

Bab 5

Bisnis Global

Pengertian Globalisasi

- **Globalisasi:** Perekonomian dunia yang menjadi sistem tunggal yang saling bergantung satu dengan yang lainnya
- Beberapa kekuatan yang digabungkan menyulut dan mendukung globalisasi:
 1. Pemerintah dan bisnis lebih sadar akan manfaat globalisasi, 2)
 2. teknologi baru membuat perjalanan internasional, komunikasi, dan perdagangan lebih cepat dan murah,
 3. tekanan bersaing kadang-kadang mendorong perusahaan berekspansi ke pasar asing hanya supaya bisa bersaing
 4. Pakta kesepakatan dagang juga memainkan peran penting.

Faktor-faktor Pengaruh Globalisasi

- **4 kesepakatan paling penting:**

1. General Agreement on Tariffs dan Trade (GATT),
2. North American Free Trade Agreement (NAFTA),
3. Uni Eropa (EU), dan
4. World Trade Organization (WTO).

Ekonomi dunia kontemporer berkembang di sekitar 3 pasar utama: Amerika Utara, Eropa, dan Asia Pasifik.

Keunggulan Bersaing

- Para ahli ekonomi pernah berfokus pada dua bentuk keunggulan untuk menjelaskan perdagangan internasional: **Keunggulan absolut** dan **Keunggulan komparatif** dalam barang-barang yang dapat diproduksinya lebih efisien atau lebih baik dari barang lain.
- **Keunggulan Absolut:** Apabila suatu negara dapat memproduksi suatu barang dengan harga yang jauh lebih murah dan/atau dengan kualitas yang lebih tinggi bila dibandingkan negara lain
- **Keunggulan Komparatif:** Apabila suatu negara dapat memproduksi barang secara lebih efisien atau lebih baik daripada barang-barang lainnya
- **Keunggulan Bersaing nasional:** Keunggulan bersaing internasional berakar dari kombinasi kondisi faktor, kondisi permintaan, industri terkait dan industri pendukung, serta strategi struktur dan persaingan perusahaan

Atribut keunggulan Bersaing



Tabel III : Tingkat Perekonomian dan Pendapatan Per Kapita di ASEAN(2010-2012)

| Negara | PDB (US\$ Billion) | | | Pendapatan Perkapita (US\$) | | |
|-------------------|--------------------|---------|---------|-----------------------------|--------|--------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Indonesia | 708.378 | 846.450 | 894.854 | 2.981 | 3.512 | 3.660 |
| Thailand | 318.908 | 345.672 | 376.989 | 4.992 | 5.395 | 5.848 |
| Malaysia | 246.828 | 287.943 | 307.178 | 8.737 | 10.085 | 10.578 |
| Singapura | 227.382 | 259.849 | 267.941 | 43.865 | 49.271 | 49.936 |
| Philipina | 199.591 | 224.771 | 240.664 | 2.123 | 2.345 | 2.462 |
| Vietnam | 103.575 | 122.722 | 137.681 | 1.174 | 1.374 | 1.523 |
| Myanmar | 45.380 | 51.444 | 54.049 | 742 | 824 | 849 |
| Brunei Darussalam | 12.371 | 16.362 | 16.852 | 29.852 | 38.534 | 38.801 |

Sumber: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, October 2012

Keunggulan Bersaing Nasional

- Teori baru tentang **keunggulan bersaing nasional** merupakan satu model yang diterima luas mengenai alasan terlibatnya suatu negara dalam perdagangan internasional.
- **Neraca perdagangan** suatu negara adalah total nilai ekonomi dari semua produk yang diimpornya dikurangi total nilai ekonomi dari semua produk yang diekspornya. Bila negatif, negara tersebut mengalami **defisit**, dan bila neracanya positif, maka negara tersebut memiliki **surplus perdagangan**; dimana lebih banyak uang masuk dibandingkan uang keluar.

NERACA PERDAGANGAN INDONESIA TOTAL

Periode : 2009-2014

(Nilai : Juta US\$)

| NO | Uraian | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | TREND(%) 2009-2013 | Jan-Jan* | | CHANGE(%) 2014/2013 |
|-----|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------------------|----------|----------|------------------------|
| | | | | | | | | 2013 | 2014 | |
| I | EXPORT | 116.510,0 | 157.779,1 | 203.496,6 | 190.020,1 | 182.551,8 | 11,45 | 15.375,5 | 14.484,9 | -5,79 |
| | - OIL & GAS | 19.018,3 | 28.039,6 | 41.477,0 | 36.977,3 | 32.633,0 | 14,53 | 2.653,7 | 2.496,2 | -5,94 |
| | - NON OIL & GAS | 97.491,7 | 129.739,5 | 162.019,6 | 153.042,8 | 149.918,8 | 10,80 | 12.721,8 | 11.988,7 | -5,76 |
| II | IMPORT **) | 96.829,2 | 135.663,3 | 177.435,6 | 191.689,5 | 186.628,7 | 18,03 | 15.450,2 | 14.915,5 | -3,46 |
| | - OIL & GAS | 18.980,7 | 27.412,7 | 40.701,5 | 42.564,2 | 45.266,4 | 24,34 | 3.966,0 | 3.554,1 | -10,39 |
| | - NON OIL & GAS | 77.848,5 | 108.250,6 | 136.734,0 | 149.125,3 | 141.362,3 | 16,34 | 11.484,2 | 11.361,4 | -1,07 |
| III | TOTAL | 213.339,3 | 293.442,4 | 380.932,2 | 381.709,6 | 369.180,5 | 14,57 | 30.825,7 | 29.400,4 | -4,62 |
| | - OIL & GAS | 37.999,0 | 55.452,3 | 82.178,6 | 79.541,4 | 77.899,4 | 19,66 | 6.619,7 | 6.050,3 | -8,60 |
| | - NON OIL & GAS | 175.340,2 | 237.990,1 | 298.753,6 | 302.168,1 | 291.281,1 | 13,36 | 24.206,0 | 23.350,1 | -3,54 |
| IV | BALANCE | 19.680,8 | 22.115,8 | 26.061,1 | -1.669,4 | -4.076,9 | 0,00 | -74,7 | -430,6 | 476,44 |
| | - OIL & GAS | 37,6 | 626,9 | 775,5 | -5.586,9 | -12.633,4 | 0,00 | -1.312,3 | -1.057,9 | -19,39 |
| | - NON OIL & GAS | 19.643,2 | 21.488,9 | 25.285,5 | 3.917,6 | 8.556,5 | -28,57 | 1.237,6 | 627,3 | -49,31 |

Sumber: BPS, Processed by Trade Data and Information Center, Ministry of Trade

Nilai Tukar Uang

- **Nilai tukar** adalah nilai dipertukarkannya mata uang satu negara dengan mata uang negara lain.
- Bila nilai mata uang suatu negara **menguat**, perusahaan mengalami kesulitan mengekspor produk dan perusahaan asing menjadi lebih mudah memasuki pasar lokal;
- bila nilai mata uangnya **merosot**, maka neraca perdagangan sebuah negara akan membaik karena perusahaan domestik akan mengalami dorongan untuk mengekspor.

Perkembangan Indikator Makroekonomi Indonesia 2005-2012

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | Realisasi Semester I 2012 |
|-------------------------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|---------------------------|
| Pertumbuhan Ekonomi (%) | 5,6 | 5,5 | 6,2 | 6,1 | 4,5 | 6,1 | 6,5 | 6,7 | 6,4 |
| Inflasi (%) | 17,4 | 6,6 | 6,59 | 11,06 | 2,78 | 6,96 | 3,79 | 5,3 | 4,58 (Agustus) |
| Nilai Tukar (Rp/US\$) | 9.850 | 9.197 | 9.376 | 10.450 | 9.447 | 9,087 | 8,700 | 8,800 | 9.512 (akhir Agustus) |

Manajemen Bisnis Internasional

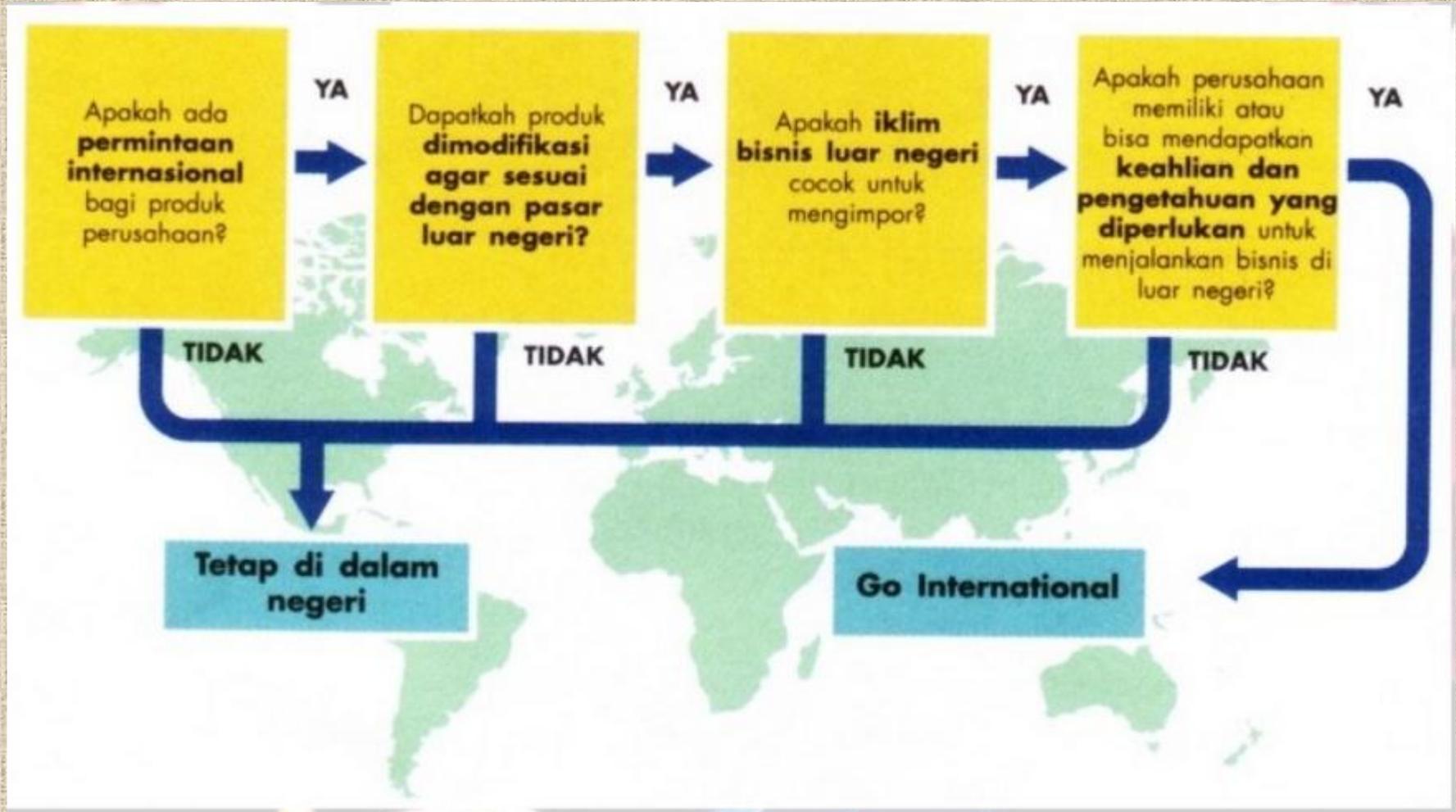
Setelah memutuskan untuk *go international*, sebuah perusahaan harus memutuskan tingkat keterlibatannya. Ada beberapa kemungkinan:

- 1) Eksportir dan Importir;
- 2) Perusahaan internasional; dan
- 3) Perusahaan multinasional.

Spektrum strategi organisasi internasional mencakup hal-hal berikut:

- 1) Agen independen
- 2) Pemberian lisensi
- 3) Kantor cabang
- 4) Aliansi strategis (atau usaha bersama)
- 5) Investasi langsung di negara lain (Foreign Direct Investment/FDI)

Skema Keputusan Go Internasional



Hambatan Perdagangan Internasional

- **Perbedaan Sosial & Budaya**
 - **Perbedaan Ekonomi**
 - **Perbedaan Hukum & Politik**
1. **Kuota:** Pembatasan jumlah produk jenis tertentu yang dapat diimpor kedalam suatu negara
 2. **Embargo:** Instruksi pemerintah yang melarang ekspor atau impor produk tertentu atau seluruh produk dari negara tertentu
 3. **Tarif:** Pajak yang dikenakan atas produk-produk impor
 4. **Subsidi:** Pembayaran pemerintah untuk membantu bisnis domestik bersaing dengan perusahaan asing
 5. **Peraturan Kandungan Lokal:** Hukum yang menuntut bahwa produk-produk yang dijual di negara tertentu paling tidak sebagian dibuat di negara tsb
 6. **Proteksionisme:** Praktek melindungi bisnis domestik dari persaingan pasar bebas
 7. **Kartel:** Asosiasi produsen yang bertujuan mengontrol penawaran dan harga
 8. **Dumping:** Praktek penjualan suatu produk di luar negeri dengan harga yang lebih rendah dari harga di negara asal