

RPS BISNIS INTERNASIONAL

Ardy Wibowo, MBA | Shindy Dwita Nuansari, M.S.M
Program Studi S1 Manajemen Universitas Alma Ata
Semester Genap 2022/ 2023

Contents

Deskripsi Mata Kuliah Bisnis Internasional	3
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah Bisnis Internasional.....	4
Silabus 14 Pertemuan Mata Kuliah Bisnis Internasional.....	5
Pertemuan 1: Pendahuluan Bisnis Internasional.....	7
A. Definisi Bisnis Internasional	7
B. Lingkungan Bisnis Internasional	7
Faktor Ekonomi	7
Faktor Politik	7
Faktor Sosial dan Budaya.....	7
Faktor Teknologi.....	7
C. Alasan untuk Terlibat dalam Bisnis Internasional.....	7
Memperluas Pasar.....	7
Meningkatkan Keuntungan	7
Mempertahankan Keunggulan Kompetitif	7
Memperoleh Sumber Daya yang Lebih Murah	7
D. Kesimpulan	7
E. Tugas/ Evaluasi	7
Pertemuan 2: Globalisasi.....	10
A. Pengertian dan Ciri-ciri globalisasi	10
Pengertian Globalisasi	10
Ciri-ciri Globalisasi	10
Kesimpulan.....	10
B. Dampak Globalisasi pada Bisnis Internasional	11
Dampak Globalisasi terhadap bisnis internasional dalam berbagai aspek	11
Dampak positif globalisasi pada bisnis internasional	11
Dampak negatif globalisasi pada bisnis internasional	12
Strategi untuk menghadapi dampak globalisasi pada bisnis internasional	12
Kesimpulan.....	12
C. Tantangan dan Peluang di Era Globalisasi dalam Konteks Bisnis Internasional.....	12
Tantangan dalam Era Globalisasi.....	12
Peluang dalam Era Globalisasi.....	13

Kesimpulan.....	13
D. Tugas dan Evaluasi	14
Pertemuan 3: Analisis Lingkungan Bisnis Internasional.....	19
A. Analisis PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Hukum)	19
B. Analisis SWOT (Kelemahan, Keunggulan, Ancaman, Peluang) dalam konteks bisnis internasional	21
Analisis lima kekuatan Porter (Porter’s 5 Forces)	22

Deskripsi Mata Kuliah Bisnis Internasional

Matakuliah Bisnis Internasional merupakan matakuliah yang membahas tentang strategi, proses, dan tantangan dalam melakukan bisnis di lingkungan global. Matakuliah ini mengajarkan kepada mahasiswa tentang konsep-konsep dasar bisnis internasional, termasuk analisis lingkungan bisnis internasional, strategi bisnis internasional, dan proses bisnis internasional.

Matakuliah ini juga membahas tentang kebijakan perdagangan internasional, investasi asing langsung, pemasaran global, manajemen rantai pasok global, dan manajemen budaya dalam bisnis internasional. Selain itu, matakuliah ini juga membahas etika bisnis internasional dan perkembangan terbaru dalam bisnis internasional, termasuk inovasi teknologi dan pembangunan berkelanjutan.

Melalui matakuliah Bisnis Internasional, mahasiswa diharapkan dapat memahami lingkungan bisnis internasional, memahami strategi bisnis internasional, dan mampu mengatasi tantangan dalam melakukan bisnis di lingkungan global. Selain itu, mahasiswa juga diharapkan dapat mengembangkan kemampuan dalam analisis, pengambilan keputusan, dan manajemen risiko dalam bisnis internasional.

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah Bisnis Internasional

Setelah mempelajari mata kuliah Bisnis Internasional, mahasiswa seharusnya dapat mencapai beberapa hal sebagai berikut:

1. Memahami konsep dan prinsip-prinsip bisnis internasional, termasuk perbedaan antara bisnis domestik dan internasional, serta risiko dan peluang yang terkait dengan bisnis internasional.
2. Mampu memahami dan menganalisis lingkungan bisnis internasional, termasuk faktor-faktor politik, ekonomi, sosial, budaya, dan hukum yang mempengaruhi bisnis internasional.
3. Mampu mengembangkan strategi bisnis internasional yang efektif, termasuk strategi pemasaran, keuangan, dan operasional, serta memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis internasional.
4. Mampu mengelola risiko bisnis internasional, termasuk risiko politik, risiko mata uang, risiko hukum, dan risiko keamanan.
5. Mampu memahami dan mengelola masalah etika dalam bisnis internasional, termasuk hubungan dengan masyarakat lokal dan keberlanjutan lingkungan.
6. Mampu mengembangkan jaringan bisnis internasional dan memahami kepentingan dan kebutuhan dari berbagai pihak yang terlibat dalam bisnis internasional, seperti pemerintah, perusahaan, dan masyarakat internasional.
7. Mampu mempersiapkan diri untuk karir dalam bidang bisnis internasional, termasuk memahami persyaratan, tuntutan, dan peluang di pasar kerja global.

Dalam rangka mencapai hal-hal di atas, mahasiswa perlu memiliki kemampuan analitis, keterampilan berpikir kritis, kemampuan berkomunikasi yang efektif, kemampuan mengambil keputusan, kemampuan beradaptasi, serta kemampuan untuk bekerja sama dalam tim yang beragam budaya dan latar belakang.

Silabus 14 Pertemuan Mata Kuliah Bisnis Internasional

Learning Outcome	Bahan Kajian	Pengampu
Memahami konsep dasar dan lingkungan bisnis internasional.	Pertemuan 1: Pendahuluan Bisnis Internasional Definisi bisnis internasional Lingkungan bisnis internasional Alasan untuk terlibat dalam bisnis internasional	Ardy W, MBA
Mengidentifikasi dampak globalisasi pada bisnis internasional.	Pertemuan 2: Globalisasi Pengertian dan ciri-ciri globalisasi Dampak globalisasi pada bisnis internasional Tantangan dan peluang dalam era globalisasi	Ardy W, MBA
Mampu melakukan analisis lingkungan bisnis internasional	Pertemuan 3: Analisis Lingkungan Bisnis Internasional Analisis PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Hukum) Analisis SWOT (Kelemahan, Keunggulan, Ancaman, Peluang) Analisis lima kekuatan Porter	Ardy W, MBA
Mampu membuat strategi bisnis internasional yang efektif.	Pertemuan 4: Strategi Bisnis Internasional Strategi pemasaran internasional Strategi keuangan internasional Strategi operasional internasional Entry Modes	Ardy W, MBA
Mampu menjelaskan proses bisnis internasional dan faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilannya.	Pertemuan 5: Proses Bisnis Internasional Tahap-tahap proses bisnis internasional Faktor-faktor kunci dalam proses bisnis internasional Kegagalan bisnis internasional dan pembelajaran dari kesalahan	Ardy W, MBA
Mengenali modal global dan pasar keuangan, serta memahami risiko dan manajemen risiko mata uang.	Pertemuan 6: Modal Global dan Pasar Keuangan Mata uang dan nilai tukar Pasar valuta asing dan pasar keuangan internasional Risiko dan manajemen risiko mata uang	Ardy W, MBA
Memahami kebijakan perdagangan internasional, perjanjian perdagangan bebas, dan kawasan perdagangan bebas.	Pertemuan 7: Kebijakan Perdagangan Internasional Tarif dan hambatan non-tarif Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) Perjanjian perdagangan bebas (FTA) dan kawasan perdagangan bebas (FTZ)	Ardy W, MBA
Mampu mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi investasi asing	Pertemuan 8: Investasi Asing Langsung Investasi langsung asing (FDI) Faktor-faktor yang mempengaruhi FDI Manfaat dan risiko FDI	Shindy DN, MSM

Learning Outcome	Bahan Kajian	Pengampu
langsung (FDI) dan manfaat serta risiko FDI.		
Mampu mengembangkan kemampuan dalam pemasaran global.	Pertemuan 9: Pemasaran Global Penetrasi pasar global Diferensiasi pasar global Pengembangan produk global (Sufi)	Shindy DN, MSM
Mampu memahami manajemen rantai pasok global.	Pertemuan 10: Manajemen Rantai Pasok Global Konsep dan fungsi rantai pasok Strategi manajemen rantai pasok global Tantangan dalam manajemen rantai pasok global (Tiyas Shinta)	Shindy DN, MSM
Memahami perbedaan budaya dan cara-cara untuk mengatasi perbedaan tersebut dalam bisnis internasional.	Pertemuan 11: Manajemen Budaya dalam Bisnis Internasional Perbedaan budaya dan cara-cara untuk mengatasi perbedaan tersebut Kecenderungan untuk menerapkan strategi universal Strategi budaya berbasis negara (Nur Novianti)	Shindy DN, MSM
Menjelaskan dilema etika dalam bisnis internasional dan mengidentifikasi tanggung jawab sosial perusahaan.	Pertemuan 12: Etika Bisnis Internasional Dilema etika dalam bisnis internasional Kasus-kasus etika bisnis internasional Tanggung jawab sosial perusahaan (Dwina Syafadilla)	Shindy DN, MSM
Mampu mengikuti perkembangan terbaru dalam bisnis internasional, termasuk inovasi teknologi dan pembangunan berkelanjutan.	Pertemuan 13: Perkembangan Terbaru dalam Bisnis Internasional Inovasi teknologi dan bisnis internasional Pembangunan berkelanjutan dan bisnis internasional (Siti Hazar Humairoh)	Shindy DN, MSM
Mampu mengaplikasikan konsep-konsep dan teori yang telah dipelajari dalam konteks bisnis internasional secara efektif.	Pertemuan 14: Masalah-masalah terbaru dalam perdagangan internasional (Studi Kasus) (Rido Ansah)	Shindy DN, MSM

Pertemuan 1: Pendahuluan Bisnis Internasional

A. Definisi Bisnis Internasional

Bisnis internasional merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perusahaan di luar batas negaranya sendiri, dengan tujuan memperluas pasar, meningkatkan keuntungan, dan memanfaatkan sumber daya yang ada di negara lain.

B. Lingkungan Bisnis Internasional

Faktor Ekonomi

Nilai tukar mata uang, tarif bea masuk, dan kebijakan perdagangan internasional.

Faktor Politik

Regulasi perdagangan, kebijakan investasi, dan sanksi internasional.

Faktor Sosial dan Budaya

Perbedaan bahasa, nilai, norma, dan budaya antara negara yang berbeda.

Faktor Teknologi

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang memudahkan akses pasar global.

C. Alasan untuk Terlibat dalam Bisnis Internasional

Memperluas Pasar

Bisnis internasional memungkinkan perusahaan untuk memasarkan produknya di negara lain dan memperoleh pelanggan baru.

Meningkatkan Keuntungan

Bisnis internasional dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan skala produksi dan memanfaatkan sumber daya yang lebih murah di negara lain, sehingga dapat meningkatkan keuntungan.

Mempertahankan Keunggulan Kompetitif

Terlibat dalam bisnis internasional dapat membantu perusahaan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dengan mengeksplorasi teknologi dan pasar baru.

Memperoleh Sumber Daya yang Lebih Murah

Terlibat dalam bisnis internasional dapat membantu perusahaan untuk memperoleh sumber daya yang lebih murah di negara lain, seperti bahan baku, tenaga kerja, atau teknologi.

D. Kesimpulan

Bisnis internasional merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan di luar batas negara sendiri, dengan tujuan memperluas pasar, meningkatkan keuntungan, dan memanfaatkan sumber daya yang ada di negara lain. Terdapat berbagai faktor lingkungan bisnis internasional yang mempengaruhi kegiatan bisnis internasional, seperti faktor ekonomi, politik, sosial dan budaya, serta teknologi.

E. Tugas/ Evaluasi

1. Apa yang dimaksud dengan bisnis internasional?
 - a. Bisnis yang dilakukan hanya di dalam negara sendiri

- b. Bisnis yang dilakukan dengan negara lain
 - c. Bisnis yang dilakukan oleh perusahaan swasta
 - d. Bisnis yang dilakukan oleh pemerintah
 - *e. Bisnis yang dilakukan oleh perusahaan di luar batas negaranya sendiri
2. Faktor apa yang mempengaruhi lingkungan bisnis internasional?
- a. Faktor politik saja
 - b. Faktor ekonomi saja
 - c. Faktor sosial saja
 - d. Faktor teknologi saja
 - *e. Faktor ekonomi, politik, sosial dan budaya, serta teknologi
3. Apa alasan untuk terlibat dalam bisnis internasional?
- a. Memperkecil pasar
 - b. Menurunkan keuntungan
 - c. Mengurangi keunggulan kompetitif
 - d. Membeli sumber daya yang lebih mahal
 - *e. Memperluas pasar, meningkatkan keuntungan, mempertahankan keunggulan kompetitif, dan memperoleh sumber daya yang lebih murah
4. Apa faktor lingkungan bisnis internasional yang mempengaruhi kebijakan perdagangan internasional?
- a. Faktor ekonomi
 - b. Faktor politik
 - c. Faktor sosial
 - d. Faktor teknologi
 - *e. Faktor ekonomi dan politik
5. Apa manfaat bisnis internasional bagi perusahaan?
- a. Memperkecil pasar
 - b. Menurunkan keuntungan
 - c. Mengurangi keunggulan kompetitif
 - d. Membeli sumber daya yang lebih mahal
 - *e. Memperluas pasar, meningkatkan keuntungan, mempertahankan keunggulan kompetitif, dan memperoleh sumber daya yang lebih murah.
6. Apa yang dimaksud dengan ekspor?
- a. Impor barang dari luar negeri
 - b. Penerimaan barang dari luar negeri
 - *c. Pengiriman barang ke luar negeri
 - d. Pengiriman barang dari luar negeri
 - e. Penerimaan barang ke dalam negeri
7. Apa yang dimaksud dengan perusahaan multinasional?
- a. Perusahaan yang hanya beroperasi di dalam negeri
 - *b. Perusahaan yang memiliki operasi di beberapa negara
 - c. Perusahaan yang memiliki operasi di semua negara
 - d. Perusahaan yang memiliki kepemilikan oleh pemerintah

- e. Perusahaan yang memiliki kepemilikan oleh masyarakat umum
8. Apa yang dimaksud dengan aliansi strategis?
- a. Aliansi militer antara negara
 - *b. Kerjasama antara perusahaan untuk kepentingan strategis bersama
 - c. Kerjasama antara pemerintah untuk kepentingan strategis bersama
 - d. Aliansi antara organisasi internasional
 - e. Aliansi antara pemerintah dan perusahaan
9. Apa yang dimaksud dengan outsourcing?
- *a. Penggunaan pihak luar untuk melaksanakan tugas yang sebelumnya dilakukan oleh perusahaan itu sendiri
 - b. Penggunaan teknologi untuk melaksanakan tugas yang sebelumnya dilakukan oleh tenaga manusia
 - c. Pengurangan jumlah karyawan dalam perusahaan
 - d. Pemindehan perusahaan dari satu negara ke negara lain
 - e. Pemindehan kepemilikan perusahaan dari satu pihak ke pihak lain
10. Apa yang dimaksud dengan faktor ekonomi dalam bisnis internasional?
- a. Faktor yang berhubungan dengan produksi barang dan jasa
 - b. Faktor yang berhubungan dengan kebijakan pemerintah
 - c. Faktor yang berhubungan dengan budaya dan sosial
 - d. Faktor yang berhubungan dengan teknologi
 - *e. Faktor yang berhubungan dengan permintaan dan penawaran, nilai tukar mata uang, dan kondisi pasar.

Pertemuan 2: Globalisasi

A. Pengertian dan Ciri-ciri globalisasi

Globalisasi adalah fenomena yang kompleks dan multifaset, yang telah mempengaruhi banyak aspek kehidupan kita. Globalisasi membawa dampak signifikan bagi ekonomi, politik, budaya, dan sosial. Dalam kuliah ini, kita akan membahas pengertian globalisasi, dan ciri-ciri globalisasi.

Pengertian Globalisasi

Globalisasi adalah proses integrasi yang terjadi antara negara-negara di dunia dalam bidang ekonomi, politik, budaya, dan sosial. Proses globalisasi terjadi karena adanya kemajuan teknologi, transportasi, dan komunikasi, yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, barang, dan jasa secara lebih cepat dan mudah. Globalisasi memperkuat keterkaitan antara negara dan memperpendek jarak antar negara.

Ciri-ciri Globalisasi

Berikut adalah beberapa ciri-ciri globalisasi:

Pertumbuhan Perdagangan Internasional

Salah satu ciri globalisasi adalah pertumbuhan perdagangan internasional. Negara-negara di dunia semakin terbuka dan saling bergantung satu sama lain dalam melakukan perdagangan. Hal ini memungkinkan negara-negara untuk saling mengambil keuntungan dari kelebihan dan kekurangan yang dimilikinya.

Pertumbuhan Investasi Asing

Investasi asing semakin banyak dilakukan di berbagai negara, baik melalui investasi langsung maupun investasi portofolio. Investasi asing ini memungkinkan perusahaan untuk mencari pasar baru dan sumber daya yang lebih murah, serta memberikan manfaat bagi perekonomian negara yang menerima investasi.

Pertumbuhan Komunikasi Global

Kemajuan teknologi telah memungkinkan terjadinya komunikasi global yang lebih mudah dan cepat. Internet dan media sosial memungkinkan orang untuk terhubung dengan orang lain di seluruh dunia, memperluas jaringan sosial dan mengurangi batasan geografis.

Pertumbuhan Budaya Global

Globalisasi juga telah mempengaruhi budaya di seluruh dunia. Kebudayaan dapat dipertukarkan antara negara-negara, dan pengaruh budaya yang dominan dapat meresap ke dalam budaya lokal.

Pertumbuhan Perpindahan Tenaga Kerja

Globalisasi telah memungkinkan perpindahan tenaga kerja secara internasional. Orang dapat bekerja di negara lain dan membawa keahlian dan pengetahuan mereka ke tempat baru, serta memberikan kontribusi bagi perkembangan ekonomi di negara yang baru.

Kesimpulan

Globalisasi adalah fenomena yang kompleks dan multifaset, yang telah mempengaruhi banyak aspek kehidupan kita. Proses globalisasi memperkuat keterkaitan antara negara dan memperpendek jarak antar negara. Ciri-ciri globalisasi meliputi pertumbuhan perdagangan internasional, pertumbuhan investasi asing, pertumbuhan komunikasi global, dll

B. Dampak Globalisasi pada Bisnis Internasional

Globalisasi merupakan fenomena yang melanda dunia pada abad ke-20. Dalam konteks bisnis internasional, globalisasi membawa dampak yang signifikan terhadap perkembangan bisnis di seluruh dunia. Dalam materi pembelajaran ini, akan dibahas dampak globalisasi pada bisnis internasional.

- Globalisasi merupakan fenomena yang telah mengubah cara berpikir dan beroperasi dalam bisnis internasional.
- Dampak globalisasi yang signifikan terhadap bisnis internasional menjadi sebuah topik penting untuk dipelajari.
- Dalam materi ini, akan dibahas tentang dampak globalisasi pada bisnis internasional.

Dampak Globalisasi terhadap bisnis internasional dalam berbagai aspek

Pasar yang lebih besar

Globalisasi memungkinkan terbukanya pasar yang lebih besar bagi bisnis internasional. Pasar yang lebih besar berarti peluang bisnis yang lebih banyak. Dalam konteks bisnis internasional, pasar yang lebih besar juga berarti peluang ekspansi bisnis ke negara-negara baru.

Persaingan yang lebih ketat

Dampak globalisasi pada bisnis internasional yang lain adalah persaingan yang lebih ketat. Pasar yang lebih besar berarti peluang bisnis yang lebih banyak, tetapi juga berarti persaingan yang lebih ketat. Dalam pasar yang lebih besar, bisnis internasional harus bersaing dengan lebih banyak pesaing.

Inovasi dan Teknologi

Globalisasi memungkinkan penyebaran inovasi dan teknologi yang lebih cepat di seluruh dunia. Dalam konteks bisnis internasional, inovasi dan teknologi yang baru memungkinkan bisnis untuk menjadi lebih efisien dan efektif dalam menghadapi persaingan yang ketat. Bisnis internasional juga dapat memanfaatkan teknologi untuk melakukan ekspansi bisnis di negara-negara baru.

Ketergantungan pasar global

Dampak globalisasi pada bisnis internasional yang lain adalah ketergantungan pada pasar global. Dalam pasar yang lebih besar, bisnis internasional cenderung bergantung pada pasar global. Jika terjadi perubahan di pasar global, bisnis internasional bisa terpengaruh secara signifikan.

Keragaman budaya

Globalisasi juga membawa dampak pada keragaman budaya. Dalam konteks bisnis internasional, keragaman budaya dapat mempengaruhi cara bisnis beroperasi di negara lain. Bisnis internasional perlu memperhatikan keragaman budaya untuk memastikan bahwa operasional bisnis tidak melanggar budaya dan norma di negara tujuan.

Dampak positif globalisasi pada bisnis internasional

- Membuka pasar internasional yang lebih luas bagi produk dan jasa bisnis internasional.
- Meningkatkan akses pada sumber daya manusia, teknologi, dan permodalan dari berbagai negara.
- Memperkuat koneksi bisnis internasional antara perusahaan dari berbagai negara.
- Meningkatkan efisiensi dalam proses bisnis internasional dengan adanya teknologi informasi dan komunikasi yang canggih.
- Mendorong inovasi dan perkembangan produk dan jasa baru untuk memenuhi permintaan pasar global yang beragam.

Dampak negatif globalisasi pada bisnis internasional

- Memperburuk ketimpangan dalam distribusi kekayaan dan pendapatan di antara negara-negara.
- Meningkatkan persaingan bisnis internasional yang ketat dan menimbulkan tekanan harga yang rendah.
- Meningkatkan risiko kerugian pada bisnis internasional akibat fluktuasi nilai tukar dan krisis ekonomi global.
- Menimbulkan tantangan dalam memenuhi standar lingkungan, sosial, dan etika bisnis internasional yang berbeda-beda di berbagai negara.
- Meningkatkan pengaruh kekuasaan bisnis multinasional yang besar terhadap pemerintah dan masyarakat lokal.

Strategi untuk menghadapi dampak globalisasi pada bisnis internasional

- Mengembangkan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar global yang cepat dan dinamis.
- Memperkuat kompetensi manajemen, keuangan, dan teknologi informasi untuk mengelola risiko bisnis internasional.
- Meningkatkan keterlibatan dalam kerja sama bisnis internasional, seperti aliansi strategis dan kemitraan, untuk memperkuat posisi bisnis internasional di pasar global.
- Mengambil tanggung jawab sosial dan lingkungan yang lebih besar dalam operasi bisnis internasional untuk membangun citra bisnis yang baik di mata masyarakat dan pemerintah.
- Mengintegrasikan nilai-nilai dan budaya lokal dalam strategi bisnis internasional untuk memperkuat hubungan dengan masyarakat dan pemerintah lokal.

Kesimpulan

- Globalisasi membawa dampak positif dan negatif pada bisnis internasional.
- Pengusaha dan manajer bisnis internasional perlu memahami dampak globalisasi dan mengembangkan strategi yang tepat untuk menghadapinya.
- Dengan memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan yang dihadapi, bisnis internasional dapat mengembangkan potensi bisnis yang lebih besar di pasar global yang semakin terintegrasi.

C. Tantangan dan Peluang di Era Globalisasi dalam Konteks Bisnis Internasional

Dalam era globalisasi, bisnis internasional memiliki tantangan dan peluang yang berbeda-beda. Perubahan lingkungan bisnis internasional yang cepat, berkembangnya teknologi, dan kemajuan transportasi telah mengubah cara bisnis dilakukan. Di satu sisi, globalisasi telah membuka pasar baru bagi bisnis internasional, namun di sisi lain, persaingan global yang semakin sengit juga menimbulkan tantangan yang signifikan bagi para pelaku bisnis. Oleh karena itu, dalam materi pembelajaran ini akan dibahas mengenai tantangan dan peluang dalam era globalisasi dalam konteks bisnis internasional.

Tantangan dalam Era Globalisasi

Persaingan yang semakin ketat

Dalam era globalisasi, persaingan bisnis internasional semakin ketat. Perusahaan harus bersaing dengan perusahaan lokal maupun internasional yang memiliki kualitas produk yang sama atau bahkan lebih baik, harga yang lebih murah, dan pelayanan yang lebih baik. Hal ini menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk, efisiensi operasional, dan inovasi agar tetap bersaing di pasar global.

Perubahan lingkungan bisnis yang cepat

Lingkungan bisnis internasional yang cepat berubah dapat memengaruhi bisnis secara drastis. Perubahan dalam regulasi perdagangan internasional, kebijakan pemerintah, fluktuasi nilai tukar mata uang, dan perubahan tren konsumen adalah contoh perubahan lingkungan bisnis yang dapat mempengaruhi bisnis secara signifikan. Hal ini menuntut perusahaan untuk memiliki kemampuan adaptasi yang baik agar dapat menghadapi perubahan ini dan tetap berkembang.

Kompleksitas bisnis internasional

Bisnis internasional memiliki kompleksitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan bisnis domestik. Hal ini disebabkan oleh perbedaan budaya, hukum, dan bahasa yang ada di negara-negara yang berbeda. Perusahaan harus memahami perbedaan-perbedaan ini dan menghadapinya dengan bijaksana agar bisnis internasional dapat berjalan lancar.

Risiko politik dan ekonomi

Bisnis internasional juga rentan terhadap risiko politik dan ekonomi. Perubahan dalam kebijakan politik atau ekonomi di negara yang menjadi target pasar dapat memengaruhi bisnis secara signifikan. Misalnya, perubahan dalam kebijakan perdagangan internasional dapat memengaruhi harga dan persediaan bahan baku, sedangkan kerusuhan politik dapat mengganggu jalannya operasional bisnis.

Peluang dalam Era Globalisasi

Akses ke pasar global

Globalisasi telah membuka akses ke pasar global bagi bisnis internasional. Dengan adanya pasar global, perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan skala produksi. Perusahaan juga dapat memanfaatkan keunggulan produksi dan distribusi di negara-negara tertentu untuk meningkatkan efisiensi operasional.

Inovasi teknologi

Inovasi teknologi yang berkembang pesat juga menjadi peluang bagi bisnis internasional. Teknologi baru dapat memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya produksi, dan meningkatkan kualitas produk. Teknologi juga dapat membuka peluang bisnis baru yang sebelumnya tidak tersedia.

Kolaborasi bisnis internasional

Globalisasi juga membuka peluang untuk kolaborasi bisnis internasional. Melalui kolaborasi, perusahaan dapat memperoleh akses ke sumber daya dan teknologi baru, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional. Kolaborasi juga dapat membantu perusahaan untuk mengatasi beberapa tantangan yang dihadapi dalam bisnis internasional.

Kesimpulan

Dalam era globalisasi, bisnis internasional memiliki tantangan dan peluang yang berbeda-beda. Perusahaan harus dapat mengatasi tantangan tersebut dengan bijaksana dan memanfaatkan peluang yang ada untuk dapat bersaing di pasar global. Akses ke pasar global, inovasi teknologi, dan kolaborasi bisnis internasional adalah contoh peluang yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan dalam era globalisasi.

D. Tugas dan Evaluasi

1. Apa yang dimaksud dengan globalisasi?
 - a. Proses integrasi antara negara-negara di dunia
 - b. Perdagangan yang hanya dilakukan di dalam negeri
 - c. Pembatasan investasi dari luar negeri
 - d. Komunikasi yang hanya terbatas di dalam negeri
 - *e. Integrasi kegiatan ekonomi, politik, budaya, dan sosial antar negara

2. Apa yang memungkinkan terjadinya globalisasi?
 - a. Kemunduran teknologi, transportasi, dan komunikasi
 - b. Pembatasan perdagangan internasional
 - *c. Kemajuan teknologi, transportasi, dan komunikasi
 - d. Tidak adanya kebutuhan untuk integrasi antar negara
 - e. Tidak adanya perpindahan tenaga kerja

3. Apa saja ciri-ciri globalisasi?
 - a. Pertumbuhan perdagangan internasional, pembatasan investasi asing, pembatasan komunikasi global, pembatasan perpindahan tenaga kerja
 - b. Pertumbuhan perdagangan nasional, pembatasan investasi lokal, pembatasan komunikasi lokal, pembatasan perpindahan tenaga kerja
 - *c. Pertumbuhan perdagangan internasional, pertumbuhan investasi asing, pertumbuhan komunikasi global, pertumbuhan budaya global, pertumbuhan perpindahan tenaga kerja
 - d. Pembatasan perdagangan internasional, pertumbuhan investasi asing, pembatasan komunikasi global, pembatasan perpindahan tenaga kerja
 - e. Pertumbuhan perdagangan internasional, pertumbuhan investasi asing, pembatasan komunikasi global, pertumbuhan perpindahan tenaga kerja

4. Apa dampak positif dari globalisasi?
 - *a. Meningkatkan perdagangan internasional, meningkatkan investasi asing, memperluas jaringan sosial, memperkaya budaya, meningkatkan perpindahan tenaga kerja
 - b. Membatasi perdagangan internasional, membatasi investasi asing, membatasi komunikasi global, membatasi perpindahan tenaga kerja, merusak budaya lokal
 - c. Meningkatkan perdagangan nasional, meningkatkan investasi lokal, membatasi jaringan sosial, membatasi budaya, membatasi perpindahan tenaga kerja
 - d. Membatasi perdagangan internasional, meningkatkan investasi asing, membatasi komunikasi global, membatasi perpindahan tenaga kerja, merusak lingkungan
 - e. Membatasi perdagangan internasional, meningkatkan investasi asing, membatasi komunikasi global, membatasi perpindahan tenaga kerja, merusak ekonomi lokal

5. Bagaimana dampak globalisasi terhadap budaya lokal?
 - a. Membuat budaya lokal semakin kaya dan beragam
 - *b. Membuat budaya lokal terancam punah dan terserap oleh budaya global
 - c. Tidak memiliki dampak terhadap budaya lokal
 - d. Membuat budaya lokal hanya dipengaruhi oleh budaya negara lain yang terdekat

- e. Membuat budaya lokal hanya dipengaruhi oleh budaya negara-negara maju.
6. Apa dampak globalisasi pada bisnis internasional?
- Pasar yang lebih kecil
 - Persaingan yang lebih rendah
 - *c. Pasar yang lebih besar
 - Persaingan yang lebih tinggi
 - Inovasi dan teknologi yang lebih lambat
7. Apa keuntungan pasar yang lebih besar pada bisnis internasional?
- *a. Peluang bisnis yang lebih banyak
 - Persaingan yang lebih rendah
 - Inovasi dan teknologi yang lebih lambat
 - Ketergantungan pada pasar global yang lebih rendah
 - Keragaman budaya yang lebih kecil
8. Apa dampak persaingan yang lebih ketat pada bisnis internasional?
- Pasar yang lebih kecil
 - Peluang bisnis yang lebih rendah
 - *c. Persaingan yang lebih ketat
 - Inovasi dan teknologi yang lebih lambat
 - Keragaman budaya yang lebih kecil
9. Mengapa inovasi dan teknologi penting dalam bisnis internasional?
- Untuk memperluas pasar global
 - Untuk mengurangi persaingan yang ketat
 - Untuk meningkatkan ketergantungan pada pasar global
 - *d. Untuk membuat bisnis lebih efisien dan efektif
 - Untuk mengurangi keragaman budaya
10. Apa dampak keragaman budaya pada bisnis internasional?
- Persaingan yang lebih rendah
 - Pasar yang lebih kecil
 - Inovasi dan teknologi yang lebih lambat
 - Ketergantungan pada pasar global yang lebih rendah
 - *e. Memengaruhi cara bisnis beroperasi di negara lain
11. Apa dampak positif globalisasi pada bisnis internasional?
- Memperburuk ketimpangan distribusi kekayaan dan pendapatan di antara negara-negara
 - *b. Membuka pasar internasional yang lebih luas bagi produk dan jasa bisnis internasional
 - Menimbulkan tantangan dalam memenuhi standar lingkungan, sosial, dan etika bisnis internasional yang berbeda-beda di berbagai negara
 - Meningkatkan pengaruh kekuasaan bisnis multinasional yang besar terhadap pemerintah dan masyarakat lokal

- e. Meningkatkan persaingan bisnis internasional yang ketat dan menimbulkan tekanan harga yang rendah
12. Apa dampak negatif globalisasi pada bisnis internasional?
- a. Memperkuat koneksi bisnis internasional antara perusahaan dari berbagai negara
 - b. Meningkatkan efisiensi dalam proses bisnis internasional dengan adanya teknologi informasi dan komunikasi yang canggih
 - c. Mendorong inovasi dan perkembangan produk dan jasa baru untuk memenuhi permintaan pasar global yang beragam
 - *d. Menimbulkan tantangan dalam memenuhi standar lingkungan, sosial, dan etika bisnis internasional yang berbeda-beda di berbagai negara
 - e. Meningkatkan pengaruh kekuasaan bisnis multinasional yang besar terhadap pemerintah dan masyarakat lokal
13. Apa keuntungan memperkuat keterlibatan dalam kerja sama bisnis internasional?
- a. Menimbulkan tantangan dalam memenuhi standar lingkungan, sosial, dan etika bisnis internasional yang berbeda-beda di berbagai negara
 - *b. Memperkuat posisi bisnis internasional di pasar global
 - c. Meningkatkan pengaruh kekuasaan bisnis multinasional yang besar terhadap pemerintah dan masyarakat lokal
 - d. Menambah risiko kerugian pada bisnis internasional akibat fluktuasi nilai tukar dan krisis ekonomi global
 - e. Meningkatkan persaingan bisnis internasional yang ketat dan menimbulkan tekanan harga yang rendah
14. Apa strategi yang dapat dilakukan oleh bisnis internasional untuk mengurangi risiko bisnis akibat fluktuasi nilai tukar dan krisis ekonomi global?
- a. Mengambil tanggung jawab sosial dan lingkungan yang lebih besar dalam operasi bisnis internasional
 - b. Meningkatkan keterlibatan dalam kerja sama bisnis internasional
 - c. Mengintegrasikan nilai-nilai dan budaya lokal dalam strategi bisnis internasional
 - *d. Memperkuat kompetensi manajemen, keuangan, dan teknologi informasi
 - e. Mengembangkan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar global
15. Apa dampak positif globalisasi pada bisnis internasional yang paling terlihat?
- *a. Membuka pasar internasional yang lebih luas bagi produk dan jasa bisnis internasional.
 - b. Meningkatkan akses pada sumber daya manusia, teknologi, dan permodalan dari berbagai negara.
 - c. Memperkuat koneksi bisnis internasional antara perusahaan dari berbagai negara.
 - d. Meningkatkan efisiensi dalam proses bisnis internasional dengan adanya teknologi informasi dan komunikasi yang canggih.
 - e. Mendorong inovasi dan perkembangan produk dan jasa baru untuk memenuhi permintaan pasar global yang beragam.

16. Apa yang dimaksud dengan persaingan yang semakin ketat dalam bisnis internasional?
- Persaingan dengan perusahaan lokal saja
 - Persaingan dengan perusahaan internasional saja
 - *c. Persaingan dengan perusahaan lokal maupun internasional yang memiliki kualitas produk yang sama atau bahkan lebih baik, harga yang lebih murah, dan pelayanan yang lebih baik
 - Persaingan dengan perusahaan yang memiliki produk yang sama saja
 - Persaingan dengan perusahaan yang memiliki harga yang lebih murah saja
17. Apa yang dimaksud dengan kompleksitas bisnis internasional?
- Bisnis internasional lebih mudah dibandingkan dengan bisnis domestik
 - *b. Bisnis internasional lebih sulit karena perbedaan budaya, hukum, dan bahasa yang ada di negara-negara yang berbeda
 - Bisnis internasional sama sulitnya dengan bisnis domestik
 - Bisnis internasional hanya sulit dalam hal ekspor dan impor
 - Bisnis internasional tidak memiliki kompleksitas
18. Apa yang dimaksud dengan risiko politik dan ekonomi dalam bisnis internasional?
- Bisnis internasional tidak memiliki risiko politik dan ekonomi
 - *b. Perubahan dalam kebijakan politik atau ekonomi di negara yang menjadi target pasar dapat memengaruhi bisnis secara signifikan
 - Hanya risiko politik saja yang harus diperhatikan dalam bisnis internasional
 - Hanya risiko ekonomi saja yang harus diperhatikan dalam bisnis internasional
 - Tidak ada risiko yang harus diperhatikan dalam bisnis internasional
19. Apa yang harus dilakukan perusahaan agar tetap bersaing di pasar global?
- Menurunkan kualitas produk dan layanan
 - Menjual produk dengan harga yang lebih tinggi daripada pesaing
 - *c. Terus meningkatkan kualitas produk, efisiensi operasional, dan inovasi
 - Meningkatkan harga produk dan layanan
 - Tidak perlu melakukan apa-apa
20. Apa yang dimaksud dengan perubahan lingkungan bisnis yang cepat?
- Perubahan yang terjadi hanya dalam waktu yang lama
 - Perubahan yang terjadi hanya dalam satu negara saja
 - *c. Perubahan dalam regulasi perdagangan internasional, kebijakan pemerintah, fluktuasi nilai tukar mata uang, dan perubahan tren konsumen
 - Perubahan dalam regulasi perdagangan internasional saja
 - Tidak ada perubahan dalam lingkungan bisnis internasional
21. Apa yang dimaksud dengan akses ke pasar global dalam bisnis internasional?
- Peluang untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan skala produksi
 - *b. Peluang untuk memanfaatkan keunggulan produksi dan distribusi di negara-negara tertentu
 - Peluang untuk melakukan kolaborasi dengan perusahaan lain
 - Peluang untuk mengatasi tantangan dalam bisnis internasional

- e. Peluang untuk meningkatkan efisiensi operasional
22. Apa yang menjadi peluang bisnis internasional yang disebabkan oleh inovasi teknologi?
- a. Meningkatkan efisiensi operasional dan mengatasi tantangan bisnis internasional
 - b. Memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan skala produksi
 - c. Mengurangi biaya produksi dan meningkatkan kualitas produk
 - *d. Semua jawaban benar
 - e. Tidak ada jawaban yang benar
23. Apa manfaat kolaborasi bisnis internasional bagi perusahaan?
- a. Memperoleh akses ke sumber daya dan teknologi baru
 - b. Memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional
 - c. Mengatasi beberapa tantangan yang dihadapi dalam bisnis internasional
 - *d. Semua jawaban benar
 - e. Tidak ada jawaban yang benar
24. Apa keuntungan bagi perusahaan jika dapat memanfaatkan keunggulan produksi dan distribusi di negara-negara tertentu?
- a. Memperoleh akses ke sumber daya dan teknologi baru
 - b. Memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional
 - *c. Meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya produksi
 - d. Mengatasi beberapa tantangan yang dihadapi dalam bisnis internasional
 - e. Tidak ada jawaban yang benar
25. Apa yang dimaksud dengan kolaborasi bisnis internasional?
- a. Peluang untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan skala produksi
 - b. Peluang untuk memanfaatkan keunggulan produksi dan distribusi di negara-negara tertentu
 - c. Peluang untuk mengatasi tantangan dalam bisnis internasional
 - *d. Kerja sama antara perusahaan dari berbagai negara untuk mencapai tujuan bersama
 - e. Tidak ada jawaban yang benar

Pertemuan 3: Analisis Lingkungan Bisnis Internasional

Dalam bisnis internasional, analisis lingkungan bisnis internasional menjadi penting untuk memahami kondisi dan faktor-faktor yang mempengaruhi peluang dan tantangan dalam bisnis internasional. Analisis lingkungan bisnis internasional membantu perusahaan untuk mengidentifikasi peluang pasar global dan menghindari risiko-risiko yang mungkin terjadi di pasar asing.

Analisis lingkungan bisnis internasional adalah proses evaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kegiatan bisnis internasional. Faktor internal meliputi sumber daya manusia, teknologi, sistem manajemen, dan keuangan. Faktor eksternal meliputi aspek politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum.

Tujuan dari analisis lingkungan bisnis internasional adalah untuk memahami lingkungan bisnis global dan mengembangkan strategi bisnis yang sesuai dengan keadaan tersebut. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk memaksimalkan peluang dan mengurangi risiko dalam bisnis internasional.

Dalam materi pembelajaran ini, kita akan membahas lebih lanjut tentang analisis lingkungan bisnis internasional, termasuk jenis-jenis analisis lingkungan bisnis internasional dan bagaimana melakukan analisis tersebut.

A. Analisis PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Hukum)

Analisis PESTEL adalah sebuah metode analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi lingkungan bisnis dan potensi dampaknya terhadap perusahaan. Analisis PESTEL terdiri dari enam faktor yaitu Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Hukum. Berikut adalah penjelasan mendetail mengenai masing-masing faktor dalam Analisis PESTEL:

- Politik

Faktor politik mencakup semua kebijakan dan peraturan yang dibuat oleh pemerintah dan partai politik dalam suatu negara atau wilayah. Hal ini dapat mencakup kebijakan perdagangan internasional, regulasi investasi asing, kebijakan pajak, kebijakan lingkungan, dan keamanan nasional. Dalam analisis PESTEL, perusahaan perlu mempertimbangkan dampak perubahan kebijakan pemerintah terhadap bisnis mereka.

- Ekonomi

Faktor ekonomi mencakup situasi makroekonomi suatu negara atau wilayah, termasuk pertumbuhan ekonomi, inflasi, nilai tukar mata uang, suku bunga, dan kebijakan fiskal dan moneter. Perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor ini dalam mengembangkan strategi bisnis internasional dan memperkirakan potensi pasar dan persaingan.

- Sosial

Faktor sosial mencakup semua aspek budaya, nilai, dan perilaku konsumen dalam suatu negara atau wilayah. Hal ini dapat mencakup demografi, pendidikan, gaya hidup, agama, dan trend konsumen. Dalam analisis PESTEL, perusahaan perlu mempertimbangkan faktor-faktor ini dalam merancang produk, branding, dan kampanye pemasaran yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan konsumen.

- Teknologi

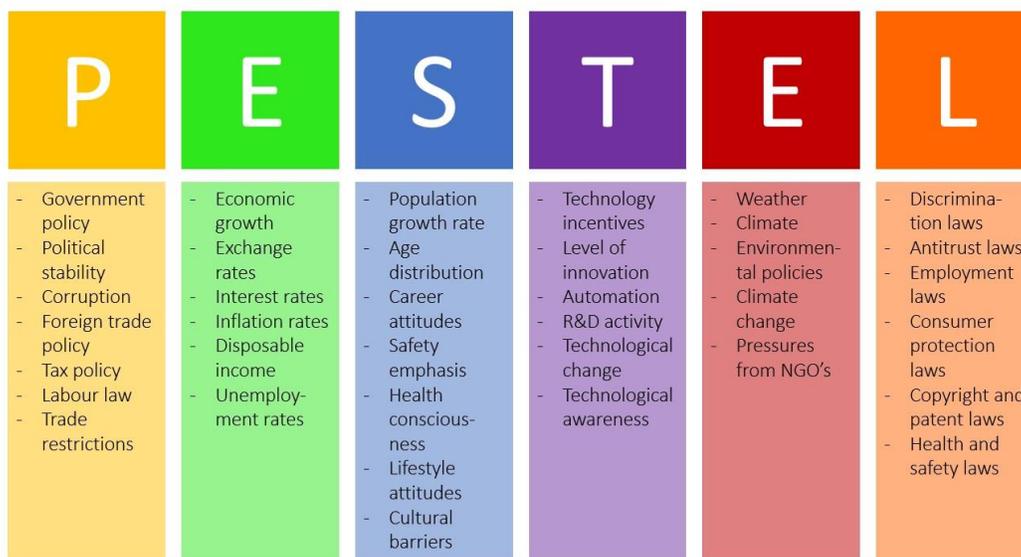
Faktor teknologi mencakup semua perkembangan teknologi dan inovasi dalam suatu negara atau wilayah. Hal ini dapat mencakup pengembangan produk baru, perangkat lunak, komunikasi, transportasi, dan automasi. Dalam analisis PESTEL, perusahaan perlu mempertimbangkan faktor-faktor ini dalam memilih teknologi yang tepat untuk bisnis mereka dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas.

- Lingkungan

Faktor lingkungan mencakup semua aspek lingkungan fisik dan sosial dalam suatu negara atau wilayah. Hal ini dapat mencakup masalah keberlanjutan, polusi, pengelolaan limbah, dan dampak bisnis terhadap lingkungan. Dalam analisis PESTEL, perusahaan perlu mempertimbangkan dampak bisnis mereka terhadap lingkungan dan mencari cara untuk mengurangi dampak negatif dan meningkatkan keberlanjutan.

- Hukum

Faktor hukum mencakup semua peraturan dan hukum yang berlaku dalam suatu negara atau wilayah. Hal ini dapat mencakup undang-undang bisnis, peraturan kesehatan dan keselamatan, dan hak kekayaan intelektual. Dalam analisis PESTEL, perusahaan perlu mempertimbangkan faktor hukum dalam mengembangkan strategi bisnis internasional dan memperkirakan potensi risiko hukum yang mungkin terjadi. Perusahaan perlu memahami aturan dan regulasi yang berlaku dalam suatu negara atau wilayah untuk menghindari pelanggaran hukum dan konflik dengan pihak berwenang.



Secara keseluruhan, Analisis PESTEL dapat membantu perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi lingkungan bisnis internasional dan mengidentifikasi peluang dan risiko dalam bisnis internasional. Analisis PESTEL juga dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi bisnis yang sesuai dengan keadaan lingkungan bisnis internasional yang ada.

B. Analisis SWOT (Kelemahan, Keunggulan, Ancaman, Peluang) dalam konteks bisnis internasional

Analisis SWOT adalah sebuah kerangka analisis yang umum digunakan dalam bisnis untuk mengevaluasi keadaan internal dan eksternal suatu perusahaan. Kerangka analisis ini terdiri dari empat elemen utama yaitu Kelemahan (Weaknesses), Keunggulan (Strengths), Ancaman (Threats), dan Peluang (Opportunities).

SWOT ANALYSIS



Dalam konteks bisnis internasional, analisis SWOT dapat membantu perusahaan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang dapat mempengaruhi keberhasilan ekspansi bisnisnya.

- Kelemahan (Weaknesses)

Kelemahan adalah faktor-faktor internal yang dapat membatasi kemampuan suatu perusahaan dalam menghadapi persaingan di pasar internasional. Beberapa contoh kelemahan yang mungkin dihadapi oleh perusahaan dalam konteks bisnis internasional adalah kurangnya pengalaman dalam pasar internasional, kurangnya sumber daya manusia yang ahli dalam bahasa dan budaya lokal, serta kurangnya infrastruktur dan sumber daya untuk mendukung ekspansi bisnis internasional.

- Keunggulan (Strengths)

Keunggulan adalah faktor-faktor internal yang dapat membantu perusahaan dalam menghadapi persaingan di pasar internasional. Beberapa contoh keunggulan yang mungkin dimiliki oleh perusahaan dalam konteks bisnis internasional adalah pengalaman dalam memproduksi produk berkualitas tinggi, kemampuan untuk menyesuaikan produk dengan kebutuhan lokal, serta reputasi merek yang kuat dan dikenal di pasar internasional.

- Ancaman (Threats)

Ancaman adalah faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan ekspansi bisnis suatu perusahaan di pasar internasional. Beberapa contoh ancaman yang mungkin dihadapi oleh perusahaan dalam konteks bisnis internasional adalah kebijakan politik dan perdagangan yang tidak stabil di negara tujuan ekspansi, persaingan dari produsen lokal, dan fluktuasi nilai tukar mata uang yang dapat mempengaruhi keuntungan perusahaan.

- Peluang (Opportunities)

Peluang adalah faktor-faktor eksternal yang dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan ekspansi bisnisnya di pasar internasional. Beberapa contoh peluang yang mungkin tersedia dalam konteks bisnis internasional adalah pertumbuhan ekonomi yang stabil di negara tujuan ekspansi, permintaan pasar yang besar untuk produk atau jasa yang belum tersedia di pasar lokal, serta adanya kesempatan untuk mengakses sumber daya yang lebih murah atau berkualitas tinggi di negara tujuan ekspansi.

Dalam konteks bisnis internasional, analisis SWOT dapat membantu perusahaan untuk mengevaluasi faktor-faktor kunci yang dapat mempengaruhi keberhasilan ekspansi bisnisnya. Setelah melakukan analisis SWOT, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mengatasi kelemahan, memanfaatkan keunggulan, menghadapi ancaman, dan memanfaatkan peluang di pasar internasional.

C. Analisis lima kekuatan Porter (Porter's 5 Forces)

Analisis lima kekuatan Porter adalah kerangka analisis yang dikembangkan oleh Michael Porter untuk membantu perusahaan dalam mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang dapat mempengaruhi kekuatan persaingan di pasar. Dalam analisis lima kekuatan Porter, terdapat lima faktor utama yang perlu dianalisis yaitu ancaman dari pesaing yang ada, ancaman dari produk atau jasa pengganti, kekuatan

tawar-menawar dari pemasok, kekuatan tawar-menawar dari pembeli, dan ancaman dari masuknya pesaing baru ke dalam pasar. Berikut adalah penjelasan lebih detail tentang masing-masing faktor tersebut:

- Ancaman dari Pesaing yang Ada

Ancaman dari pesaing yang ada mencakup faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk bersaing dengan pesaing di pasar. Beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan termasuk jumlah pesaing, kekuatan merek pesaing, kualitas produk atau jasa, biaya produksi, dan kualitas pelayanan.

- Ancaman dari Produk atau Jasa Pengganti

Ancaman dari produk atau jasa pengganti mencakup faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasar dan keuntungan yang stabil di pasar. Beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan termasuk kualitas produk atau jasa pengganti, biaya pengganti, keunggulan produk atau jasa perusahaan, dan sejauh mana konsumen cenderung beralih ke produk atau jasa pengganti.

- Kekuatan Tawar-menawar dari Pemasok

Kekuatan tawar-menawar dari pemasok mencakup faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memperoleh bahan baku dan komponen yang diperlukan untuk memproduksi produk atau jasa yang dijual. Beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan termasuk jumlah pemasok, kekuatan merek pemasok, biaya bahan baku dan komponen, dan tingkat keberagaman pemasok.

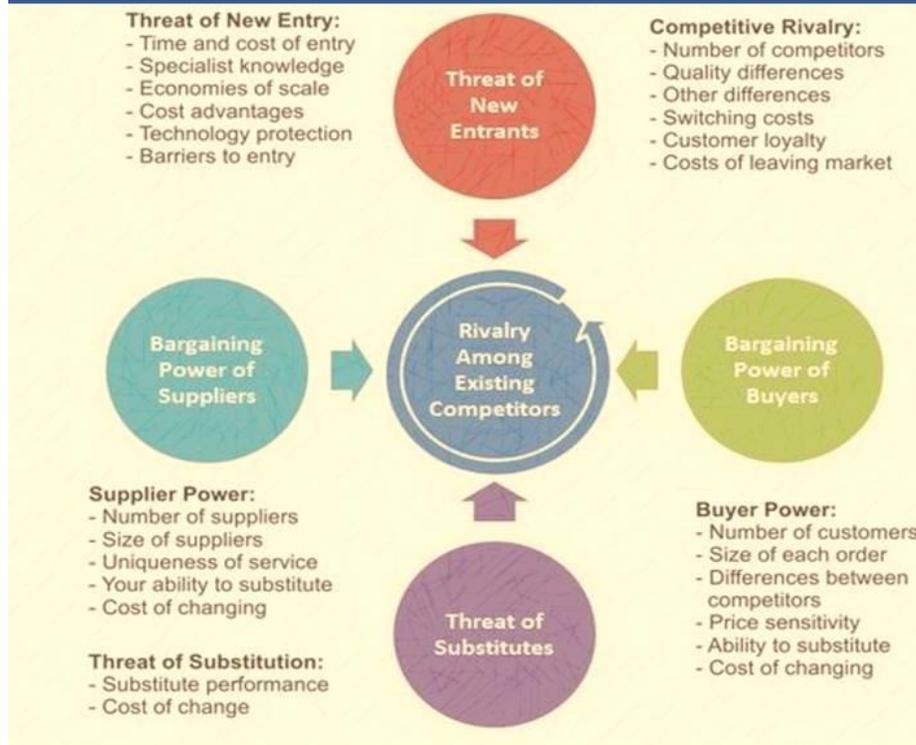
- Kekuatan Tawar-menawar dari Pembeli

Kekuatan tawar-menawar dari pembeli mencakup faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk menetapkan harga dan mempertahankan pangsa pasar. Beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan termasuk jumlah pembeli, tingkat kebutuhan konsumen, kualitas produk atau jasa, dan sejauh mana konsumen cenderung beralih ke produk atau jasa pesaing.

- Ancaman dari Masuknya Pesaing Baru ke dalam Pasar

Ancaman dari masuknya pesaing baru ke dalam pasar mencakup faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasar dan keuntungan yang stabil di pasar. Beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan termasuk hambatan masuk ke pasar, biaya investasi awal yang diperlukan, keunggulan merek dan teknologi, serta kemampuan perusahaan untuk memperoleh sumber daya yang dibutuhkan

Porter's Five Forces



Pertemuan 4: Entry Modes dan Strategi Bisins Internasional

Strategi bisnis internasional adalah rencana atau tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk memasuki pasar internasional dan mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan di luar negeri. Strategi ini mencakup berbagai tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk mengelola, memasarkan, dan menjual produk atau jasa mereka di pasar internasional.

Strategi bisnis internasional melibatkan penentuan pasar target di luar negeri, pemilihan model bisnis yang tepat untuk pasar tersebut, penetapan harga yang tepat, dan pengembangan strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, strategi bisnis internasional juga mencakup penyesuaian produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang berbeda, memperoleh izin dan persetujuan yang diperlukan dari pemerintah setempat, dan mengelola risiko seperti fluktuasi nilai tukar, peraturan perdagangan, dan perbedaan budaya.

Penerapan strategi bisnis internasional yang efektif dapat membantu perusahaan untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan serta keuntungan, namun juga melibatkan risiko yang perlu dikelola dengan hati-hati.

A. Entry Modes

Entry modes atau mode masuk dalam bisnis internasional adalah metode atau cara yang digunakan oleh perusahaan untuk memasuki pasar internasional. Terdapat beberapa jenis entry modes yang dapat digunakan oleh perusahaan, di antaranya adalah:

- Ekspor: Ekspor adalah cara paling umum dan sederhana untuk memasuki pasar internasional, di mana perusahaan menjual produknya di luar negeri dan mengirimkannya ke pasar tersebut. Ekspor dapat dilakukan langsung atau melalui perantara.
- Lisensi: Lisensi adalah cara di mana perusahaan memberikan hak kepada pihak lain untuk menggunakan nama merek, teknologi, atau hak kekayaan intelektual lainnya dengan imbalan biaya atau royalti.
- Franchising: Franchising adalah cara di mana perusahaan memberikan hak kepada pihak lain untuk menggunakan merek, produk, dan sistem bisnisnya dengan imbalan biaya atau royalti, dan juga memberikan dukungan dan bimbingan.
- Joint Venture: Joint venture adalah kemitraan antara dua perusahaan yang memiliki tujuan dan kepentingan yang sama untuk memasuki pasar internasional. Kemitraan ini dapat dilakukan dengan cara membagi modal dan risiko, menggabungkan teknologi, atau saling mendukung dalam penjualan dan pemasaran.
- Investasi langsung: Investasi langsung adalah cara di mana perusahaan membuka operasi baru di pasar internasional, seperti cabang atau pabrik, dan mengelola bisnis tersebut secara langsung.

Pilihan entry modes yang tepat harus dipilih berdasarkan faktor-faktor seperti tingkat risiko, biaya, keuntungan potensial, dan kontrol bisnis yang diinginkan. Setiap jenis entry mode memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, sehingga perusahaan harus melakukan analisis pasar dan risiko yang cermat sebelum memutuskan jenis entry mode yang akan digunakan.

B. Contoh Entry Modes

Berikut ini adalah beberapa contoh kasus dan penerapan dari beberapa entry modes bisnis internasional:

- Ekspor

Contoh: Perusahaan A yang berbasis di Indonesia memproduksi pakaian rajut berkualitas tinggi dan mulai mengekspor produknya ke negara-negara seperti Amerika Serikat, Jepang, dan Australia. Perusahaan A memutuskan untuk menggunakan ekspor sebagai cara untuk memasuki pasar asing karena ini adalah cara yang paling sederhana dan murah untuk mulai mengekspansi ke pasar internasional.

- Lisensi

Contoh: Perusahaan B adalah perusahaan teknologi yang mengembangkan aplikasi perangkat lunak yang inovatif. Perusahaan B memutuskan untuk memberikan lisensi teknologi mereka kepada perusahaan C di negara lain, yang memungkinkan perusahaan C untuk menggunakan teknologi tersebut dalam produk mereka. Dalam hal ini, perusahaan B memperoleh keuntungan dari hak penggunaan teknologi mereka, sementara perusahaan C memperoleh akses ke teknologi inovatif.

- Franchising

Contoh: Perusahaan D adalah perusahaan makanan cepat saji yang ingin memasuki pasar asing. Perusahaan D memutuskan untuk membuka waralaba di negara lain dan memungkinkan pengusaha lokal untuk membuka gerai restoran mereka di bawah merek dagang perusahaan D. Dalam hal ini, perusahaan D memperoleh keuntungan dari royalti dan biaya lisensi, sementara pengusaha lokal mendapatkan dukungan dan bimbingan dari perusahaan D.

- Joint Venture

Contoh: Perusahaan G dan H adalah perusahaan yang berbeda, tetapi bekerja sama untuk membentuk perusahaan patungan di negara asing. Perusahaan patungan ini memproduksi dan menjual produk elektronik. Dalam hal ini, kedua perusahaan memperoleh manfaat dari keahlian dan sumber daya masing-masing, sementara juga berbagi risiko dan keuntungan dari bisnis yang dilakukan.

- Investasi Langsung

Contoh: Perusahaan E adalah perusahaan otomotif global yang memutuskan untuk membeli saham di perusahaan F di negara lain. Dalam hal ini, perusahaan E mendapatkan akses ke pasar dan infrastruktur perusahaan F di negara tersebut, sementara perusahaan F mendapatkan akses ke teknologi dan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan E.

- Investasi Langsung tipe Wholly Owned Subsidiary

Contoh: Perusahaan I adalah perusahaan farmasi global yang memutuskan untuk mendirikan perusahaan anak di negara lain untuk memproduksi dan menjual produk farmasi. Perusahaan

anak sepenuhnya dimiliki oleh perusahaan I, yang memungkinkan perusahaan I untuk mempertahankan kontrol penuh atas operasi bisnis mereka di negara tersebut.

C. Strategi Pemasaran Bisnis Internasional

Strategi pemasaran bisnis internasional mencakup berbagai pendekatan yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan yang ingin memasarkan produk atau layanannya di pasar internasional. Berikut adalah beberapa strategi pemasaran bisnis internasional yang umum digunakan:

- Penelitian pasar global: Melakukan penelitian pasar yang ekstensif untuk memahami kebutuhan, keinginan, dan perilaku konsumen di pasar internasional.
- Segmentasi pasar global: Membagi pasar internasional menjadi segmen yang berbeda dan mengidentifikasi segmen yang paling menjanjikan untuk ditekuni.
- Pemilihan pasar target: Memilih pasar target yang paling menjanjikan berdasarkan segmentasi pasar global.
- Pengembangan produk yang cocok: Mengembangkan produk atau layanan yang cocok untuk pasar target yang dituju.
- Harga yang tepat: Menentukan harga yang tepat berdasarkan faktor-faktor seperti biaya produksi, persaingan, dan kebutuhan konsumen.
- Promosi yang tepat: Mengembangkan kampanye iklan dan promosi yang tepat untuk pasar target yang dituju.
- Distribusi yang efektif: Memilih saluran distribusi yang efektif untuk mencapai pasar target.
- Membangun citra merek: Membangun citra merek yang positif di pasar target untuk meningkatkan daya tarik produk atau layanan.
- Mengikuti peraturan internasional: Memahami peraturan dan kebijakan internasional yang berlaku untuk memastikan kepatuhan dalam operasi bisnis dan membangun hubungan baik dengan pemerintah dan pelanggan.
- Menyesuaikan strategi: Menyesuaikan strategi pemasaran sesuai dengan perbedaan budaya, bahasa, dan kebiasaan bisnis di pasar target yang dituju.

Dalam keseluruhan, strategi pemasaran bisnis internasional harus mempertimbangkan berbagai faktor seperti pasar target, persaingan, peraturan, dan perbedaan budaya dan bahasa. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini dan mengembangkan strategi yang tepat, perusahaan dapat berhasil memasarkan produk atau layanan mereka di pasar internasional.