

Peranan Pengetahuan Bisnis Internasional di Indonesia

Arita F, Dyah Qonita, Hamzah H, Mohammad Barraji, Yulistina W
Universitas Duta Bangsa Surakarta

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 (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. Tahapan- tahapan dalam memasuki bisnis internasional: 1) Ekspor Insidental; 2) Ekspor Aktif.; 3) Penjualan Lisensi.; 4) Franchising.; 5) Pemasaran diluar Negeri; 6) Produksi dan Pemasaran di Luar Negeri. Adapun hambatan-hambatan dalam melakukan bisnis internasional adalah: 1) Perbedaan Mata Uang Antarnegara; 2) Kualitas Sumber Daya yang Rendah ;3) Pembayaran Antarnegara Sulit dan Risikonya Besar; 4) Adanya Kebijakan Impor dari Suatu Negara; 5) Terjadinya Perang; 6) Adanya Organisasi- Organisasi Ekonomi Regional.

PENDAHULUAN

Masalah perdagangan adalah masalah yang sering diperbincangkan di setiap negara. Perekonomian sebuah negara erat kaitannya dengan sistem dan pengelolaan aktivitas perdagangan, baik yang bersifat nasional maupun internasional. Dalam makalah ini penyusun akan membahas perdagangan internasional. Definisi perdagangan internasional yaitu perdagangan yang dilakukan penduduk suatu negara dengan penduduk dari negara lain berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak. Di berbagai negara, perdagangan ini menjadi faktor utama untuk meningkatkan omset.

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. Berikut ini akan dipaparkan secara lengkap tentang perdagangan ekspor dan impor skala internasional.

Produk ekspor Indonesia sedang menggelora. Terutama, pascaworld summit expo day di Cina. Stand produk Indonesia ramai dikunjungi. Ternyata, mereka tertarik pada Indonesia. Produk Indonesia punya orisinalitas. Misalnya, batik, angklung, dan sebagainya. Indonesia kini menempati peringkat 16 ekonomi dunia. Hal itu merupakan prestasi yang ciamik karena ekonomi Indonesia diapresiasi dunia internasional.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Peranan Pengetahuan Bisnis Internasional di Indonesia”.

LANDASAN TEORI

Sejarah Bisnis Internasional

Sebelum masehi pedagang Venezia dan Yunani mengirim wakil-wakil ke luar negeri

untuk menjual barang-barang mereka. Tahun 1600 British East India Company, sebuah perusahaan dagang yang baru dibentuk, mendirikan cabang-cabang di luar negeri di seluruh Asia. Pada saat yang sama sejumlah perusahaan Belanda yang di bentuk pada tahun 1590 membuka rute-rute perjalanan ke timur bergabung untuk membentuk Dutch East India Company dan juga membuka kantor-kantor cabang di Asia. Para pedagang colonial Amerika mulai beroperasi dengan model yang sama pada tahun 1700an.

Bisnis Internasional

Bisnis internasional dapat diartikan sebagai transaksi perdagangan antara subyek ekonomi negara yang satu dengan subyek ekonomi negara yang lain, baik mengenai barang ataupun jasa. adapun subyek ekonomi yang dimaksud adalah penduduk yang terdiri dari warga negara biasa, perusahaan ekspor, perusahaan impor, perusahaan industri, perusahaan negara ataupun pemerintah yang dapat dilihat dari neraca perdagangan (sobri, 2001).

(Mankiw,2008) menyatakan bahwa perdagangan antar negara di dunia berdasarkan keunggulan komparatif. Artinya adalah perdagangan tersebut menguntungkan karena membuat setiap negaramelakukan spekulasi.

Bisnis internasional juga diartikan sebagai proses tukar menukar yang didasarkan atas kehendak sukarela dari masing-masing pihak yang harus mempunyai kebebasan menentukan apakah ia mau melakukan perdagangan atau tidak. Perdagangan hanya akan terjadi jika tidak ada satu pihak yang memperoleh keuntungan dan tidak ada pihak lain yang dirugikan. Manfaat yang diperoleh dari perdagangan internasional tersebut disebut manfaat perdagangan atau gains from trade.

Pada dasarnya bisnis internasional merupakan kegiatan yang menyangkut penawaran (ekspor) dan permintaan (impor) antar negara. Pada saat melakukan ekspor, negara menerima devisa untuk pembayaran. Devisa inilah yang nantinya digunakan untuk membiayai impor. Ekspor suatu negara merupakan impor bagi negara lain, begitu juga sebaliknya (Budiono, 1999).

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian Kualitatif

menurut Sugiyono (2005: 1), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yangdigunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Penelitian deskriptif kualitatif berusaha menggali informasi yang sesuai gambaran kondisi, objek, atau fenomena sosial saat dilakukan penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif, 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 insidental; ekspor aktif; penjualan lisensi.; franchising.; pemasaran di luar negeri; produksi dan pemasaran di luar negeri, sehingga peneliti berkeyakinan bahwa metode penelitian kualitatif dianggap relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Permasalahan

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ada permasalahan yang terdapat di Suatu Negara ataupun suatu perusahaan melakukan transaksi bisnis internasional baik dalam

bentuk perdagangan internasional pada umumnya memiliki beberapa pertimbangan ataupun alasan, Pertimbangan tersebut meliputi beberapa alasan atau pertimbangan. Pertimbangan tersebut meliputi pertimbangan ekonomis, politis ataupun social budaya bahkan tidak jarang atas dasar pertimbangan militer.

Sesuai dengan analisis dari permasalahan di atas, dapat diketahui beberapa alasan untuk melaksanakan bisnis internasional antara lain berupa : Spesialisasi antar bangsa–bangsa Dalam hubungan dengan keunggulan atau kekuatan tertentu beserta kelemahannya itu maka suatu Negara haruslah menentukan pilihan strategis untuk memproduksi suatu komoditi yang strategis yaitu :

- a. Memanfaatkan semaksimal mungkin kekuatan yang ternyata benar-benar paling unggul sehingga dapat menghasilkannya secara lebih efisien dan paling murah diantara Negara-negara yang lain.
- b. Menitik beratkan pada komoditi yang memiliki kelemahan paling kecil diantara Negara-negara yang lain
- c. Mengkonsentrasikan perhatiannya untuk memproduksi atau menguasai komoditi yang memiliki kelemahan yang tertinggi bagi negerinya

Solusi Permasalahan

Upaya atau strategi yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan secara langsung, sebagai berikut.

Tahapan Dalam Memasuki Bisnis Internasional

Adapun tahap tersebut secara kronologis adalah sebagai berikut:

1. Ekspor Insidental.
2. Ekspor Aktif.
3. Penjualan Lisensi.
4. Franchising.
5. Pemasaran di luar Negeri.
6. Produksi dan Pemasaran di Luar Negeri

Tantangan Bisnis Internasional yang masuk ke Indonesia

Tantangan yang dihadapi Indonesia sangatlah besar yang meliputi :

1. Kurangnya kapasitas nasional
2. Lemahnya infrastruktur fisik
3. Kurang kondusifnya kondisi social-politik-hukum
4. Rendahnya investasi asing.
5. Biaya ekonomi tinggi
6. Tenaga kerja yang kurang kompetitif yang kesemuanya menjadikan produk-produk Indonesia kurang kompetitif di pasar internasional.

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. Tahapan-tahapan dalam memasuki bisnis internasional:

1. Ekspor Insidental.
2. Ekspor Aktif.
3. Penjualan Lisensi.
4. Franchising.

5. Pemasaran di luar Negeri.
6. Produksi dan Pemasaran di Luar Negeri

Adapun hambatan-hambatan dalam melakukan bisnis internasional adalah:

1. Perbedaan Mata Uang Antar Negara.
2. Kualitas Sumber Daya yang Rendah.
3. Pembayaran Antarnegara Sulit dan Risikonya Besar.
4. Adanya Kebijakan anaan Impor dari Suatu Negara.
5. Terjadinya Perang.
6. Adanya Organisasi-Organisasi Ekonomi Regional

DAFTAR PUSTAKA

- Pakendek, Adriana. (2018). *Kontrak Bisnis Internasional Perspektif Kitab Undang-undang Hukum Perdata*: Fakultas Hukum Universitas Madura.
- Pertiwi, Chintiya Indah dan Priyono, F.X. Joko (2018). *Implikasi Hukum Kontrak Bisnis Internasional yang Dibuat dalam Bahasa Asing*: Fakultas Hukum Universitas Diponegoro.
- Rusdin, 2002. *Bisnis Internasional: dalam Pendekatan Praktik*. Bandung: Alfabeta Werner, R. (2003). *Peranan Pengetahuan dalam Proses Bisnis Internasional*. Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Jepma and Andre Rhoen, 1996. *International Trade: A Business Perspective*. New York: AddisonWesley Longman Publishing.