# Peningkatan Sumberdaya Manusia Dalam Menggapai Bisnis Bersekala Global Di Indonesia

DITA RACHMAWATI

ANUDIYAN AMIR MAS'UD

**ABSTRAK**

Bisnis Internasional merupakan bisnis yang kegiatannya melewati batas-batas negara. Definisi ini tidak hanya termasuk perdagangan internasional dan pemanufakturan di luar negeri, tetapi juga industri jasa yang berkembang di bidang-bidang seperti transportasi, pariwisata, perbankan, periklanan, konstruksi, perdagangan eceran, perdagangan besar dan komunikasi massa. Pemasaran internasional berbeda dengan Bisnis Internasional, Perdagangan Internasional merupakan transaksi antar Negara itu biasanya dilakukan dengan cara tradisional yaitu dengan cara ekspor dan impor. Dengan adanya transaksi ekspor dan impor tersebut maka timbul neraca perdagangan antar negara *(balance of tread)*, sedangkan Pemasaran internasional yang merupakan keadaan suatu perusahaan dapat terlibat dalam suatu transaksi bisnis dengan negara lain, perusahaan lain ataupun masyarakat umum di luar negeri. Transaksi bisnis internasional ini pada umumnya merupakan upaya untuk memasarkan hasil produksi di luar negeri.

**Kata kunci :** *bisnis Internasional*

**Abstract**

*International Business is a business whose activities pass the borders of the country. This definition includes not only international trade and overseas manufacturing, but also a thriving service industry in areas such as transportation, tourism, banking, advertising, construction, retail trade, large trade and mass communications. International marketing is different from International Business, International Trade is an inter-state transaction usually done by traditional way that is by way of export and import. With the export and import transactions, there will be a balance of tread, while international marketing which is the state of a company can be involved in a business transaction with other countries, other companies or the general public abroad. This international business transaction is generally an attempt to market overseas production.*

***Keywords :*** *International Business*

1. **PENDAHULUAN**

Transaksi ekonomi yang dilakukan penduduk suatu negara dengan negara lain, baik secara perorangan, maupun pemerintah. Terjadinya perdagangan internasional tidak bisa dihindari oleh negara manapun, karena tiap wilayah memiliki kelebihan dan kekurangan pada salah satu sumber daya alamnya. Kelebihan sumber daya alam disiasati dengan mengimpornya ke luar negri. Demikian pula sebaliknya, kekurangan sumber daya alam dapat diatasi dengan perdagangan internasional ekspor dan impor. Sudah sejak zaman dahulu kala, manusia selalu berinteraksi dengan sesamanya termasuk dalam hal pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Beberapa abad kemudian barulah para ahli ekonomi merumuskan teori-teori yang berhubungan dengan aktivitas ekonomi penduduk lintas negara.

Untuk saat ini, bisnis internasional ekspor impor sudah bukan lagi urusan mengatasi kekurangan sumber daya alam maupun sumber daya manusia pada suatu negara. Perdagangan internasional telah menjadi hubungan simbiosis mutualis antar beberapa negara. Bagaimana tidak, melalui kegiatan ekspor dan impor, lapangan kerja baru menjadi terbuka, mendorong industrialisasi, kemajuan transportasi, serta kehadiran perusahaan-perusahaan internasional. Aktivitas perdagangan internasional tidak terlepas dari pihak eksportir dan importir.

Perdagangan internasional adalah perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Penduduk yang dimaksud dapat berupa antar perorangan (individu dengan individu), antara individu dengan pemerintah suatu negara atau pemerintah suatu negara dengan pemerintah negara lain.[[1]](#footnote-1) Di banyak negara, perdagangan internasional menjadi salah satu faktor utama untuk meningkatkan GDP. Perdagangan internasional pun turut mendorong industrialisasi, kemajuan transportasi, globalisasi dan kehadiran perusahaan multinasional.

Perdagangan Internasional sangat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Jika suatu negara lebih banyak melakukan ekspor daripada impor maka pendapatan nasional negara tersebut akan naik sehingga nantinya berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Manfaat dari perdagangan internasional dapat berupa kenaikan pendapatan negara, cadangan devisa, transaksi modal dan bertambahnya kesempatan kerja.

# METODE PENELITIAN

menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Penelitian deskriptif kualitatif berusaha menggali informasi yang sesuai gambaran kondisi, objek, atau fenomena sosial saat dilakukan penelitian.[[2]](#footnote-2)Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriftif, metode ini dianggap relevan dan sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu untuk memperoleh pemahaman yang sebenarnya mengenai Bisnis Internasional di Indonesia, serta dengan menggunakan metode ini dapat mengungkap secara komprehensif bagaimana proses ekspor insidentil; ekspor aktif; penjualan lisensi.; franchising.; pemasaran di luar negeri; produksi dan pemasaran di luar negeri, sehingga peneliti berkeyakinan bahwa metode penelitian kualitatif dianggap relevan.

1. **HASIL DAN PEMBAHASAN**
	1. **Pengertian Bisnis Global**

 Bisnis internasional merupakan sebuah kesatuan yang terdiri dari segala bentuk transaksi komersial yang dilakukan oleh dua negara atau lebih (John D. Daniels, 2013). Pengertian Bisnis Internasional adalah bisnis yang kegiatan-kegiatannya melewati batas-batas negara. Definisi ini tidak hanya termasuk perdagangan internasional dan pemanufakturan di luar negeri, tetapi juga industri jasa yang berkembang di bidang- bidang seperti transportasi, pariwisata, perbankan, periklanan, konstruksi, perdagangan eceran, perdagangan besar dan komunikasi massa. Bisnis internasional merupakan kegiatan bisnis yang dilakukan antara Negara yang satu dengan Negara yang lain. Bisnis terdiri dari berbagai macam tipe, dan, sebagai akibatnya, bisnis dapat dikelompokkan dengan cara yang berbeda-beda. Bahwa untuk alasan pemenuhan kebutuhan sehari-hari, manusia tidak bisa terlepas dari kegiatan perdagangan. Orang yang berperan penting dalam kegiatan tersebut adalah pedagang. Merekalah yang bertugas menyalurkan barang-barang ke konsumen.

 Kegiatan jual beli saat ini tidak hanya terbatas antar penduduk dalam satu negara. Kegiatan perdagangan sudah mulai merambah ke dunia internasional atau antar negara. Kegiatan tukar menukar barang dan jasa antara satu negara dengan negara lain inilah yang kemudian disebut sebagai bisnis internasional. Seperti tersebut diatas, bahwa Bisnis internasional merupakan kegiatan bisnis yang dilakukan melewati batas negara. Transaksi bisnis seperti ini merupakan transaksi bisnis internasional (International Trade). Transaksi bisnis itu dilakukan oleh suatu perusahaan dalam suatu negara dengan perusahaan lain atau individu di negara lain disebut Pemasaran Internasional atau Internasional Marketing.

* 1. **Pertimbangan Pengembangan Bisnis**

 Perusahaan yang sudah bergerak di bidang tertentu dalam suatu bisnis di dalam negeri sering kali lalu mencoba untuk mengembangkan pasarnya ke luar negeri. Hal ini akan menimbulkan beberapa pertimbangan yang mendorong mengapa suatu perusahaan melaksanakan atau terjun ke bisnis internasional tersebut:

1. Memanfaatkan kapasitas mesin yang masih menganggur yang dimiliki oleh suatu perusahaan.
2. Produk tersebut di dalam negeri sudah mengalami tingkat kejenihan dan bahkan mungkin sudah mengalami tahapan penurunan (decline phase) sedangkan di luar negeri justru sedang berkembang (growth)
3. Persaingan yang terjadi di dalam negeri kadang justru lebih tajam katimbang persaingan terhadap produk tersebut di luar negeri
4. Mengembangkan pasar baru (ke luar negeri) merupakan tindakan yang lebih mudah ketimbang mengembangkan produk baru (di dalam negeri)
5. Potensi pasar internasional pada umumnya jauh lebih luas ketimbang pasar domestic.
	1. **Tahapan-Tahapan Dalam Memasuki Bisnis Internasional**

Adapun tahap tersebut secara kronologis adalah sebagai berikut:[[3]](#footnote-3)

* 1. Ekspor Insidentil (Incidental Export) Dalam rangka untuk masuk ke dalam dunia bisnis internasional suatu perusahaan pada umumnya dimulai dari suatu keterlibatan yang paling awal yaitu dengan melakukan ekspor insidentil.
	2. Ekspor Aktif (Active Export) Tahap ini perusahaan negeri sendiri mulai aktif untuk melaksanakan manajemen atas transaksi itu.
	3. Penjualan Lisensi (Licensing) Tahap ini Negara pendatang menjual lisensi atau merek dari produknya kepada negara penerima.
	4. Franchising merupakan tahap berikutnya merupakan tahap yang lebih aktif lagi yaitu perusahaan disuatu negara menjual tidak hanya lisensi atau merek dagangannya saja akan tetapi lengkap dengan segala atributnya termasuk peralatan, proses produksi, resep-resep campuran proses produksinya. Dan lain-lain.

 Bentuk Franchise yang pada saat ini populer dinegara kita dan dinegara lain yaitu:

1. Manajemen sistem yang sudah teruji.
2. Memiliki nama yang sudah terkenal dan populer.
3. Performance Record yang sudah mapan untuk alat penilaian.

 Sebaliknya bentuk ini juga memiliki kelemahan yaitu :

1. Biaya tinggi untuk mendapatkan Franchise.
2. Keputusan bisnis akan dibatasi oleh Franchitor.
3. Sangat dipengaruhi oleh kegagalan dari bentuk Franchise lain.
	1. Pemasaran Di Luar Negeri
	Bentuk ini memerlukan intensitas manajemen serta keterlibatan yang lebih tinggi karena perusahaan pendatang (Host Country) haruslah betul-betul secara aktif dan mandiri untuk melakukan manajemen pemasaran bagi produknya itu dinegara asing (Home Country).
	2. Produksi Dan Pemasaran Di Luar Negeri (Total Internasional Businnes)
	Tahap yang terakhir adalah tahap yang paling intensif dalam melibatkan diri pada bisnis internasional yaitu tahap produksi dan pemasaran luar negeri. Tahap ini juga disebut sebagai “Total Internaional Business” Bentuk inilah yang menimbulkan MNC atau Multy National Corporation yaitu perusahaan Multi Nasional. Dalam tahap ini perusahaan asing datang dan mendirikan perusahaan di negeri asing itu lengkap dengan segala modalnya lalu melakukan prosese produksi di Negeri itu, kemudian menjual hasil produksinya itu di Negeri itu juga. Bentuk ini memiliki unsure positif bagi Negara sedang berkembang karena dalam bentuk ini Negara penerima tidak perlu menyediakan modal yang sangat banyak untuk mendirikan pabrik tersebut yang pada umumnya Negara berkembang masih miskin dana untuk pembangunan bangsanya.
	3. **Faktor-faktor pendorong Bisnis Global**

Faktor-faktor yang mendorong Bisnis Global antara lain :

1. Untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa di luar negeri (pasar asing).
2. Untuk memperoleh manfaat-manfaat tertentu, antara lain : memperoleh tenaga kerja murah, lebih dekat dengan sumber bahan baku, memperoleh tanah yang lebih murah, menghindari hambatan perdagangan berupa tarif, dapat menikmati kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh pemerintah suatu negara yang berupaya menarik investor dari luar negeri
3. Keinginan untuk memperoleh keuntungan dan meningkatkan pendapatan negara.
4. Adanya perbedaan kemampuan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam mengolah sumber daya ekonomi. Perusahaan ingin memanfaatkan kemajuan teknologi, komunikasi dan transportasi sehingga dapat menjangkau konsumen internasional secara lebih murah, lebih cepat dan lebih baik.
5. Adanya informasi eksklusif tentang peluang pasar internasional, misalnya ditemukannya sumber bahan mentah baru dalam jumlah besar melalui foto satelit dan untuk memperoleh skala ekonomis dalam berproduksi.
	1. **Hal-hal yang harus diperhatikan dalam memudahkan bisnis internasional**

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam memudahkan bisnis internasional[[4]](#footnote-4) yaitu yang pertama menganalisis pasar global dan menentukan segmentasi pasar, positioning dan targeting dari pasar global yang akan dimasuki, yang paling mudah dikerjakan dan yang paling menguntungkan. Yang ke dua yaitu merancang strategi produk global, strategi harga global, strategi distribusi global dan strategi promosi global. Selanjutnya yaitu merangsang pertumbuhan ekonomi lokal dengan berusaha menggunakan tenaga kerja lokal dan sumber bahan baku lokal. Dan yang terakhir yaitu menganalisis budaya lokal dan intrapretasi serta pemahamannya, berusaha mengerti dan memahami budaya lokal. Pemasar internasional sangat perlu memiliki kepekaan budaya yang mampu melihat, memahami, menilai dan mengapresiasi nuansa kebudayaan secara objektif.

# KESIMPULAN

#  Bisnis Internasional adalah bisnis yang kegiatan-kegiatannya melewati batas-batas negara. Perdagangan Internasional (International Trade) merupakan transaksi antar Negara itu biasanya dilakukan dengan cara tradisional yaitu dengan cara ekspor dan impor. Dengan adanya transaksi ekspor dan impor tersebut maka timbul neraca perdagangan antar negara (balance of tread), sedangkan Pemasaran internasional yang merupakan keadaan suatu perusahaan dapat terlibat dalam suatu transaksi bisnis dengan negara lain, perusahaan lain ataupun masyarakat umum di luar negeri. Transaksi bisnis internasional ini pada umumnya merupakan upaya untuk memasarkan hasil produksi di luar negeri. Perdagangan Internasional sangat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Jika suatu negara lebih banyak melakukan ekspor daripada impor maka pendapatan nasional negara tersebut akan naik sehingga nantinya berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Manfaat dari perdagangan internasional dapat berupa kenaikan pendapatan negara, cadangan devisa, transaksi modal dan bertambahnya kesempatan kerja.

# DAFTAR PUSTAKA

Albi Anggito dan Johan Setiawan. 2018. “*Metodologi Penelitian Kualitatif* ”. Sukabumi : CV Jejak.

Yuni, Revita dan Dedi Lanova Hutabarat. "Dampak Perdangangan Internasional Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Pada Tahun 2009-2019". Jurnal Niagawan. Vol. 10 No. 1 Maret 2021.

Sihite, Mislan. "Bisnis Global." Jurnal Ilmiah Methonomi, vol. 2, no. 2, 2016.

Gumilar, Angga. "Analisis Bisnis Internasional Di Indonesia." Jurnal ADBIS Vol. 2 No. 2, 2018

1. Yuni, Revita dan Dedi Lanova Hutabarat, "Dampak Perdangangan Internasional Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Pada Tahun 2009-2019", Jurnal Niagawan, Vol. 10 No. 1 Maret 2021. Hal. 63. [↑](#footnote-ref-1)
2. Anggito, Albi dan Johan Setiawan, Metodologi Penelitian Kualitatif, ( Sukabumi : CV Jejak, 2018) hlm. 9 [↑](#footnote-ref-2)
3. Gumilar, Angga. "Analisis Bisnis Internasional Di Indonesia." Jurnal ADBIS Vol. 2 No. 2, 2018. Hlm. 146-147 [↑](#footnote-ref-3)
4. Sihite, Mislan. "Bisnis Global." Jurnal Ilmiah Methonomi, vol. 2, no. 2, 2016. Hlm. 98 [↑](#footnote-ref-4)