

BERSAINING DIPASAR GLOBAL

Kelompok 1



Anggota kelompok kami



Nicken Auliya
21110011113



Vicky Andrean
2111011016



Revando Bennedic
Agusriyanto
2111011001



Ikhwan Eric
Pratama
2011011061

Tujuan Pembelajaran



- Mendefinisikan bisnis internasional.
- Memahami kekuatan utama yang mendorong globalisasi dan ekonomi global saat ini.
- Hargai peran negara-negara berbiaya rendah dan ekonomi berkembang pesat di dunia saat ini.
- Memahami pentingnya pasar negara berkembang dalam lingkungan bisnis internasional saat ini.
- Memahami sifat MNC.
- Ketahui tipe dasar ekonomi yang membentuk lanskap persaingan dunia.
- Menghargai pentingnya keberlanjutan dalam lingkungan global baru.



Globalisasi adalah tren ekonomi dunia yang mendunia yang menjadikannya tanpa batas dan saling terkait; perusahaan tidak lagi dibatasi oleh batas-batas domestik mereka dan dapat melakukan kegiatan bisnis di manapun di dunia. Globalisasi juga bisa diartikan sebagai proses di mana hambatan budaya material, jarak, perdagangan dan investasi menurun berdasarkan teknologi transportasi dan telekomunikasi; mendorong ekonomi nasional untuk bergabung menjadi sistem ekonomi global yang saling bergantung dan terintegrasi. Hal ini berarti perusahaan cenderung bersaing di mana saja. Persaingan asing dan melakukan bisnis di pasar luar negeri adalah fakta kehidupan sehari-hari bagi para manajer saat ini. Manajer yang sukses harus memiliki pandangan internasional. .

Sebuah perusahaan terlibat dalam bisnis internasional ketika menjalankan fungsi bisnis apa pun di luar batas domestiknya. Seperti disebutkan dalam Preview IB Emerging Market Strategic Insight, pentingnya pasar negara berkembang juga telah melihat kebangkitan perusahaan multinasional pasar negara berkembang. Perusahaan multinasional pasar berkembang adalah perusahaan multinasional berpengaruh dari pasar negara berkembang yang mengubah aturan persaingan tradisional dan membangun model bisnis baru. Perusahaan multinasional ini bersaing langsung dengan perusahaan multinasional dunia maju yang sudah mapan.



Perusahaan	Pendapatan (US\$ juta)	Negara
1. Walmart	482.130	-----
2. Jaringan Negara	329.601	Cina
3. Minyak Nasional China	299.271	Cina
4. Grup Sinopec	294.344	Cina
5. Royal Dutch Shell	272.156	Belanda
6. ExxonMobil	246.204	-----
7. Volkswagen	236.600	Jerman
8. Toyota Motor	236.592	Jepang
9. Apel	233.715	-----
10. BP	225.982	-----
11. Berkshire Hathaway	210.821	-----
12. McKesson	192.487	-----
13. Samsung Electronics	177.440	Korea Selatan
14. Glencore	170.497	Anglo-Swiss
15. Bank Industri & Komersial China	167.227	Cina

Seperti yang kita ketahui, perusahaan multinasional pasar berkembang menonjol dalam daftar perusahaan multinasional teratas di seluruh dunia. Perusahaan multinasional pasar berkembang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap bagaimana bisnis dilakukan di seluruh dunia.



Selanjutnya, globalisasi bukanlah proses evolusi seragam yang sederhana. Tidak semua ekonomi dunia mendapat manfaat yang sama atau berpartisipasi secara setara.

Krisis keuangan tahun 2008 menunjukkan betapa ekonomi global saling terhubung dalam beberapa dekade terakhir. Ketika kegagalan dan utang buruk dalam industri hipotek rumah memaksa beberapa bank Amerika Serikat dan lembaga keuangan lainnya gulung tikar, pasar saham Amerika Serikat turun dengan cepat dan drastis. Hampir seketika, lembaga keuangan di seluruh dunia mengikuti pasar Amerika Serikat.





Jenis Ekonomi Di Pasar Global

Negara maju memiliki ekonomi yang dengan PDB per kapita yang substansial serta perdagangan investasi internasional. Contohnya seperti Amerika dan juga negara negara di eropa. Negara Berkembang memiliki ekonomi yang tumbuh secara ekstensif selama dekade terakhir tapi kadang-kadang mengalami kesulitan. Dan terakhir adalah Negara dengan ekonomi transisi seperti beberapa negara di Asia Tenggara.



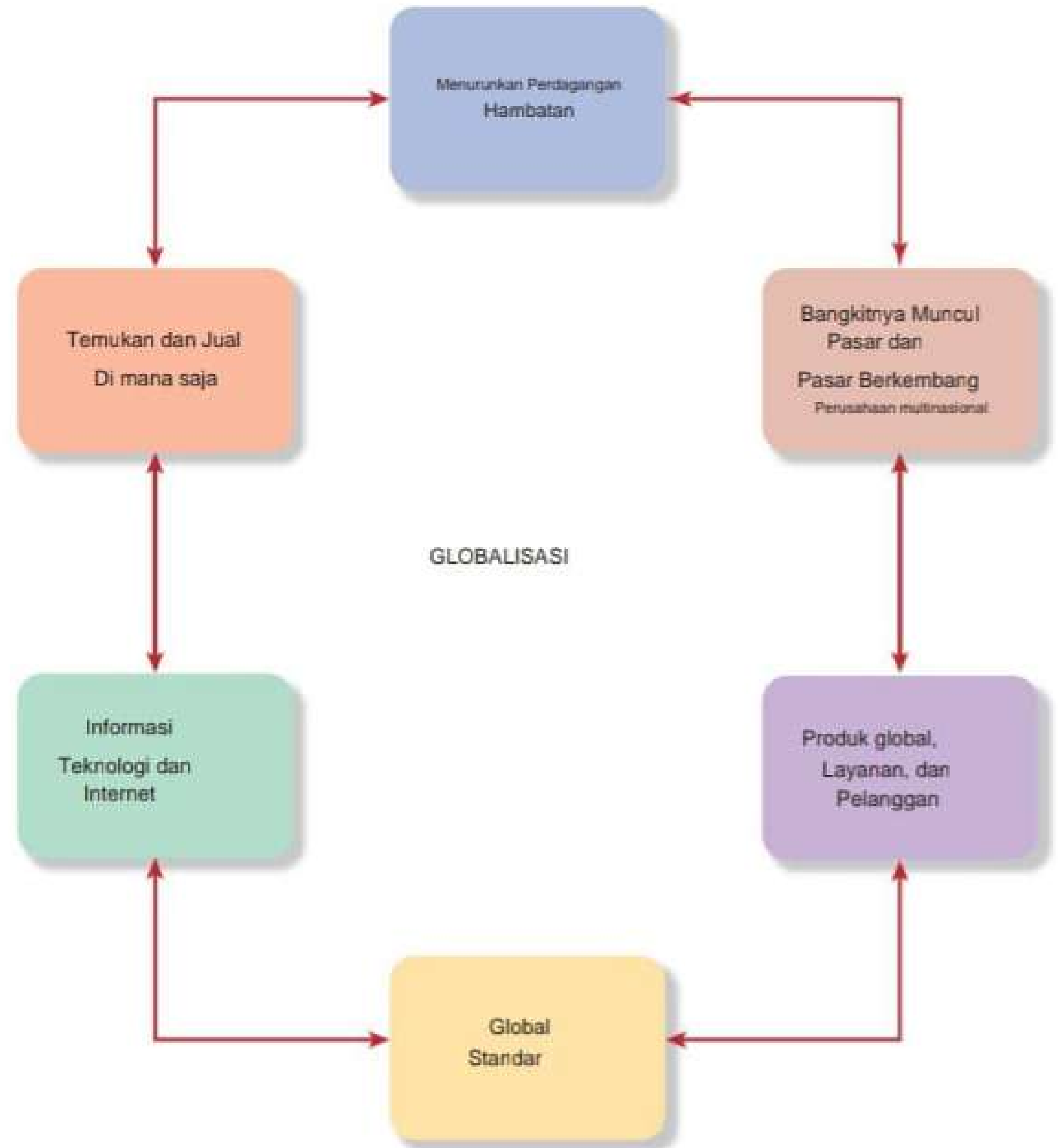


Negara maju	Negara berkembang			
	Asia	Transisi Ekonomi	Biaya rendah Negara (LCC)	Paling Tidak Dikembangkan Negara (LDC)
Australia	Cina	Republik Ceko	Brazil	Afganistan
Austria	Hongkong	Hungaria	Cina	Kamboja
Belgium	India	Polandia	India	Chad
Britania	Indonesia	Rusia	Meksiko	Kongo
Kanada	Malaysia		Rusia	Etiopia
Denmark	Singapura			Niger
Perancis	Korea Selatan			Sudan
Jerman	Taiwan			Yaman
Irlandia	Thailand			
Italia				
Jepang				
Belanda				
Spanyol				
Swedia				
Swiss				
Amerika Serikat				

Ekonomi Transisi adalah negara yang ekonominya dikendalikan pemerintah atau sistem komunis menjadi sistem yang kapitalis, Aspek penting lainnya dalam lingkungan bisnis internasional adalah negara kurang berkembang seperti yang ada ditabel dengan keterangan Negara LDC



Beberapa tren utama mendorong globalisasi ekonomi dunia dan, pada gilirannya, memaksa bisnis untuk mempertimbangkan operasi internasional dan teknologi informasi yang canggih, peran pasar negara berkembang dan munculnya standar kualitas produksi global.



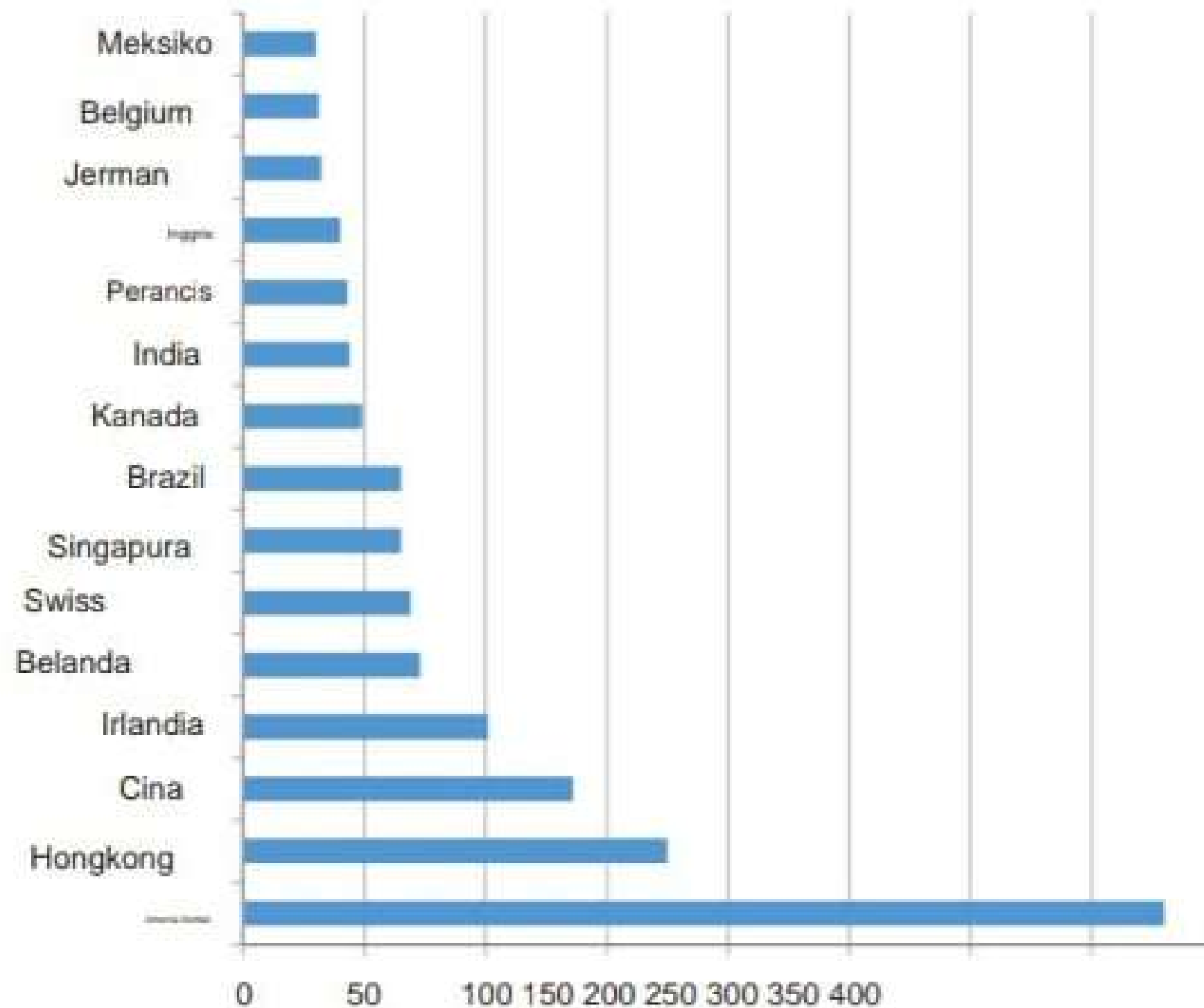


Perusahaan multinasional tidak hanya melakukan perdagangan lintas batas dengan ekspor dan impor , tetapi mereka juga membangun jaringan global yang menghubungkan berbagai lokasi diseluruh dunia untuk R&d, pasokan, layanan dukungan seperti pusat panggilan, produksi, dan penjualan. Menyiapkan dan memiliki operasi Anda sendiri dinegara lain atau disebut Investasi Asing Langsung (**FDI**). Artinya FDI terjadi ketika MNC dari suatu negara memiliki unit organisasi yang berlokasi di Negara lain.





Arus Masuk FDI (miliar US\$)



Mungkin implikasi yang paling penting adalah bahwa perusahaan yang terlibat dalam bisnis internasional kini lebih mudah menemukan dan menjual di mana saja yang paling masuk akal untuk bisnis mereka. Namun yang terpenting, pasar negara berkembang akan terus menghadirkan peluang luar biasa bagi perusahaan multinasional.



Bangkitnya Pasar Berkembang dan Perusahaan Multinasional Pasar Berkembang

Pada berkembang dan perusahaan multinasional pasar berkembang telah memainkan peran penting sebagai pendorong globalisasi. Dimana secara tradisional, pasar negara berkembang ini memicu perdagangan dan investasi oleh perusahaan multinasional dalam mencari platform berbiaya rendah untuk memproduksi barang atau mengamankan layanan seperti informasi teknologi dan pusat panggilan.

pasar negara berkembang sebagai platform inovasi untuk mengembangkan produk baru yang kemudian dapat mereka jual di pasar yang lebih berkembang.

Contohnya seperti

Mobil Nano Tata dan ultrasound portabel GE telah dikembangkan berkat wawasan pasar yang berkembang. Produk-produk ini dikembangkan di pasar negara berkembang karena perusahaan yang beroperasi di pasar seperti itu dihadapkan pada situasi unik dan sulit yang membutuhkan pendekatan baru terhadap masalah tersebut.



“

Perusahaan multinasional pasar berkembang adalah pesaing tangguh yang telah mengubah cara bisnis dilakukan untuk sebagian besar perusahaan multinasional dunia maju. Ketika Perusahaan multinasional dunia maju mana pun yang mengabaikan perusahaan multinasional baru semacam itu kemungkinan besar akan mendapat masalah.



Aktivitas/Strategi	Perusahaan Multinasional Pasar Berkembang	Perusahaan Multinasional Dunia Maju
Lingkungan yang mereka hadapi	Keberadaan void yang kacau, tidak dapat diprediksi	Lebih dapat diprediksi dan terorganisir
Bagaimana mereka berkembang di pasar baru	Pintu masuk simultan di pasar negara berkembang dan maju	Dari pasar maju ke pasar negara berkembang
Seberapa cepat mereka go internasional	Sangat cepat	Lebih terukur dan bertahap
Pengalaman di pasar negara berkembang	Luas karena mereka memiliki pengalaman di lapangan yang luas	Terbatas tapi berkembang
Akses ke informasi faktual dan data lain tentang pasar	Statistik yang tersedia sangat terbatas	Jauh lebih luas
pengetahuan/keahlian politik	Luas karena mereka telah berurusan dengan pemerintah daerah	Jauh lebih terbatas karena pengetahuan politik tidak seperlunya
Cara masuk yang disukai di pasar internasional	Aliansi dan upaya bersama lainnya	Jauh lebih soliter melalui anak perusahaan yang dimiliki sepenuhnya
Fleksibilitas organisasi	Tinggi karena kebutuhan untuk mengatasi tantangan di pasar lokal	Lebih terbatas karena budaya dan struktur yang mendarah daging

Kemudian terdapat jenis lain dari perusahaan multinasional pasar baru yang berpengaruh perusahaan milik negara. Yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) adalah badan hukum yang didirikan dan diatur oleh pemerintah untuk melakukan kegiatan usaha. Pada BUMN biasanya cenderung berada di sektor seperti perminyakan pertahanan dan listrik.

Dalam perusahaan multinasional ketika ingin berhasil di pasar ini dan berhasil bersaing maka perusahaan multinasional harus membuat suatu perubahan yaitu dengan cara :

1. Transformasi operasi lokal
2. Fokus daya saing dari pada pertumbuhan
3. Jangan fokus hanya pada segmen berpendapatan tinggi
4. Jangan menghindari merger dan akuisisi
5. Mengirim individu individu berbakat dan memberikan pasar negara berkembang kepentingan yang layak mereka dapatkan.



Teknologi Informasi dan Internet

Pertumbuhan kemampuan teknologi informasi dan internet saat ini meningkatkan kemampuan perusahaan multinasional untuk menjangkau pelanggan dalam ekonomi global dan untuk mengelola operasi di seluruh dunia. Karena situs web apa pun dapat diakses oleh siapa saja yang memiliki komputer dan akses internet, sehingga internet memudahkan perusahaan untuk mendunia.



Ditambah dengan komunikasi elektronik yang saat ini berkembang memungkinkan perusahaan multinasional untuk berkomunikasi dengan lokasi perusahaan, karyawan, pemasok, dan pelanggannya yang tersebar di seluruh dunia dengan lebih mudah. Teknologi informasi juga memacu pasar keuangan menjadi tanpa batas. Investor akan mengglobal dan perusahaan masa depan akan mendapatkan pembiayaan mereka di pasar saham global seluruh dunia.





Meningkatkan Produk, Layanan, dan Pelanggan Global

Karena negara berbeda-beda, maka pelanggan di berbagai negara semakin menginginkan produk dan layanan yang serupa. Ketika perusahaan dapat menjual produk yang sama atau memberikan layanan yang sama di berbagai negara, maka perusahaan tersebut memiliki produk global. Saat ini juga dengan meningkatnya penggunaan marketplace untuk membeli barang konsumsi, situs apa pun tersedia untuk pelanggan di seluruh dunia sehingga siapa pun yang memiliki komputer dapat menjadi pelanggan global. Keinginan pelanggan untuk berbelanja secara global mendorong kecepatan globalisasi karena perusahaan lebih cenderung menawarkan satu produk untuk semua orang, memungkinkan setiap pelanggan untuk membeli apa saja dari mana saja.





Kebutuhan akan Standar Global

Setelah standar produk diterima secara global atau regional, pabrikan hanya perlu memproduksi satu atau beberapa versi produk dan dapat menjualnya ke seluruh dunia. Produsen menjadi lebih efisien dengan versi produk yang lebih sedikit.

Namun, meskipun standar global sudah terpenuhi perlu dicatat bahwa akan memakan waktu lama untuk mengadopsi standar tersebut karena banyak pasar memiliki keadaan lokal yang unik dan membuat standarisasi sulit diadopsi.



Etika Bisnis dan Kelestarian Lingkungan



Etika bisnis mengacu pada pendekatan yang digunakan oleh perusahaan ketika mereka menghadapi dilema etika. Perusahaan multinasional semakin ditekan untuk berperilaku etis. Karena ukuran dan pengaruhnya, tindakan mereka sering diteliti dan perilaku tidak etis sering disorot. Aspek etika perusahaan multinasional lainnya adalah praktik berkelanjutan, yang mengacu pada praktik bisnis yang meminimalkan dampak operasi bisnis terhadap lingkungan bumi, sehingga menjaga ekosistem bumi untuk tetap sehat dan terus berfungsi tanpa batas. Namun, selain sisi ekonomi, banyak perusahaan multinasional terlibat dalam praktik berkelanjutan karena alasan lain, seperti untuk menghindari undang-undang pemerintah di masa depan dan untuk mengurangi biaya.



Bisnis Internasional: Suatu Pendekatan Strategis



Pendekatan strategis untuk bisnis internasional karena strategi berfokus pada bagaimana bersaing dengan sukses dalam ekonomi global. Strategi sendiri adalah kegiatan yang digunakan manajer untuk mengalahkan perusahaan lain dengan meningkatkan dan mempertahankan kinerja perusahaannya yang unggul. Dari pandangan perusahaan multinasional, strategi harus mencakup taktik yang berkaitan dengan operasi dan persaingan di lebih dari satu negara, serta mengharuskan implementasi strategi multinasional menghadapi tantangan tambahan, yaitu memahami sistem ekonomi, budaya, hukum, keuangan, dan etika yang berbeda, maka sebagai manajer internasional yang potensial harus mengembangkan sistem manajemen untuk menjalankan strategi yang melampaui batas lokal ke pasar global.



Terima kasih!

