

MATERI E-LEARNING 2

BISNIS INTERNATIONAL

Mengapa Mempelajari Bisnis Internasional

Bisnis internasional penting untuk dipelajari karena: Semua organisasi besar mempunyai usaha internasional yang dipengaruhi oleh perekonomian global, Pertumbuhan *e-commerce* membuka peluang baru bagi bisnis di luar negaranya, Untuk mengimbangi pola pasar pesaing Mengikuti perkembangan teknologi, dan sarana bisnis mutakhir Mendapatkan pemahaman budaya

Bisnis Internasional Berbeda Dengan Bisnis Domestik

Bisnis internasional berbeda dari bisnis domestik dalam hal bahwa: Perusahaan beroperasi melewati batas-batas negara dan harus berurusan dengan kekuatan-kekuatan dari tiga jenis lingkungan: domestik, asing dan internasional. Sistem legal diantara negara yang berbeda memaksa satu negara atau lebih untuk menyesuaikan perilaku mereka dengan hukum yang berlaku.

Menggunakan mata uang yang berbeda, adanya perbedaan budaya dari masing-masing negara memaksa setiap pihak untuk saling menyesuaikan

Ketersediaan sumber-sumber daya yang berbeda di tiap negara, suatu negara mungkin hanya memiliki sumber daya alam yang lebih tetapi hanya sedikit memiliki tenaga ahli, dll

Kekuatan-kekuatan Dalam Bisnis Internasional

Secara garis besar, terdapat dua kekuatan dalam bisnis internasional, yaitu:

Kekuatan Internal

Kekuatan internal yaitu kekuatan yang berasal dari dalam negeri (domestik). Kekuatan ini umumnya dapat dikendalikan oleh manajemen (*controllable force*) yaitu kekuatan-kekuatan yang diatur manajemen untuk beradaptasi dengan perubahan-perubahan dalam kekuatan yang tidak dapat dikendalikan. Meliputi factor-faktor seperti (modal, bahan baku dan tenaga kerja) dan aktivitas-aktivitas personalia seperti (personalia, keuangan, produksi dan pemasaran)

Kekuatan eksternal

Kekuatan eksternal merupakan kekuatan yang berasal dari luar domestik. Umumnya tidak dapat dikendalikan oleh manajemen (*uncontrollable force*) yaitu kekuatan eksternal yang tidak dapat dikontrol langsung oleh manajemen meskipun dapat dipengaruhi. Meliputi: persaingan distribusi, variabel-variabel ekonomi, sosial, hukum, fisik, politikkultural, buruh dan teknologi.

Aktivitas Bisnis Internasional

Perusahaan yang memasuki bisnis internasional pada umumnya terlibat atau melibatkan diri pada aktivitas bisnis internasional baik secara bertahap dari tahap yang paling sederhana sampai pada tahap yang paling kompleks dan mengandung resiko bisnis yang sangat tinggi. Aktivitas bisnis internasional terdiri dari:

Ekspor

Ekspor yaitu menjual produk-produk yang dibuat di dalam negeri sendiri untuk digunakan atau dijual kembali ke negara-negara lain. Pembagian aktivitas atau perdagangan ekspor yaitu:

Perdagangan *Tangible* adalah perdagangan produk-produk yang berwujud seperti komputer, pakaian, mobil, TV, bahan baku industri dan lain-lain.

Perdagangan *Intangible* adalah perdagangan produk-produk yang tidak berwujud (jasa) misalnya seperti travel, jasa perbankan dll.

Impor

Impor yaitu membeli produk-produk yang dibuat di negara-negara lain untuk digunakan atau dijual kembali di Negara sendiri.

Penanaman Modal Asing (PMA)

Penanaman Modal Asing yaitu investasi yang dilakukan untuk tujuan secara aktif mengendalikan kekayaan, asset atau perusahaan-perusahaan yang terdapat di negara-negara tujuan. Negara dimana terletak kantor pusat induk disebut Negara asal (*home country*) dan setiap Negara lainnya dimana perusahaan tersebut beroperasi disebut negara tujuan (*host country*).

Investasi Portofolio

Investasi portofolio yaitu pembelian asset-aset keuangan asing (saham, obligasi dan sertifikat deposito) untuk tujuan di luar pengendalian. Contohnya pembelian beberapa lembar saham perusahaan yang sukses seperti Samsung

Pemberian lisensi (*lisencing*)

Pemberian lisensi yaitu perjanjian kontraktual dimana sebuah perusahaan memberikan akses kepada penggunaan hak kekayaan intelektualnya (paten, merk dagang, rahasia dagang atau teknologinya) kepada suatu perusahaan lain dengan mendapat bayaran (*royalty*). Contohnya Walt Disney Company mengizinkan produsen pakaian Jerman memasarkan piyama anak-anak dengan wajah Mickey Mouse dengan mendapat bayaran dari keuntungan penjualan baju piyama tersebut.

Waralaba (*franchising*)

Waralaba yaitu suatu bentuk pemberian khusus lisensi di mana sebuah perusahaan mengadakan kontrak dengan perusahaan lain untuk mengoperasikan jenis usaha tertentu di bawah nama yang dibentuk sesuai dengan aturan-aturan tertentu. Waralaba mengizinkan kepada penerima perjanjian (pemegang waralaba) untuk menjual produk-produk atau jasa-jasa yang menggunakan merek yang telah dipublikasikan secara luas dan seperangkat prosedur yang telah terbukti baik dengan strategi pemasaran yang telah dikembangkan dan dikendalikan dengan sekasama dengan mendapatkan royalti. Contohnya Mc Donald's yang mem-*franchise*-kan perusahaan restoran siap sajinnya di berbagai negara.

Kontrak Manajemen

Kontrak manajemen yaitu perjanjian dimana sebuah perusahaan memberikan pengetahuan manajerial dalam beberapa atau seluruh bidang fungsional kepada pihak lain dengan mendapatkan imbalan yang telah disepakati. Misalnya kontrak manajemen dalam bidang.
