

PERTEMUAN 12 STRATEGI PENERAPAN INFORMASI GLOBAL

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari pertemuan ini, diharapkan mahasiswa mampu memahami peranan, keunggulan internet, dalam strategi informasi global dan menjelaskan sistem Informasi yang dapat merubah suatu Bisnis serta upaya dan strategi bisnis global.

B. Uraian Materi

12.1. Teknologi Informasi Global

Globalisasi telah menambah perubahan dunia dalam lingkup yang sangat besar. Dikarenakan teknologi informasi dan komunikasi telah membantu informasi dapat diakses secara global yang kemudian mengubah cara orang-orang untuk hidup dan menggeser cara belajar kearah yang lebih efektif dan efisien. Pada dasarnya, inovasi data dan korespondensi adalah struktur elektronik dan penggunaan perlengkapan PC untuk mengukur, menyimpan, mengikuti, dan mengirim data dalam struktur yang berbeda. Seperti halnya komputer sebagai mesin dalam teknologi informasi dan komunikasi yang memiliki berbagai fungsi dapat bermanfaat dalam transmisi pengetahuan. Informasi terus mencari di samping waktu yang terus berjalan. Kami dapat menemukan data yang berbeda dari berbagai belahan dunia dengan cepat. Data terus mengalir tanpa mengetahui batas, kenyataan. Ilmu akan berkembang dengan cepat, dan menyebar ke seluruh dunia.

Salah satu sarana persebaran informasi yang utama adalah internet. Internet adalah media penting, sumber dari semua data yang bermanfaat. Perkembangan internet sebagai sarana korespondensi lain telah dikaitkan dengan bentrok kasus tentang munculnya contoh baru kolaborasi sosial. Kemungkinan jaringan virtual berkembang sebagai pelopor komunikasi sosial di internet.

Informasi dalam periode global ini semakin berubah menjadi kebutuhan penting diberbagai bagian kehidupan. Informasi akan memiliki nilai yang lebih tinggi sehubungan dengan bagian dari pilihan bisnis, perlindungan, atau kepentingan publik. Dimana informasi ini akan sangat menarik bagi berbagai pihak yang juga berkepentingan dengannya. Dengan kemajuan teknologi informasi, korespondensi jarak bisa dimungkinkan dengan mengirimkan email atau informasi satu sama lain. Internet juga membuat korespondensi lebih terbuka dan perdagangan informasi dipercepat melintasi batas publik dan sosial.

12.2. Dimensi dalam Sistem Informasi Bisnis Global.

Ukuran informasi adalah manajemen dan keterampilan. diantara ketrampilan tersebut terbagi menjadi 3 , yang akan diuraikan dibawah ini:

- a. Proses data adalah bagian dari bagian dari organisasi yang berada di organisasi, proses, bisnis dan budaya masyarakat.

- b. Kegiatan administrasi mencoba memahami banyak keadaan di mana wajah-wajah dan keputusan dan pengorganisasian program organisasi. Ringkas an, fasilitator harus memiliki kepemimpinan yang bertanggung jawab.
- c. Teknologi data dapat memainkan peran penting dalam pemasok pabrikan. Buat produk dan layanan baru dan administrasi dan kurangi grup. Teknologi teknis adalah salah satu pe ralatan dan fasilitator yang digunakan untuk mengatasi perubahan. Teknologi ini telah didistribusikan di semua organisasi dan merupakan cara yang dapat menetapkan data yang menyediakan data dan perlu memanipulasi dan manajemen.

12.2. Pendekatan dalam Sistim Informasi Bisnis Global

Pada umumnya, bidang struktur data dapat diketahui dengan pendekatan teknis dan perilaku. Sistem informasi ialah bentuk struktur data yang membutuhkan antara investasi sosial, organisasi, dan pendidikan agar berfungsi secara efisien, bahkan ketika mereka mengandung sumber daya fisik dan teknis. Teknologi Desain sistem data teknis berfokus pada teknologi fisik dan desain sistem, selain model matematika untuk analisis sistem data. Bidang minat ialah ilmu komputer, metode kuantitatif, dan penelitian tentang proyek. Ilmu komputer berfokus pengembangan perangkat lunak komputer, metode komputasi, dan metode yang ditingkatkan untuk memperoleh dan menyimpan data. Metode kuantitatif berfokus pada peningkatan produk pengambilan keputusan beserta fungsi manajemen. Analisis fungsional berfokus pada metode komputasi untuk meningkatkan tolak ukur yang dipilih dari group seperti transportasi. Biaya barang dan manajemen transaksi.

Pendekatan Perilaku merupakan bagian penting dari data yang sesuai dari sistem ini berisi sikap kemajuan dan proses peraturan, teknologi Informasi biasanya menyebabkan masalah, tujuan, kebijakan dan manajemen karakter sistem data sangat penting untuk menciptakan nilai bisnis yang memungkinkan bisnis meningkatkan pendapatan dan mengurangi biaya dengan menyediakan data yang membantu manajemen membuat keputusan yang lebih baik dalam meningkatkan operasi bisnis. Mengelola model bisnis bisnis global menggunakan dua metode: perilaku teknis dan perilaku manusia. Semua sistem dirancang untuk membantu wirausahawan mencapai semua tujuan struktur data perusahaan. Competitiveara, bisnis yang berkembang, membantu manajemen membuat keputusan.

12.4. Pengertian Sistem Informasi Global

Sistem Informasi Global (SIG) merupakan kegiatan dimana terbentuk dengan saling menukarkan informasi berlandaskan teknologi internet antara negara dengan negara lain. Perusahaan multinasional yang menggunakan sistem dapat memadukan semua aktivitas organisasi dunia, seperti perumusan strategi, penyelenggaraan sistem operasi antara induk perusahaan dan perusahaan cabang, bahkan jika perusahaan cabangnya berada Sudah di era globalisasi kemajuan IT komunikasi, hal ini tidaklah terlepas dari segala aspek kehidupan manusia, dimana perusahaan mudah berkembang dalam skala global. Dalam zaman globalisasi dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, hal ini tidaklah terlepas dari segala

aspek dalam hidup manusia, termasuk bisnis yang mudah berkembang dalam skala global. Melalui penggunaan email atau internet dan sistem informasi, diskusi dan pertukaran dapat dilakukan dengan lebih mudah dan murah, sistem informasi mampu memantau jaringan bisnis di seluruh dunia, juga dapat memproses informasi dan kemudian menghasilkan keluaran untuk digunakan manajer untuk mengelola perusahaan dan keluaran bagi pemegang saham untuk mengevaluasi kinerja perusahaan, sehingga memudahkan dalam memantau kinerja perusahaan.

Dalam kurun waktu 1980-an hingga 1990-an, meskipun perusahaan multinasional masih perlu berbenah, mereka masih aktif mengembangkan sistem informasi global (GIS), sehingga di tahun 2000-an perusahaan-perusahaan multinasional dimana banyak menerapkan sistem informasi global (GIS). Kemampuan menggunakan SIM dalam mengintegrasikan perusahaan induk dan perusahaan cabangnya.

12.5. Pengertian Perusahaan Multinasional

Sebelumnya akan mempelajari perusahaan multinasional karena model perusahaan tersebut merupakan bentuk perusahaan yang menerapkan sistem informasi global (GIS), perusahaan multinasional ialah perusahaan besar dimana operasi segala penjuru negara atau kawasan. Di setiap cabang menetapkan kebijakan, tujuan dan prosedurnya sendiri-sendiri sesuai dengan negara / wilayahnya, dan memiliki perusahaan induk yang menetapkan proses standar untuk setiap produk atau layanan, sehingga setiap perusahaan Cabang memiliki perbedaan kebijakan, tujuan, dan prosedur, tetapi metode standar yang sesuai masih ditetapkan oleh perusahaan induk.

Secara lazimnya perusahaan tersebut mempunyai keuangan sangat besar dimana mampu sebagai pengaruhi politik dunia, hal ini akan memberikan dampak perekonomian besar bagi para politisi, sehingga berguna untuk hubungan masyarakat sebagai konsumen dan lobi politik. Misalnya, perusahaan multinasional yang menggunakan Global Information System (GIS) contoh Perusahaan Apple, merupakan suatu usaha dimana semua tahu perusahaan ini. Perusahaan tersebut merupakan perusahaan asal California, dengan kantor pusat di Cupertino (Cupertino), bergerak di bidang elektronik, software komputer dan layanan online. Seperti kita ketahui bersama, di bidang produk elektronik, produknya antara lain iPhone, komputer tablet iPad, komputer personal macbook, pemutar media portabel iPod, jam tangan iWatch dan media digital Apple TV. Kemudian di macOS dan iOS, pemutar media iTunes, browser web Safari, dan perangkat lunak komputer seperti iLife dan iWork. Layanan online-nya meliputi iTunes Store, iOS App Store dan Mac App Store, Apple Music, dan iCloud.



Gambar 12. 1 Perusahaan multinasional

Misal produk Apple Inc. diilustrasikan dibawah ini berupa handphone, laptop, dan smartwatch.



Gambar 12. 2 Hasil produksi perusahaan multinasional

12.6. Tingkatan dan strategi penerapan sistem informasi global

Tingkat dan strategi implementasi sistem informasi global Perusahaan multinasional menggunakan jenis strategi berikut untuk mengimplementasikan sistem informasi global (GIS). Ini ditulis oleh Christopher Barlett (sejak 1943), ahli teori organisasi Australia yang merupakan profesor administrasi bisnis dan numerologi di Harvard Business School dan Sumantra Ghosal (1948-2004), menjabat sebagai dosen di India dan profesor strategi dan internasional manajemen di India. Dekan Pendiri London Business School dan Indian Business School of Hyderabad.

a Strategi Transnasional

Strategi ini mirip dengan desentralisasi, dalam strategi ini perusahaan afiliasi dapat mengembangkan produk dan menjual produk sendiri di dalam wilayah operasi. Strategi ini bentuk dari strategi tertua yang diterapkan oleh bisnis-bisnis di Eropa sebelum Perang Dunia II dan dinyatakan sebagai "strategi hands-free". Strategi ini mungkin kebalikan dari penerapan strategi lintas batas terpusat. Strategi ini membatasi kendali perusahaan induk terhadap cabang, sehingga produk diproduksi

di perusahaan induk dan kemudian dikirim ke cabang, sehingga menghasilkan aliran produk. Informasi mengalir dalam satu arah dari perusahaan induk. Strategi ini mengarahkan sebagian besar pekerjaan perusahaan induk ke database dan informasi.

b Strategi Internasional

Strategi Internasional, Strategi ini merupakan kombinasi strategis antara penerapan strategi transnasional kontrol desentralisasi dan implementasi strategi global kontrol terpusat. Dalam penerapannya, manajemen mendefinisikan standarisasi produk dalam bentuk matriks yang memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk memasuki pasar global dan menentukan industri sesuai dengan standar yang ditetapkan untuk menyesuaikan produk, proses dan strateginya dengan bidang kegiatannya dan biasanya diterapkan oleh manajemen perusahaan induk.

c Strategi antarnegara

Strategi tersebut mengharuskan induk perusahaan dan afiliasinya untuk bersama-sama merumuskan dan melaksanakan strategi tersebut, serta mengkoordinasikan logistik untuk menentukan target produk yang tepat. Strategi ini hampir sama dengan strategi internasional, namun memperkuat peran afiliasi untuk secara fleksibel menerapkan strategi yang akan diterapkan pada bidang kegiatannya masing-masing dan sesuai dengan standar internasional yang ditetapkan oleh induk perusahaan. Strategi tersebut harus memastikan bahwa desain data perusahaan dasar digunakan di semua kantor di seluruh dunia. Ada berbagai jenis strategi dalam bisnis global. Perusahaan mengadopsi empat strategi global utama berikut ketika memasuki pasar global, yaitu eksportir nasional, transnasional, waralaba, dan transnasional. Tabel berikut menjelaskan tiga jenis organisasi atau struktur tata kelola: terpusat (di suatu negara, awalnya berasal dari pusat), desentralisasi (di unit lokal, seperti cabang), dan terkoordinasi (semua unit sama-sama terlibat).

d Eksportir dalam negeri

Ciri strategis pengusaha eksport nasional adalah tingginya konsentrasi kegiatan niaga di negara asalnya. Hampir seluruh perusahaan internasional berawal dengan cara beberapa dengan cara diantaranya, membuat produksi, keuangan / akuntansi, pemasaran, tenaga manusia dan manajemen strategis guna untuk memberi optimal sumber daya. Terkadang, penjualan pada internasional akan dihentikan melalui agensi atau perjanjian, tetapi sekali lagi bahwa fungsi pemasaran luar negeri didasarkan pada operasi nasional untuk merumuskan masalah dan strategi pemasaran.

e Multinasional

Strategi perusahaan multinasional mengintegrasikan manajemen beserta kontrol keuangan dari dasar operasi pusat, dan mendelegasikan aktivitas produksi, penjualan, dan pemasaran ke departemenwilayah lain. Layanan yang transaksi berbagai negara / kawasan akan

disesuaikan dengan kondisi pasar setempat. Pada Manajemen ini adalah penggabungan perusahaan manufaktur dan pemasaran jarak jauh yang berlokasi di berbagai negara.

f Waralaba

Waralaba ialah kombinasi diantara bisnis yang lama dan bisnis baru. Di satu sisi, produk diproduksi, dirancang, didanai, dan awalnya diproduksi di negara asalnya, tetapi karena produk tersebut bergantung pada anggota lain sebagai pelaku produksi, penjualan, dan sumber daya manusia.

12.7. Perusahaan Multinasional

Perusahaan multinasional ialah bisnis tanpa negara yang secara profesional pengelolaannya secara global dan sebagai wakil sebagian besar perusahaan internasional dilolaannya dimasa mendatang. Perusahaan multinasional tidak mempunyai kantor pusat nasional, tetapi terdapat kantor-kantor pusat regional, dan dimungkinkan memiliki kantor pusat global. Pada strategi transnasional, hampir semua aktivitas produktivitasnya dikelola dari perspektif global, tanpa melibatkan batas negara, sehingga dapat mengoptimalkan sumber penawaran dan permintaan di mana saja dan menggunakan keunggulan kompetitif lokal. Perusahaan multinasional menguasai dunia, bukan negara asalnya, dan menggunakan ini sebagai panduan untuk tata kelola. Manajemen perusahaan ini setara dengan struktur federal, yang memiliki kemampuan manajemen inti pengambilan keputusan yang kuat, tetapi kekuatan dan otoritas finansial antara berbagai departemen di seluruh dunia dan hal ini akan menjadi sebuah kekuatan yang sangat penting.

Informasi yang memerlukan agar mampu memasuki pasar global selanjutnya akan uraikan secara singkat setelah mengetahui permasalahan yang dihadapi perusahaan multinasional ketika memasuki pasar global, informasi apa saja yang dibutuhkan perusahaan multinasional untuk memasuki pasar global, jika seseorang memasuki pasar tanpa memberikan informasi yang cukup, makahal tersebut tidak akan memberikan informasi yang cukup. Tabel berikut memberikan informasi yang diperlukan untuk memasuki pasar global.

Tabel 12. 1 Permintaan Informasi bisnis global

No	Kategori	Informasi yang diperlukan
1	Pasar	Permintaan pasar, perilaku konsumen, selera konsumen dan tanggapan pasar
2	Persaingan	Strategi dan perencanaan bisnis
3	Mata uang asing	Nilai mata uang asing, tingkat suku bunga, neraca pembayaran, daya tarik mata uang suatu negara
4	Informasi Petunjuk	Peraturan Hukum/regulasi mengenai pajak pendapatan, pajak ekspor import, deviden negara tujuan dan asal
5	Informasi Sumber Daya	Ketersediaan tenaga kerja, upah minimum tenaga kerja, ketersediaan sumber daya fisik.

6	Kondisi Umum	Peninjauan terhadap kondisi ekonomi, sosial, politik budaya
---	--------------	---

12.8. Penggerak Bisnis Global

Pada saat perusahaan di seluruh dunia memulai untuk menggunakan komputer, perusahaan tersebut mulai melihat semua manfaat yang tersedia. Manfaat ini telah diakui sebagai penggerak utama bisnis global (GBP). GBP ialah organisasi yang mendapat manfaat dari skala ekonomi dan berkontribusi pada strategi bisnis global tujuh faktor. Berdasarkan survei terhadap 105 perusahaan multinasional

- a Dengan sumber daya bersama, perusahaan multinasional menggunakan sumber daya yang serupa untuk mengurangi biaya.
- b Operasi yang fleksibel mampu mentransfer produksi dari satu pabrik ke pabrik lainnya sesuai dengan perubahan nasionalisasi operasi.
- c Berbagai komponen dan sub-komponen diproduksi di seluruh dunia dan kemudian dirakit menjadi produk untuk mengurangi risiko.
- d Perusahaan multinasional membatasi risiko inheren pada saat menjalankan bisnis di satu negara dengan menjalankan bisnis di banyak negara.
- e Perusahaan produk global menjual produk yang sama di seluruh dunia, atau anak perusahaan di seluruh dunia mengumpulkan produk dari subset yang sama
- f Penawaran terbatas. Beberapa sumber daya sangat ekstra atau mahal sehingga tidak tersedia di semua lokasi.
- g Pelanggan tingkat perusahaan

Memiliki klien di seluruh dunia mempunyai permasalahan dalam implementasi sistem informasi global. Permasalahan tersebut meliputi:

- a Pembatasan Politik Pada Bisnis Global
Pemerintah suatu negara atau kawasan tempat cabang perusahaan berada dapat memberlakukan berbagai batasan, sehingga dapat membuat sulit perusahaan induk untuk mendaftarkan anak di jaringan Internet.
- b Pembatasan pembelian dan impor Hardware
Pemerintah berupaya melindungi sektor usaha manufaktur lokal dan mensupport investasi asing di bidang manufaktur lokal dimana dengan menunjuk manufaktur domestik atau peralatan perakitan yang dapat digunakan. Batasan pemrosesan data Menurut pedoman nasional, data mungkin harus diproses di dalam negeri daripada dikirim ke luar negeri atau pemrosesan lainnya. Pembatasan komunikasi umum ialah pembatasan aliran data lintas batas. Mengirimkan data yang mampu dibaca mesin melintasi batas negara. Data lintas batas, dapat dibagi 4 yakni:
 1. Data operasional,
 2. Data pribadi,
 3. Alat transfer elektronik,

4. Data teknis dan ilmiah

Perusahaan dengan masalah teknologi multinasional biasanya mendapat gangguan berupa masalah yang berkaitan dengan teknologi yang tersedia di negara tempat cabang perusahaan berada. Oleh karena itu perlu strategi penerapan sistem informasi global yang mampu menjadi penghubung GIS dengan strategi lainnya, sehingga menjadi penentu sumber informasi, menjadi penyedia dalam pembagian atau sharing data, dan dapat memberikan perhatian terhadap lingkungan budaya.

12.9. Tantangan SIG

Tantangan dalam memajukan sistem informasi global tentunya dalam menjadi pemicu dimana menjadi mengembangkan sistem informasi global, hal ini jauh mengalami kesukaran daripada di tingkat lokal. Selain cakupan negara yang luas, pembentukan sistem informasi menyeluruh di satu negara dapat menimbulkan masalah yang berbeda bagi negara lain. Negara / kawasan berikut mencantumkan masalah yang dihadapi saat memajukan sistem Informasi Global (GIS): Batasan budaya Perusahaan multinasional yang menyediakan produk atau layanan mereka mungkin berasal dari konflik budaya di bidang kegiatan mereka. Ini adalah masalah serius yang mungkin menghalangi perusahaan untuk berbisnis. Menjual produk merupakan penghambat-hubungan antara bisnis dan konsumen. Apabila perusahaan tidak dapat mengatasi pembatasan tersebut, maka akan mempengaruhi pemasaran produknya (hanya di wilayah tertentu), sehingga tidak dapat sepenuhnya memasarkan produknya, yang juga akan menghalangi perusahaan multinasional tersebut untuk saling berinteraksi dan bekerja sama. Dengan perusahaan lokal. Area yang mengancam pembangunan berkelanjutan perusahaan dapat mempengaruhi fungsi perusahaan atau organisasi itu sendiri. Setiap perusahaan pasti memiliki ide kreatif dan dinamis untuk mengatasi kendala tersebut, dan perusahaan harus memenuhi persyaratan sebagai berikut. Selain persyaratan global, perusahaan multinasional juga harus memenuhi persyaratan lokal. Seleksi multibahasa bahasa perusahaan akan mendukung standarisasi yang ditetapkan oleh pusat dan menentukan jadwal untuk tindakan global. Operasi tetap terukur dan teratur.

12.9.1. Kendala Politik

Pembatasan politik biasanya berasal dari kebijakan yang menghalangi perusahaan memasuki pasar lokal, misalnya pemerintah melarang pembelian atau impor peralatan karena pemerintah berusaha melindungi pembisnis lokal dari investasi asing yang bisa membahayakan keberlanjutan bisnis. Perusahaan lokal perlu berkembang sedemikian rupa sehingga mereka hanya dapat menggunakan produk yang diproduksi di dalam negeri. Pemerintah membatasi pemrosesan data sehingga pemerintah memproses data yang dikirim ke luar negeri terlebih dahulu untuk menghindari pemrosesan data. Rahasia negara diketahui orang luar. Pembatasan transmisi data Pembatasan transmisi data yang paling umum diberlakukan oleh pemerintah adalah pembatasan aliran data lintas batas (TDF), atau transmisi data yang dapat dilakukan oleh mesin (data yang dapat dibaca mesin) yang melintasi batas negara. batas diagram DFD atau aliran data dapat dibagi menjadi empat jenis diantaranya adalah data bisnis, data penjualan komoditas, data

pengumpulan dan aliran pembayaran. Data pribadi orang tertentu, reservasi tiket kereta, reservasi tiket pesawat, dan reservasi hotel, transfer data elektronik berbagai negara, data teknis dan ilmiah, batasan ekonomi geografis perusahaan multinasional sering menghadapi pembatasan ini saat memasarkan produk karena terkait langsung dengan perekonomian yang ruang lingkup bisnisnya dibatasi oleh suatu negara. Mata uang negara juga tidak sama, apabila nilai mata uang negara tuan rumah lebih tinggi dari nilai mata uang negara asal, hal ini akan menjadi masalah yang dapat mempengaruhi belanja modal perusahaan.

12.9.2 .Kendala Kurangnya Dukungan Dari Anak Perusahaan

Mengingat entitas cabang perusahaan tetap mampu tanpa campur tangan perusahaan induk, beberapa manajemen anak perusahaan yakin anak perusahaan tersebut dapat terus beroperasi tanpa adanya pembinaan dan pembinaan dari pusat. Ini mungkin menjadi masalah karena dapat menjadi sebab anak perusahaan gagal beroperasi sesuai dengan standar yang telah dibuat oleh departemen manajemen pusat dan menyebabkan konflik. Banyak keuntungan yang didapat dari mengembangkan sistem informasi global (GIS), diantaranya adalah perluasan jaringan bisnis ke lingkup global yang mempengaruhi jumlah pendapatan, dan sebagian besar perusahaan besar yang banyak digunakan saat ini bersifat global, tetapi mengembangkan informasi global sistem (GIS) bukanlah tugas yang mudah. Para ahli mengkategorikan berbagai strategi yang biasa digunakan untuk mengembangkan sistem informasi global (GIS) menjadi: strategi transnasional, global, internasional dan transnasional, eksportir domestik, waralaba, dan perusahaan multinasional. Selain itu, perusahaan juga perlu mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk memasuki pasar global, dan perusahaan akan menghadapi berbagai kendala dari pihak eksternal, seperti dukungan kebijakan pemerintah daerah yang rendah, serta adanya faktor internal antar budaya. Misalnya, perusahaan itu sendiri berbeda dalam kepentingan manajemen anak perusahaan dan perusahaan induk.

12.9.3. Strategi Bisnis Global

Sistem informasi global perusahaan multinasional adalah perusahaan yang beroperasi di pasar, negara, dan wilayah yang berbeda, dan terdiri dari perusahaan induk dan sekelompok anak perusahaan. Perusahaan multinasional adalah sistem terbuka, tetapi mereka mencoba meminimalkannya tidak pasti. "Ketidakpastian" mengacu pada perbedaan antara jumlah informasi yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas dan jumlah informasi yang sudah dimiliki organisasi. Perusahaan dengan sistem yang memadai memiliki peluang terbaik untuk kinerja terbaik, sementara perusahaan gagal memiliki risiko kinerja buruk terbesar. Menurut Egelhoff, struktur organisasi suatu perusahaan multinasional dapat berupa perusahaan multinasional berdasarkan:

Dalam departemen fungsional global dalam struktur ini, anak perusahaan diatur menurut bidang fungsional produksi, pemasaran dan keuangan. Segmentasi internasional Dalam struktur ini, seluruh anak perusahaan di luar negeri berada di bawah segmentasi internasional. B wilayah geografis. Perusahaan multinasional

membagi kegiatannya menjadi dua wilayah, yang masing-masing bertanggung jawab atas anak perusahaan di dalam wilayahnya.

12.9.4. Departemen Produk Global

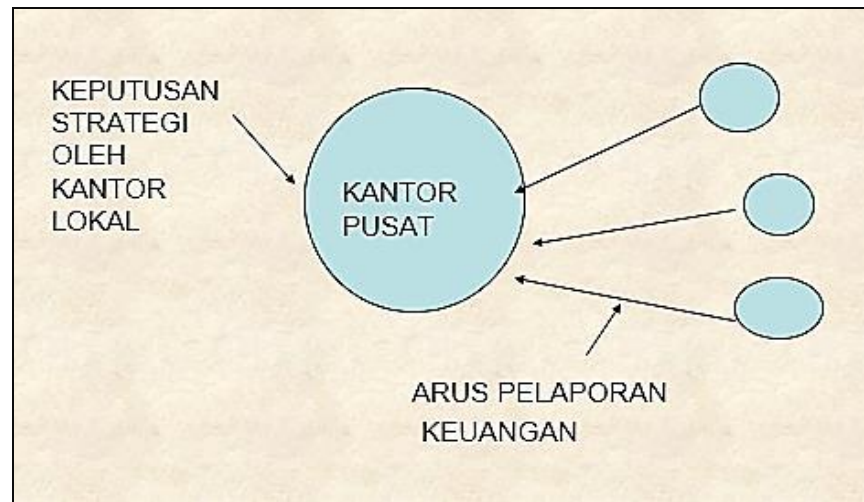
Perusahaan diatur oleh lini produk, dan setiap departemen bertanggung jawab atas operasi globalnya. Kebutuhan akan koordinasi perusahaan multinasional merupakan kunci utama untuk memperoleh keunggulan kompetitif di pasar global. Masalah koordinasi perusahaan multinasional lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang membatasi kegiatannya di dalam negeri. Karena banyak sumber daya. Sepuluh tahun terakhir: teknologi informasiBuat itu sangat mudah. Mengkoordinasikan keuntungan perusahaan multinasional. Manfaat ini meliputi:

1. Fleksibilitas untuk menanggapi tindakan yang diambil oleh pesaing di berbagai negara
2. Peningkatan kemampuan untuk menanggapi perubahan.
3. Mampu memenuhi kebutuhan pasar global
4. Mampu mentransfer pengetahuan antar departemen di berbagai negara;• Mengurangi total biaya kepemilikan.
5. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
6. Memiliki kemampuan untuk menjangkau dan memelihara berbagai produk, teknologi produksi, dan penjualan perusahaan.

12.9.5 Strategi Bisnis Global

Perusahaan multinasional dapat mengikuti empat strategi utama saat menggunakan informasi untuk mengkoordinasikan perusahaan induk dan anak perusahaannya:

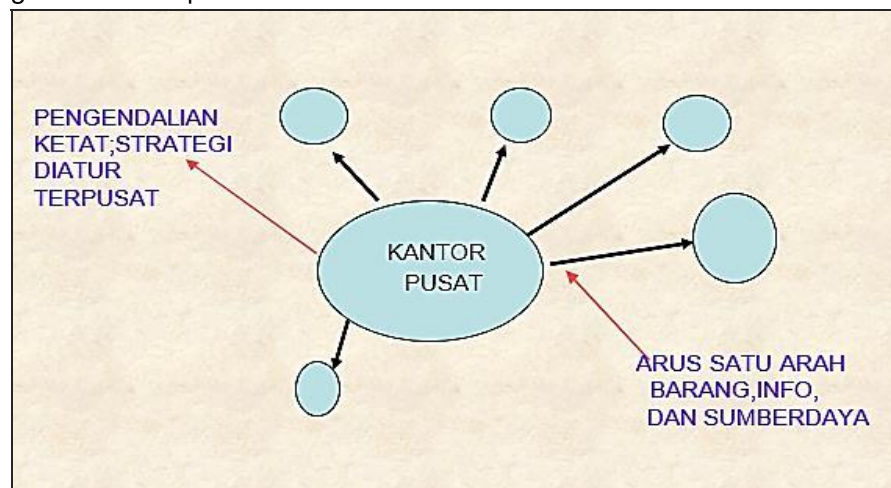
- a Strategi perusahaan multinasional.
Perusahaan induk memberikan kebebasan kepada anak perusahaan untuk mengembangkan produk dan metodenya sendiri serta menyusun laporan keuangan (desentralisasi). Strategi ini mengarah pada melemahnya kemampuan kontrol perusahaan induk (kantor pusat), sedangkan sistem informasi mendorong desentralisasi pengambilan keputusan strategis.Ini terdiri dari proses dan database otonom (anak perusahaan).



Gambar 12. 3 Strategi perusahaan multinasional

b Strategi Bisnis Global

Strategi transnasional Perusahaan memberikan banyak kebebasan kepada anak-anak untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang tinggal di wilayah tersebut. Arus pelaporan keuangan.Strategi global dikendalikan oleh perusahaan induk (proses dan database terpusat). Perusahaan berkomitmen untuk memperoleh pelanggan perlukan di seluruh dunia dengan produk standar. Produk yang diperlukan oleh semua pasar global diproduksi secara terpusat dan dikirim ke anak perusahaan. Sistem informasinya berfungsi di kantor pusat, dan ada proses dan basis data terpusat. Kontrol sangat ketat, dan strategi dirumuskan dari pusat. Mendapatkan kendali strategis global di pasar induk. Perusahaan berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan pelanggan global melalui produk off-the-shelf

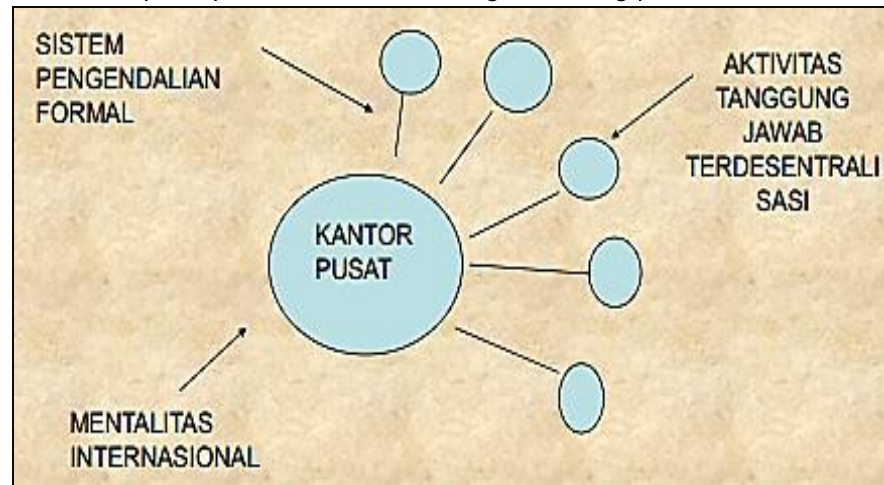


Gambar 12. 4 Strategi bisnis global

c Strategi internasional; 2.4 belum

Kombinasi dari strategi global (desentralisasi) dan strategi transnasional (desentralisasi). Strategi ini mengharuskan tim manajemen perusahaan

induk memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk beroperasi dalam skala global. Anak perusahaan dapat menyesuaikan produk, proses, dan strategi perusahaan sesuai dengan pasar mereka sendiri, sehingga memperoleh pengalaman ini. Sebagai bagian dari strategi ini, sistem lintas organisasi digunakan, untuk menghubungkan proses beserta basis data pada perusahaan induk dengan cabang perusahaan.



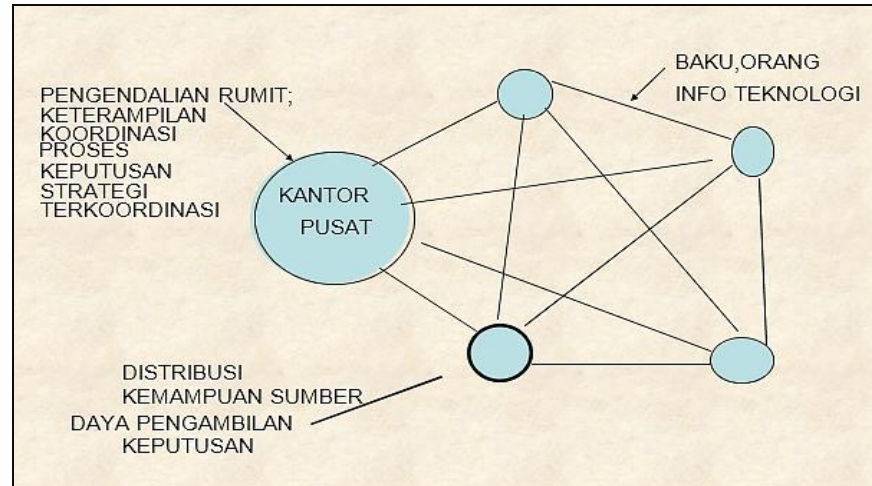
Gambar 12. 5 Strategi internasional

Strategi internasional strategi ini merupakan penggabungan sentralisasi pengendalian dari strategi dunia serta desentralisasi. Sedangkan pada pengendalian dari strategi multinasional, induk perusahaan dan seluruh anak perusahaannya bersama-sama merumuskan strategi dan pedoman operasi, mengkoordinasikan logistik untuk memastikan produk mencapai pasar yang tepat. Mencapai efisiensi dan integrasi global serta fleksibilitas lokal.



Gambar 12. 6 contoh perusahaan internasional

- d Strategi transnasional
Induk perusahaan beserta seluruh anak perusahaannya bersama merumuskan strategi dan pedoman operasional. Koordinasi logistik untuk memastikan bahwa produk mencapai pasar yang benar.



Gambar 12. 7 Strategi transnasional

C. Latihan Soal

1. Jelaskan pendapat anda tentang peranan Internet dalam strategi Informasi Global!
2. Jelaskan 3 keunggulan dari Internet sebagai sumber Informasi dalam manajemen?
3. Jelaskan pendapat anda maksud dari sistem Informasi yang dapat merubah suatu Bisnis!
4. Jelaskan 3 cara anda tentang strategi untuk mencapai kemajuan dalam bisnis Global!
5. Bagaimana Upaya dalam melakukan pendekatan dalam Sistem Informasi Bisnis Global?

D. Referensi

- Atmosudirdjo. (2012). Sistem Informasi Manajemen. Jakarta: STIA-Lembaga Administrasi Niaga Press.
- B.Davis, G. (2001). Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Dagun, S. M. (2013). Kamus Besar Ilmu Pengetahuan. Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara.
- Emi Sita Eriana, I. H. (2021). Pemanfaatan Sosial Media Untuk Pemasaran Dan Promosi Menggunakan Facebook Di Masyarakat Parung Serab Rt03/01 – Kec. Ciledug. Jurnal Ilmu Komputer Vol 4 No 1, 31-34.