

MANAJEMEN INTERNASIONAL DAN RUANG LINGKUPNYA

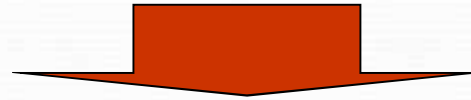
PERUSAHAAN LOKAL & PERUSAHAAN MULTINASIONAL

1. Ruang Lingkup kegiatan bisnis : bagi perusahaan multinasional berada lebih dari satu negara, sedangkan perusahaan lokal hanya terbatas pada satu negara saja.
2. Penggunaan Mata uang yang berbeda bagi perusahaan multinasional berbeda dengan perusahaan lokal yang hanya menggunakan satu mata uang lokal saja.
3. Penggunaan sumberdaya perusahaan, baik yang bersifat fisik, informasi, maupun sumberdaya manusia lintas negara dan lintas budaya untuk perusahaan multinasional sedangkan perusahaan lokal hanya pada satu negara saja
4. Pemberlakuan regulasi bisnis yang tidak hanya lokal saja untuk perusahaan multinasional, sedangkan perusahaan lokal hanya diatur oleh regulasi yang bersifat lokal.

Bentuk Kegiatan Bisnis dari Perusahaan Multinasional

- Lisensi/licencing.
- Export dan Import
- Local Warehousing and Selling. Perusahaan yang memproduksi suatu barang hingga menjadi barang jadi di suatu negara, kemudian produk jadinya tsb dikirim ke perusahaan induknya (dapat dinegara yang sama maupun negara lain) untuk kemudian dipasarkan di berbagai negara
- Local Assembly and Packaging. Perusahaan yang melakukan pembuatan komponen setengah jadi disebuah negara untuk kemudian komponen setengah jadi tsb dikirim kembali keperusahaan induknya untuk dibuat menjadi produk jadi, baru kemudian didistribusikan atau dipasarkan ke berbagai negara
- Joint Ventures. Perusahaan yang melakukan kerjasama strategis/strategic alliances dengan perusahaan lain di negara lain dalam menjalankan bisnis di mana perusahaan rekanannya beroperasi.
- Acquisition. Perusahaan yang mengambilalih kepemilikan atas perusahaan tertentu di suatu negara tertentu dengan membeli sebagian atau keseluruhan saham atas kepemilikan perusahaan tsb
- Direct Foreign Investment. Perusahaan yang berinvestasi langsung di negara tertentu dalam bentuk penyertaan investasi di berbagai proyek yang dinilai strategis dan menguntungkan kedua pihak.

MOTIF PERUSAHAAN MULTINASIONAL



- 1. Market Seeker/ Motif pasar. Didorong untuk melakukan perluasan pasar sasaran dan menambah konsumen**
- 2. Resources or raw material Seeker/Motif Sumberdaya. Didorong keinginan ekspansi terhadap ketersediaan sumberdaya dinegara lain dan tidak dimiliki di negaranya**
- 3. Cost Minimizer/Minimalisasi biaya.motif yang mendorong perusahaan berekspansi ke negara lain guna mengurangi biaya operasi perusahaan**

MANAJEMEN LINTAS BUDAYA

- Persepsi Etnosentris. SDM yang perlu dilibatkan adalah SDM yang berasal dari budaya yang sama dgn asal dari perusahaan tsb
- Persepsi Polisentris. SDM yang perlu dilibatkan dalam sebuah perusahaan multinasional sangat tergantung di mana perusahaan tersebut beroperasi, hal ini dikarenakan orang lokal lebih mengetahui informasi dan situasi yang dihadapinya dibandingkan dengan orang luar
- Persepsi Geosentris. Faktor budaya dan lokasi tidak selalu menentukan layak tidaknya seseorang dilibatkan melainkan kualifikasi keahlian dan pengetahuan thd bidang tertentu yang menentukan layak tidaknya bekerja di perusahaan tersebut.

KONSEKUENSI DARI BEROPERASINYA PERUSAHAAN SECARA MULTINASIONAL

1. Aspek Regulasi dan hukum secara internasional

Menyangkut ketentuan pajak yang berbeda, peraturan pendirian dan operasi perusahaan, hingga peraturan mengenai berbagai klaim dengan transaksi bisnis dari perusahaan multinasional

2. Aspek teknologi secara internasional

dengan sendirinya akan terjadi transfer teknologi antarnegara di mana perusahaan multinasional beroperasi. Sisi positifnya, perusahaan maju akan mampu mendorong negara berkembang untuk dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Namun negatifnya, transfer teknologi ini sering menjadi membebani negara berkembang dengan biaya yang sangat tinggi untuk penggunaannya

CAKUPAN FUNGSI OPERASIONAL DARI MANAJEMEN INTERNASIONAL

1. Dari sisi MSDM.

proses rekrutmen dan seleksi tenaga kerja tidak lagi terbatas pada satu negara saja, tetapi berasal dari berbagai negara.

2. Dari Sisi Manajemen Internasional

proses penentuan lokasi produksi, desain pabrik, pembelian bahan baku produksi hingga pendistribusian barang jadi tak lagi terbatas di satu negara saja.

3. Dari Sisi Manajemen Keuangan Internasional

kegiatan pendanaan (financing) dan investasi tidak saja terbatas pada satu negara saja. Sebuah perusahaan di Indonesia bisa meminjam dana dari bank Jepang untuk diinvestasikan di Indonesia akan tetapi produknya bisa dilempar ke Amerika

4. Dari Sisi Manajemen Pemasaran Internasional

lebih memahami perilaku konsumen secara global. Bagaimana strategi yg tepat yang disesuaikan dengan budaya negara masing-masing & ketajaman kreatifitas marketer terhadap selera konsumen agar merasa puas.