

Bisnis Internasional

'Globalisasi'

Definisi globalisasi yang paling umum digunakan dalam bisnis internasional adalah : globalisasi ekonomi, yaitu integrasi barang-barang, teknologi, tenaga kerja dan modal yang bersifat internasional; yaitu perusahaan-perusahaan yang mengimplementasikan strategi-strategi global yang menghubungkan dan mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan internasional mereka di seluruh dunia. Bisnis internasional mengalami pertumbuhan yang cepat disebabkan karena **pertama** keharusan strategis yang mendorong globalisasi dan yang **kedua** perubahan-perubahan lingkungan yang memudahkannya (seperti perkembangan teknologi informasi).

Keharusan-keharusan strategis tersebut meliputi:

1. Meningkatkan kompetensi inti (*core competency*)

- a. Mendapatkan sumberdaya dan pasokan
- b. Mencari pasar yang baru
- c. Lebih mampu bertarung dengan pesaing

2. Pendorong Globalisasi

Ada lima jenis pendorong, semuanya berdasarkan perubahan, yang membawa perusahaan-perusahaan internasional kepada globalisasi operasi mereka, yaitu:

a. Politik

Adanya kecenderungan terhadap penyatuan dan sosialisasi komunitas global. Dua aspek mengenai kecenderungan ini adalah kontribusi terhadap globalisasi dan dari operasi-operasi bisnis yaitu (a) pengurangan terhadap hambatan-hambatan terhadap perdagangan dan investasi luar negeri secara progresif oleh kebanyakan pemerintahan yang telah mempercepat pembukaan pasar-pasar baru oleh perusahaan-perusahaan internasional; (b) privatisasi banyak industri bekas negara komunis dan pembukaan perekonomian mereka terhadap persaingan global.

b. Teknologi

Kemajuan-kemajuan dalam bidang teknologi khususnya komunikasi, transportasi dan pengolahan informasi menjadikan bisnis internasional makin mudah dilaksanakan dan menguntungkan. Teknologi memungkinkan peningkatan aliran gagasan dan informasi yang melawati batas-batas negara.

c. Pasar

Perusahaan-perusahaan yang semakin mendunia juga menjadi pelanggan-pelanggan global. Kejenuhan pasar di dalam negeri membuat perusahaan-perusahaan mulai merambah ke pasar-pasar luar negeri.

d. Biaya

Economies of scale untuk mengurangi biaya per unit selalu merupakan tujuan manajemen. Salah satu cara untuk mencapainya adalah dengan meng-globalkan lini-lini produk untuk mengurangi biaya pengembangan produksi dan persediaan. Perusahaan juga dapat menempatkan produksi di Negara-negara dimana biaya factor produksi lebih rendah.

e. Kompetisi

Persaingan terus meningkat secara intensif. Perusahaan-perusahaan baru yang banyak dari Negara-negara berkembang dan industri baru, telah memasuki pasar-pasar dunia terutama di sektor otomotif dan elektronik.
