yang diadaptasi dari bumbu sate, sejenis makanan tradisional Indonesia.

2. Perbedaan Ekonomi

Setiap negara memiliki sistem ekonomi tersendiri dan perbedaan sistem ekonomi dapat mempengaruhi operasional bisnis internasional. Sebagai contoh negara Perancis menganut ekonomi campuran, akan berperan sangat besar dalam industri penerbangan dimana mereka ikut terlibat dalam aspek rancangan pesawat sekalipun. Di Indonesia sendiri yang menganut sistem ekonomi Pancasila pemerintah tidak mengizinkan swasta asing untuk menguasai bisnis yang menguasai hajat hidup dan kepentingan orang banyak.

3. Perbedaan Hukum dan Politik

Pemerintah suatu negara dapat memengaruhi kegiatan bisnis internasional dalam beberapa hal. Mereka dapat menciptakan kondisi (persyaratan) tertentu untuk melakukan bisnis di wilayah hukum mereka atau bahkan melarang suatu jenis bisnis sama sekali. Beberapa hukum umum dan isu politik yang mempengaruhi bisnis internasional adalah:

a) Kuota

Kuota adalah pembatasan jumlah produk jenis tertentu yang dapat diimpor ke dalam suatu negara. Variasi lain adalah embargo, aturan pemerintah yang melarang kegiatan ekspor dan/atau impor dari produk tertentu atau semua produk dari suatu negara tertentu.

b) Tarif dan Subsidi

Tarif adalah pajak yang dikenakan atas produk-produk impor. Penetapan tarif langsung memengaruhi harga karena harga barang impor menjadi lebih mahal dan konsumen diharuskan tidak hanya membayar produk tetapi juga biaya tarif. Tarif dapat berwujud tarif pendapatan yang dikenakan sebagai sumber penerimaan bagi pemerintah, ataupun tarif perlindungan yang bertujuan menghambat impor atas produk tertentu. Sementara subsidi merujuk pada pembayaran pemerintah untuk membantu bisnis domestik bersaing dengan perusahaan asing. Subsidi diberlakukan untuk menurunkan harga barang dalam negeri.

c) Hukum kandungan lokal

Hukum ini menuntut bahwa produk-produk yang dijual di negara tertentu paling tidak sebagiannya dibuat di negara tersebut.

d) Hukum praktek bisnis

Perusahaan yang memasuki pasar internasional harus tunduk pada hukum praktek bisnis yang berlaku yaitu undang-undang atau peraturan yang mengatur operasional bisnis di suatu negara. Selain itu seringkali suatu praktek bisnis yang legal di suatu negaran bersifat ilegal untuk diterapkan di negara lain. Dua hal yang terkait dengan ini diantaranya adalah pembentukan kartel yaitu asosiasi produsen untuk mengontrol pasokan dan harga; dan dumping yaitu praktek menjual sebuah produk ke luar negeri dengan harga lebih rendah dari biaya produksi.