

## Pertemuan 1 :

### Pendahuluan, Pengertian Dan Ruang Lingkup Bisnis Internasional

#### 1. Pengertian Bisnis Internasional

Bisnis internasional merupakan kegiatan bisnis yang dilakukan melewati batas – batas suatu negara yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam satu Negara dengan perusahaan lain atau individu di Negara lain. Pemasaran internasional biasanya diartikan sebagai Bisnis Internasional. Transaksi bisnis internasional dapat ditempuh dengan berbagai cara: *Lisencing, Franchising, Management Contracting, Marketing in Home Country by Host Country, Joint Venture, Multinational Cooperation (MNC)*. Semua bentuk transaksi internasional tersebut akan memerlukan transaksi pembayaran yang sering disebut sebagai *Fee*. Negara *Home Country* harus membayar sedangkan pengirim atau *Host Country* akan memperoleh pembayaran *fee* tersebut. Pengertian perdagangan internasional dengan pemasaran internasional sering dianggap sama, tetapi ternyata berbeda. Perbedaan utama terletak pada perlakuannya, perdagangan internasional dilakukan oleh Negara sedangkan pemasaran internasional merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Disamping itu pemasaran internasional menentukan kegiatan bisnis yang lebih aktif serta lebih progresif dari pada perdagangan internasional.

#### 2. Ruang Lingkup Bisnis Internasional:

##### ALASAN MELAKSANAKAN BISNIS INTERNASIONAL

Suatu negara/perusahaan melakukan transaksi bisnis internasional dalam bentuk perdagangan internasional, pada umumnya memiliki beberapa pertimbangan ataupun alasan meliputi **pertimbangan ekonomis, politis ataupun sosial budaya** bahkan tidak jarang atas dasar pertimbangan **militer**. Bisnis internasional memang tidak dapat dihindarkan karena sebenarnya tidak ada satu Negara pun didunia yang dapat mencukupi seluruh kebutuhan negerinya dari barang-barang atau produk yang dihasilkan oleh Negara itu sendiri. Tidak ada suatu Negara pun yang dapat memenuhi 100% swasembada. Hal ini disebabkan karena terjadinya penyebaran yang tidak merata dari sumber daya baik dari sumber daya alam modal maupun sumber daya manusia. Ketidakmeratanya sumber daya tersebut akan mengakibatkan adanya keunggulan tertentu, Sebagai contoh Negara Australia yang memiliki daratan yang sangat luas yang memiliki jumlah penduduk sangat sedikit, sebaliknya Negara Jepang yang memiliki daratan yang sangat sempit tetapi jumlah penduduknya sangat

padat. Kesuburan tanah juga tidak akan sama antara Negara yang satu dengan yang lain ada suatu negeri yang sesuai untuk tanaman tertentu sedangkan Negara yang lainnya tidak mungkin untuk menanam tanaman yang sangat dibutuhkan. Keadaan ini yang menentukan dilaksanakan bisnis ataupun perdagangan internasional.

#### **Potensi pasar internasional**

Potensi pasar ditentukan oleh tiga faktor yaitu **struktur penduduk, daya beli serta pola konsumsi masyarakat**. Dalam hal pasar Internasional, potensi pasar Internasional juga ditentukan oleh ketiga faktor tersebut hanya saja dalam hal ini diberlakukan untuk negara lain.

### **3. Tahap-Tahap Dalam Memasuki Bisnis Internasional**

Perusahaan yang memasuki bisnis internasional pada umumnya terlibat atau melibatkan diri secara bertahap dari tahap yang paling sederhana yang tidak mengandung resiko sampai dengan tahap yang paling kompleks dan mengandung resiko bisnis yang sangat tinggi. Adapun tahap tersebut secara kronologis adalah sebagai berikut :

#### **1) EKSPOR INSIDENTIL (*INCIDENT At EXPORT*)**

Dalam rangka go internasional suatu perusahaan pada umumnya dimulai dari keterlibatan yang paling awal yaitu dengan melakukan ekspor insidentil. Dalam tahap awal ini pada umumnya terjadi pada saat adanya kedatangan orang asing di negeri kita kemudian dia membeli barang-barang dan kemudian kita harus mengirimkannya ke negeri asing itu.

#### **2) EKSPOR AKTIF (*ACTIVE EXPORT*)**

Tahap terdahulu itu kemudian dapat berkembang terus dan kemudian terjalin hubungan bisnis yang rutin dan kontinyu dan bahkan transaksi tersebut makin lama akan semakin aktif. Keaktifan hubungan transaksi bisnis tersebut ditandai pada umumnya dengan semakin berkembangnya jumlah maupun jenis komoditi perdagangan Internasional tersebut. Dalam tahap aktif ini perusahaan negeri sendiri mulai aktif untuk melaksanakan manajemen atas transaksi itu. Tidak seperti tahap awal di mana pengusaha hanya bertindak pasif. Oleh karena itu dalam tahap ini sering pula disebut sebagai tahap "ekspor aktif", sedangkan tahap pertama tadi disebut tahap pembelian atau "purchasing".

#### **3) PENJUALAN LISENSI (*LICENSING*)**

Lisensi membeli merek dagang.

#### **4) FRANCHISING**

Perusahaan di suatu negara menjual tidak hanya lisensi atau merek dagangnya saja tetapi lengkap dengan segala atributnya termasuk peralatan, proses produksi, resep resep campuran proses produksinya, pengendalian mutunya, pengawasan mutu bahan baku maupun barang jadinya, serta bentuk pelayanannya. Cara ini sering dikenal sebagai bentuk "Franchising". Perusahaan yang menerima (*Franchisee*) sedangkan perusahaan pemberi (*Franchisor*). Bentuk ini pada umumnya berhasil bagi jenis usaha tertentu misalnya makanan, restoran, supermarket, *fitness centre* dan sebagainya.

#### **5) PEMASARAN DI LUAR NEGERI**

**6) PRODUKSI DAN PEMASARAN DI LUAR NEGERI (*Total International Business*)**