



EUREKA  
MEDIA AKSARA



# BISNIS INTERNASIONAL

SUATU KAJIAN TENTANG

TRANSAKSI PERDAGANGAN INTERNASIONAL DAN INVESTASI ASING



Dr. Ir. Raden Achmad Harianto, B.Sc., M.M.

## Biografi Penulis



**Dr. Ir. Raden Achmad Harianto, B.Sc., M.M.**

Putera Jakarta, Kelahiran 18 April 1958 , tidak pernah bercita-cita jadi seorang Dosen, kehidupan ini membawa saya sebagai seorang Dosen. Takdir ini sudah ditentukan oleh Allah SWT subhanallah walhamdulillah.

**Pendidikan** Bachelor of Science (B.Sc), Teknologi Tekstil Lulus tahun 1984 dari UPN Veteran Jakarta, Sarjana Ingenieur (Ir.) bidang Teknik Manajemen Industri Lulus tahun 1992, Magister Manajemen (S2) Lulus tahun 2002, Doktor (S3) bidang Manajemen Lingkungan Lulus tahun 2009 dari Universitas Negeri Jakarta (State University of Jakarta)

**Riwayat Pekerjaan** Tahun 1983 PT. South Pasific Viscose sebagai Supervisor, Tahun 1986 SAMSUNG Co. Ltd. Representative Office sebagai Manager, Tahun 1989 Kadin Komite Vietnam sebagai Deputy Director, Tahun 1992 Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran Jakarta sebagai Dosen Tetap. Tahun 2000 – 2004 Universitas Islam Syekh-Yusuf sebagai Sekertaris Jurusan Teknik Manajemen Industri, Tahun 2013 – 2017 sebagai Dekan Fakultas Teknik UNIS Tangerang, dan Tahun 2017 sebagai Ketua Program Studi Magister Manajemen (S2) Pascasarjana Universitas Islam Syekh – Yusuf Tangerang.

**Riwayat Peran Organisasi Profesi :** 1. Anggota Ikatan Sarjana Teknik Manajemen Industri (ISTMI) Tahun 2003, 2. Anggota Persatuan Insinyur Indonesia (PII) Tahun 2013, dan 3. Anggota Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) Tahun 2013, 4. Anggota Direktori Professor LLDikti – 4 Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi (Kemdikbudristek) Tahun 2017.



EUREKA  
MEDIA AKSARA

Penerbit:  
CV. EUREKA MEDIA AKSARA  
Jl. Banjaran RT.20 RW.10  
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-97936-9-2



9 786239 793692

**BISNIS INTERNASIONAL**  
Suatu Kajian Tentang :  
**TRANSAKSI EKONOMI PERDAGANGAN DAN**  
**INVESTASI ASING**

**Dr. Ir. Raden Achmad Harianto, B.Sc., M.M.**



**EUREKA**  
**MEDIA AKSARA**

**PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA**

**BISNIS INTERNASIONAL**  
**Suatu Kajian Tentang :**  
**TRANSAKSI EKONOMI PERDAGANGAN DAN**  
**INVESTASI ASING**

**Penulis** : Dr. Ir. Raden Achmad Harianto, B.Sc., M.M.

**Desain Sampul** : Eri Setiawan

**Tata Letak** : Endar Widi Sugiyo

**ISBN** : 978-623-97936-9-2

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, SEPTEMBER 2021**  
**ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH**  
**NO. 225/JTE/2021**

**Redaksi:**

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari  
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2021

**All right reserved**

Hak Cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau  
seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara  
apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik  
perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
BAB I PENGERTIAN BISNIS INTERNASIONAL .....	1
A. Definisi Bisnis Intemasional.....	1
B. Perbedaan Bisnis Int'l dengan Ekonomi Int'l .....	1
C. Macam Perusahaan katagori TNC .....	2
D. Penggolongan Bisnis Intemasional .....	2
BAB II METODE GO INTERNASIONAL .....	3
A. Ekspor.....	3
B. Pemberian Lisensi .....	4
C. <i>Franchising</i> .....	5
D. Kontrak Manajemen.....	6
E. Kontrak Manufaktur.....	6
F. Investasi Langsung.....	6
G. Patungan ( <i>Join Venture</i> ) .....	7
H. Membuka Cabang .....	8
I. Operasi Global.....	8
J. Investasi Portofolio .....	8
BAB III MOTIVASI INTERNASIONALISASI BISNIS .....	9
BAB IV <i>BALANCE OF PAYMENT</i> .....	11
A. Anatomi Neraca Pembayaran .....	12
B. Faktor yang mempengaruhi transaksi berjalan.....	13
C. Faktor yang mempengaruhi Neraca Modal .....	14
D. Ketidakseimbangan Neraca Pembayaran .....	14
BAB V PASAR MODAL INTERNASIONAL.....	16
A. Dampak Melonjaknya Transaksi Internasional .....	16
B. Struktur Valas.....	17
BAB VI PERBANKAN INTERNASIONAL .....	19
A. Strategi Intemasional Perbankan.....	20
B. Jenis Perbankan Intemasional .....	20
BAB VII PERUSAHAAN TRANSNASIONAL (TNC) .....	21
A. Peranan TNC dalam ekonomi Global & Implikasinya ...	21
B. Asal Usul TNC.....	23
C. TNC dan Pasar Keuangan Global .....	24

BAB VIII INTERNATIONAL <i>FINANCE</i> .....	26
BAB IX INTERNATIONAL <i>MARKETING</i> .....	31
A. Kerangka Pemasaran Internasional.....	31
B. Perusahaan-Perusahaan Multinasional (MNC) .....	31
C. Strategi-Strategi Memasuki Pasar Internasional.....	32
D. Keuntungan Lisensi .....	32
E. Kerugian Lisensi .....	33
F. <i>Joint Venture</i> .....	33
G. <i>Manufacturing</i> .....	34
DAFTAR PUSTAKA.....	58
RIWAYAT PENULIS .....	59

# 1

## PENGERTIAN BISNIS INTERNASIONAL

### A. Definisi

Bisnis Intemasional adalah segala aktivitas bisnis yang melewati batas-batas wilayah suatu negara. (Mudrajad K. 1996 : h.37).

Bisnis Intemasional adalah suatu studi tentang transaksi ekonomi yang meliputi perdagangan (ekspor impor barang) dan *Foreign Investment* (baik *direct* maupun Portofolio) yang dilakukan oleh individu dan perusahaan atau organisasi dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan para individu dan organisasi tersebut. (Hamdy Hady, 2001 : h.99).

### B. Perbedaan Bisnis Int'l Dan Ekonomi Int'l

1. Studi bisnis Intemasional lebih menekankan multi aspek dari aplikasi transaksi intemasional, sedangkan studi ekonomi intemasional lebih menekankan aspek teori ekonomi *normative* dari transaksi intemasional.
2. Karena bersifat multi aspek, maka studi bisnis intemasional mempunyai pendekatan *interdisciplinery*, sedangkan studi ekonomi Intemasional lebih menekankan aspek ilmu ekonomi.
3. Studi Bisnis Intemasional lebih menekankan aspek mikro, sedangkan Studi ekonomi intemasional lebih menekankan pada aspek makro.
4. Studi bisnis Intemasional lebih menekankan aspek manajerial strategi, Sedangkan Ekonomi intemasional lebih menekankan aspek teoritis.

# 2

## METODE GO INTERNASIONAL

Metode-metode *GO* internasional terdiri atas 10 macam sebagai berikut:

- a. Ekspor
- b. Pemberian lisensi
- c. *Franchising*
- d. Kontrak manajemen
- e. Kontrak manufaktur
- f. Investasi langsung
- g. Patungan
- h. Membuka cabang
- i. Operasi global
- j. Investasi portofolio

### **A. Ekspor**

Aktivitas ekspor adalah bentuk keterlibatan perusahaan dalam bisnis internasional yang paling sederhana.

Jenis Ekspor

1. Langsung
2. Tidak langsung (ada perantara) antara lain:
  - a. Agen ekspor manufaktur, yang menjual produk perusahaan di luar negeri.
  - b. Wakil manufaktur, yang menjual produk-produk eksportir di pasar di luar negeri.
  - c. Agen komisi ekspor yang bertindak sebagai pembeli untuk pasar luar negeri.
  - d. Pedagang ekspor yang memeli dan menjual produknya sendiri untuk berbagai pasar.



# 3

## MOTIVASI MELAKUKAN INTERNASIONALISASI BISNIS

Alasan banyak ekspansi ke luar negeri

1. Teori pasar tidak sempurna

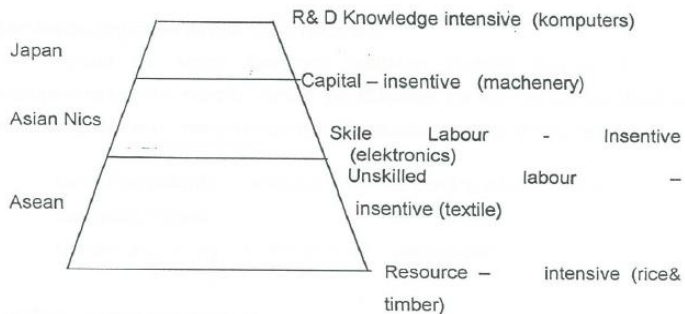
Dimana sumber daya sering tidak mudah/bebas ditransfer antar negara:

- a. Biaya informasi nol (tanpa biaya informasi satu sen).
- b. Mobilitas tenaga kerja.
- c. Tidak ada biaya pengangkutan mesin-mesin, sumber daya alam dan produk lain antar negara.
- d. Tidak ada biaya untuk mentransfer dana antar Negara.
- e. Satu mata uang tunggal digunakan oleh ke 2 negara.

2. Teori keunggulan komparatif

Menekankan spesialisasi dapat meningkatkan efisiensi produksi (lihat gambar).

Gambar 3.1 Anak Tangga Keunggulan Komparatif



"Created" comparative advantage: Porter & Krugman type export

"Natural comparative advantage: Ricardo & Ohlin type export

# 4

## ***BALANCE OF PAYMENT***

Di pasar pertukaran uang asing, nilai mata uang berdasarkan pada tingkat rata pertukaran nilai uang tersebut dengan nilai tukar uang negara lain, juga tergantung pada penawaran dan permintaan, jika permintaan satu *currency* lebih tinggi dari yang lain maka penawaran akan dihargai, jika tidak bila penawaran lebih tinggi dari pada permintaan maka nilai uang tersebut akan tidak dihargai.

Pada umumnya, setiap barang yang diekspor membawa sebuah permintaan bagi uang lokal, sebaliknya jika perusahaan Indonesia impor barang<sup>1</sup> dari luar negeri, maka perusahaan Indonesia harus menjual rupiah kepada uang asing untuk membayar impor tersebut → *demand* untuk \$, *supply* untuk Rp.

Catatan: *Balance of payment* menyediakan catatan berupa *supply* dan *demand*. *The balance of payment* terutama digunakan untuk menjelaskan status dari negara tersebut di perdagangan dan investasi internasional.

*Balance of payment* (neraca pembayaran) adalah suatu sistem akuntansi yang mencatat seluruh transaksi ekonomi yang meliputi ekspor dan impor barang/jasa, arus modal yang masuk dan keluar, hibah dan pembayaran transfer lain, dan perubahan cadangan devisa suatu negara.

Oleh karena itu, setiap formulasi kebijakan moneter dan fiskal harus mempertimbangkan kondisi neraca pembayaran karena neraca pembayaran membantu dan meramalkan potensi suatu negara terutama jangka pendek.

1. Neraca pembayaran merupakan indikator penting adanya tekanan terhadap kurs suatu negara.
2. Negara yang mengalami defisit neraca pembayaran.

# 5

## PASAR MODAL INTERNASIONAL

Pasar modal internasional melayani tranfer dana jangka panjang dalam wujud investasi ekuiti. Pertumbuhan yang paling mengesankan adalah diakibatkan oleh *Internasional Mutual Funds*, selain memiliki lebih banyak Intormasl mengenai perusahaan-perusahaan asing, juga merupakan akses yang lebih mudah ke pasar internasional dibanding investor individu sehingga dapat mengumpulkan dana dari investor individu untuk menciptakan suatu portofolio saham intemasional.

### **A. Dampak Melonjaknya Transaksi Internasional**

Fakta menunjukkan globalisasi pasar valas tumbuh lebih cepat dibanding investasi internasional dengan laju perputaran bersih terpusat di 3 pasar keuangan yaitu London, New York, dan Tokyo.

Derasnya gelombang globalisasi dari perkembangan pasar modal yang, menuju. "*fully integrated markets*" artinya para pemodal dapat melakukan diversifikasi investasi dimana saja tanpa hambatan sehingga pembentukan harga lebih dipengaruhi harga lokal maka pasar modal disebut *segmented markets*.

# 6

## PERBANKAN INTERNASIONAL

Pertumbuhan bisnis internasional sejak akhir PD II bersesuaian dengan pertumbuhan pusat-pusat keuangan internasional dengan perbankan internasional sebagai lembaga perantara utama di pusat keuangan tersebut. Perbankan internasional mendukung dan membantu aktivitas bisnis TNC dengan cara:

1. membayar impor dan ekspor,
2. memperdagangkan valas dan *currency options*,
3. meminjam dan meminjamkan dan di pasar EURO *currency*,
4. mengorganisasi dan berpartisipasi dalam kredit sindikasi internasional,
5. beroperasi sebagai bank lokal yang melayani penyimpanan deposito dan kredit dalam mata uang domestic, dan
6. menyediakan informasi dan memberi nasehat bagi langganan termasuk TNC.

Pusat-pusat keuangan internasional melakukan 3 jenis transaksi:

1. Menyediakan dana bagi pelanggan domestik dengan peran klasik membatasi antara investor/deposan dan peminjam.
2. Melayani pasar internasional dimana dan domestik disalurkan kepada langganan di luar negeri, atau dana dari luar negeri disalurkan untuk langganan domestik.
3. Melayani pasar *offshore*, dimana dana luar negeri disalurkan untuk langganan luar negeri.

# 7

## PERUSAHAAN TRANSNASIONAL

### A. Peranan Perusahaan Transnasional Dalam Ekonomi Global Dan Implikasinya Bagi Indonesia

PP No 20/1994, implikasinya:

1. Indonesia semakin terbuka terhadap Investasi asing.
2. Investasi asing di Indonesia, terutama yang langsung sebagian besar dilakukan oleh TNC.

Ada 4 macam evolusi perusahaan dalam era globalisasi yaitu:

1. Perusahaan domestik
2. Perusahaan internasional
3. Perusahaan multinasional
4. Perusahaan global

Berdasarkan tingkat proteksinya, semakin besar semakin (lihat gambar 4.1).

Pada tahap I, untuk tetap dia harus diberi tarif yang cukup tinggi agar impor dari negara maju tidak dapat mudah masuk.

Pada tahap II, karena industri domestik sudah tumbuh menjadi remaja, pemerintah sedikit demi sedikit mengurangi tingkat proteksi nominal dan efektif.

Pada tahap III, negara tersebut mulai menetapkan proteksi yang selektif, baik menurut sektor maupun perusahaan dan tidak lagi mengurangi proteksi secara makro/sektoral. Perusahaan domestik yang telah "dewasa" biasanya melakukan intilasi bisnis (lihat gambar 4.1)

Menurut Peter F. Drucker, perusahaan multinasional aslinya terdiri dari perusahaan induk (*parent company*) dengan beberapa anak (*oreign daughters*) di luar negeri. Perusahaan induk biasanya merancang dan memproduksi untuk pasar

# 8

## *INTERNATIONAL FINANCE*

Pasar keuangan internasional, memudahkan perdagangan valas dan aliran modal berjalan lancar antar negara.

Dampak ketidaksempurnaan pasar.

Di pasar keuangan domestik, kebutuhan dana pinjaman dan pembiayaan disediakan kreditor/investor dalam negara yang sama. Pada titik ekstrim transaksi internasional dilarang sama sekali, kreditor dan investor dipaksa untuk menyalurkan dananya dalam negeri, pada titik ekstrim lainnya keberadaan pasar sempurna tanpa hambatan (tidak ada biaya transaksi atau pajak) di pasar keuangan dan oasar kekayaan riil (properti) akan menimbulkan kreditor dan investor melakukan transaksi dalam suatu pasar tunggal dan terintegrasi sehingga pasar keuangan akan berintegrasi secara internasional dalam suatu tingkat dimana tidak ada peluang pasar khusus suatu negara. (Fakta menunjukkan bahwa konfigurasi di pasar uang internasional berada di kedua titik ekstrim tersebut). Hambatannya perbedaan pajak, bea masuk, kuota, ketidakleluasaan tenaga kerja untuk pindah, perbedaan budaya dan laporan keuangan dan biaya transfer informasi mengakibatkan kondisi ekonomi suatu negara berbeda dengan negara lainnya.

### **Motif melakukan investasi internasional**

Dengan konfigurasi pasar keuangan yang tidak sempurna, ada beberapa motif umum bagi investor dan kreditor sebagai berikut:

#### 1. kondisi perekonomian

Perusahaan di negara tertentu mengharapkan kinerja lebih menguntungkan dengan beroperasi di negara lain

# 9

## **INTERNATIONAL MARKETING**

### **A. Kerangka Pemasaran Internasional**

#### a. Faktor-faktor lingkungan internal

Pada dasarnya mengacu pada tujuan perusahaan, organisasi perusahaan dan ketersediaan sumber daya.

#### b. Faktor lingkungan eksternal

Termasuk kompetisi (persaingan), perubahan teknologi, iklim/situasi ekonomi, pengaruh politik, perubahan sosial budaya, keperluan adanya hukum, etika standard busines yang sekarang, konsumerisme, perubahan diantara saluran-saluran pemasaran.

### **B. Perusahaan-Perusahaan Multinasional (MNC)**

Adalah alat utama dalam perluasan usaha pada skala internasional. Memainkan peran penting dalam alokasi dan penggunaan sumberdaya dunia dengan menghasilkan produk dan jasa barn, dengan cara menciptakan atau stimulasi permintaan untuk produk dan jasa tadi, dan dengan mengembangkan modus-modus barn dari manufaktur dan distrihusi.

a. Dimensi MNC : mewakili tingkat paling tinggi dari keterlibatan operasi luar negeri dan dicirikan oleh strategi global investasi, produksi dan distribusi.

b. *Economic Strength > Global Power*

a. Lebih banyak dalam bentuk oligopolistik.

b. Mereka beroperasi pada pasar yang didominasi oleh beberapa penjual.

c. Pemimpin teknologi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hamdy Hady (2001 ). "Bisnis Internasional" , Buku 2, Penerbit : Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Khambata, Dara & Riad Ajami (1992). "Intemasional Business", (Teory & Practice), Macmillan Publishing Company, New York.
- Higgins, James M (1994). "Strategic Management", (Text and Cases) Ed.5 The Dyden Press, Philadelphia, USA.
- Mudrajad K. (1996). "Pengantar Ekonomi dan Bisnis Global", Penerbit: BPFE UGM Yogyakarta.
- Tri Cahyono, B. (1996). "Pemasaran Internasional", Penerbit: IPWIJA, Jakarta.
- Warren J. Keegen (1996). "Manajemen Pemasaran Global", Penerbit: Prentice Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.
- Wojciech Nasierowski (1997). "Cross Culture Management", (Intemasional Business Environments and Operations), Published by IPWIJA, Jakarta.



## RIWAYAT PENULIS

**Dr. Ir. Raden Achmad Harianto, B.Sc., M.M.**



**Dr. Ir. Raden Achmad Harianto, B.Sc., M.M.** Putera Jakarta, Kelahiran 18 April 1958, tidak pernah bercita-cita jadi seorang Dosen, kehidupan ini membawa saya sebagai seorang Dosen. Takdir ini sudah ditentukan oleh Allah SWT subhanallah walhamdulillah.

**Pendidikan** Bachelor of Science (B.Sc), Teknologi Tekstil Lulus tahun 1984 dari UPN Veteran Jakarta, Sarjana Ingenieur (Ir.) bidang Teknik Manajemen Industri Lulus tahun 1992, Magister Manajemen (S2) Lulus tahun 2002, Doktor (S3) bidang Manajemen Lingkungan Lulus tahun 2009 dari Universitas Negeri Jakarta (State University of Jakarta). **Riwayat Pekerjaan** Tahun 1983 PT. South Pasific Viscose sebagai Supervisor, Tahun 1986 SAMSUNG Co. Ltd. Representative Office sebagai Manager, Tahun 1989 Kadin Komite Vietnam sebagai Deputy Director, Tahun 1992 Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran Jakarta sebagai Dosen Tetap. Tahun 2000 – 2004 Universitas Islam Syekh-Yusuf sebagai Sekertaris Jurusan Teknik Manajemen Industri, Tahun 2013 – 2017 sebagai Dekan Fakultas Teknik UNIS Tangerang, dan Tahun 2017 sebagai Ketua Program Studi Magister Manajemen (S2) Pascasarjana Universitas Islam Syekh – Yusuf Tangerang.

**Riwayat Peran Organisasi Profesi** : 1. Anggota Ikatan Sarjana Teknik Manajemen Industri (ISTMI) Tahun 2003, 2. Anggota Persatuan Insinyur Indonesia (PII) Tahun 2013, dan 3. Anggota Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) Tahun 2013, 4. Anggota Direktori Professor LLDikti - 4 Kementrian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi (Kemdikbudristek) Tahun 2017.