**BAB I PENDAHULUAN**

* 1. **LATAR** **BELAKANG**

Bisnis internasional merupakan salah satu bentuk Hubungan Internasional .Bisnis Internasional merupakan kinerja aktivitas bisnis yang melintasi batas nasional. Seperti yang kita ketahui , tidak ada satu Negara pun yang dapat menghasilkan sendiri semua barang atau jasa yang dibutuhkan oleh Negara tersebut . Karena tak semua Negara memiliki sumber alam untuk keperluam industri serta tidak semua iklim cocok untuk hasil bumi. Dan masih banyak lagi faktor yang melatar belakangi dilakukannya Bisnis Internasional.

Bisnis internasional yang digerakkan suatu Negara memiliki macam aktivitas di dalamnya dan memiliki tahapan memasuki kegiatan bisnis. Selain itu diadakannya bisnis internasional memiliki spesialisasi keunggulan atau kekuatan beserta kelemahannya maka suatu Negara haruslah menentukan pilihan yang strategis. Pertimbangan pengembangan bisnis yang mendorong mengapa suatu perusahaan terjun ke bisnis internasional. Serta hambatan – hambatan dalam memasuki bisnis internasional.

Bisnis internasional merupakan salah satu kompenen penting penggerak kehidupan perekonomian suatu bangsa maka dari itu salah satu kompenen ini haruslah berjalan dalam rangka keberlangsungan kehidupan bangsa. Dan penulis memutuskan untuk mengambil tema bisnis internasional dalam pembahasan kali ini. (Murti Sumarni dan John Soeprihanto, 1998:26)

* 1. **RUMUSAN** **MASALAH**

Berdasarkan gambaran latar belakang permasalahan di atas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apa pengertian bisnis internasional?
2. Bagaimana latar belakang dilaksanakannya bisnis internasional?
3. Apa saja tahap – tahap dalam memasuki bisnis internasional?
4. Apa saja hambatan dalam memasuki bisnis internasional?

**1.3** **TUJUAN**

Adapun tujuan dari penulisan makalah ini antara lain:

1. Untuk mengetahui pengertian bisnis internasional
2. Untuk mengetahui latar belakang dilaksakannya bisnis internasional
3. Untuk mengetahui tahap-tahap dalam memasuki bisnis internasional
4. Untuk mengetahui hambatan dalam memasuki bisnis internasional

**BAB II PEMBAHASAN**

* 1. **PENGERTIAN BISNIS INTERNASIONAL**

Bisnis internasional adalah sebuah kegiatan yang menyangkut segala macam transakasi bisnis di antara dua negara atau lebih, dengan mencakup baik kegiatan antar pemerintah maupun perusahaan swasta (T. May Rudy, 2001:1).

Indrio Gitosudarmo (1996:131) menyimpulkan bahwa Bisnis Internasional dibedakan oleh adanya dua transaksi yaitu:

1. **Perdagangan Internasional**

Perdagangan Internasional (*International Trade*) adalah suatu transaksi bisnis yang dilakukan oleh suatu negara dengan negara lain. Dalam hal perdagangan internasional transaksi antar negara dilakukan dengan cara ekspor dan impor. Dengan adanya transaksi ekspor dan impor maka timbul “Neraca Perdagangan Antarnegara”

1. **Pemasaran Internasional**

Pemasaran Internasional (*International Marketing*) adalah suatu transaksi bisnis yang dilakukan oleh suatu perusahaan di dalam suatu negara dengan perusahaan lain atau orang/ individu di negar lain. Transaksi bisnis internasional semacam ini dapat ditempuh dengan berbagai cara antara lain : *Licencing*, *Franchising*, *Management* *Contracting*, *Marketing in Home Country by* *Host Country*, *Join Venturing*, *Multinational Corporation* (MNC).

1. **Perbedaan Bisnis Internasional dengan Bisnis Domestik**

Paulus Sukardi dan Evi Thelia Sari (2007:121) menyimpulkan bahwa adanya perbedaan Bisnis Internasional dengan Bisnis Domestik (dalam negeri) yaitu:

1. Bisnis Internasional
   1. Perusahaan tidak hanya melakukan investasi di negara sendiri tetapi juga melakukan investasi di negara lain.
   2. Memiliki resiko karena perbedaan wilayah sehubungan dengan perbedaan kurs valuta asing.
   3. Lebih kompleks dengan adanya perbedaan ideologi, budaya, politik, sosial, dan ekonomi.
   4. Karena jarak yang jauh membuat biaya lebih mahal jika dilihat dari sisi lokasi.
2. Bisnis Domestik
   1. Tidak beresiko tinggi karena perusahaan berada di negara sendiri yang sudah diketahui sistem perekonomiannya.
   2. Kesempatan untuk memperoleh keuntungan lebih besar berkurang karena ruang lingkup pasar hanya terbatas di negara sendiri.
   3. Lebih mudah dalam hal komunikasi, pengurusan izin investasi dan transportasi.
3. **Tujuan Dilakukannya Bisnis Internasional (T. May Rudy, 2001:2) adalah sebagai berikut:**
4. Perluasan Penjualan (*Sales* *Expansion*)

Perluasan penjualan adalah sebuah kegiatan yang dilakukan untuk barang-barang yang tidak mudah rusak perlu perluasan penjualan (market area). Contohnya seperti barang-barang kerajinan tangan.

1. Mendekati Sumber (*Resources* *Acquisition*)

Sumber yang dimaksud disini meliputi 6M, antara lain adalah Man, Money, Machine, Materials, dan Market, yang mencakup sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya kapital.

1. Penganekaragaman (*Diversification*)

Penjualan produk disesuaikan dengan segmen pasar yang meliputi selera masyarakat, daya beli ataupun fungsi barang. Misalnya, mobil Kijang dijual di Indonesia.

1. Alih Teknologi (*Transfer of Technology*)

Alih tekhnologi disini hanya dikhususkan untuk negara yang berkembang (*developing* *country*).

1. **Faktor-faktor yang Menunjang Bisnis Internasional (T. May Rudy, 2001:2), yaitu:**
   1. Sejarah

Ditinjau dari bangsa dan keturunannya Inggris lebih memilih berinvestasi dengan negara-negara persemakmuran daripada negara lain. Oleh karena sejarah negara tersebut mempengaruhi sistem bisnis internasionalnya.

* 1. Hukum

Menurut sejarah perdagangan internasional di Indonesia sebelum tahun 1967 perdagangan internasional sangat minim dan setelah tahun 1967 perdagangan baru mulai meningkat karena sudah ada Undang-Undang P.MA No. 1 Tahun 1967 yang mengatur tentang investasi pemilik modal asing, kemudian disusul dengan kebijakan pemerintah berupa Peraturan Pemerintah Nomor 20 Tahun 1995 yang mengatur hak guna, hak sewa, dan hak bagi investor asing sampai 100 tahun untuk pengembalian modalnya.

* 1. Kondisi Geografis

Suatau negara akan melaksanakan kegiatan bisnis internasional pasti akan memperhatikan jauh tidak negara yang akan dituju dan akan melihat kondisi geografi negara tujuan.

* 1. Kebudayaan

Kebudayaan adalah hal yang perlu diperhatikan dalam bisnis internasional, karena setiap negara memiliki budaya masing-masing. Contohnya di India yang mayoritas beragama Hindu, dimana agama Hindu yang menganggap hewan sapi adalah dewa bagi masyarakat Hindu yang haram bagi mereka untuk mengkonsumsinya. Sehingga pada waktu Mc. Donald’s akan membuka cabang restorannya di sana maka Mc. Donald’s harus mengganti beef burger-nya yang mengandung daging sapi menjadi daging ayam. Apabila tidak, bisa saja perusahaan tersebut akan terancam mendapat protes dari masyarakat Hindu. Oleh karena itu lingkungan budaya sangat mempengaruhi strategi bisnis internasional.

* 1. Ekonomi

Setiap negara harus mengetahui dengan benar kondisi ekonomi atau GNP yang dihasilkan negara lain.

* 1. Politik

Hubungan politik dengan negara-negara lain akan menjalin lancarnya bisnis/perdagangan internasional. Pemahaman terhadap sistem politik, misalnya besar kecilnya pengaruh militer, partai politik dan dominan peran pemerintah terhadap sektor swasta, dan lain sebagainya.

1. **Bentuk Aktivitas Bisnis Internasional**

Aktivitas bisnis internasional memiliki berbagai macam bentuk (<http://masturmudi.wordpress.com/>). Adapun berntuk aktivitas bisnis internasional adalah sebagai berikut::

* 1. Ekspor

Ekspor adalah kegiatan arus/menjual barang dan jasa dari dalam negeri ke luar negeri.

* 1. Impor

Impor adalah kegiatan arus/membeli barang dan jasa dari luar negeri ke dalam negeri.

* 1. Lisensi

Lisensi adalah suatu kesepakatan kontrak dimana suatu perusahaan di suatu negara memberikan lisensi penggunaan hak kekayaan intelektualnya (nama merk, hak cipta, dan rahasia dagang) kepada suatu perusahaan di negara kedua dengan mendapatkan imbalan royalti.

* 1. Waralaba

Waralaba adalah suatu bentuk khusus dari lisensi. Terjadi apabila suatu perusahaan di suatu negara (pemberi waralaba) memberikan wewenang kepada suatu perusahaan di negara kedua (pemegang waralaba) untuk menggunakan sistem pengoperasiannya dan juga nama merk, merk dagang dan logo perusahaan dengan mendapatkan bayaran berupa royalti. Contoh waralaba seperti McDonald’s Corporation mewaralabakan restoran-restoran cepat sajinya di seluruh dunia.

* 1. Kontrak Manajemen

Kontrak manajemen adalah kesepakatan dimana suatu perusahaan di suatu negara setuju untuk mengoprasikan fasilitas atau memberikan jasa manajemen lainnya kepada perusahaan di negara lain dengan mendapatkan imbalan yang telah disepakati. Misalnya proyek jalan tol yang dilaksanakan oleh konsultan asing atau swasta dengan pola sesuai perjanjian kontrak yang telah disepakati.

* 1. Investasi Portofolio

Investasi portofolio adalah pembelian aset-aset keuangan asing yang berupa saham, obligasi, dan sertifikat deposito untuk tujuan di luar pengendalian.

* 1. Penanaman Modal Asing

Penanaman modal asing adalah investasi yang dilakukan dengan tujuan secara aktif mengendalikan kekayaan, aset, atau perusahaan-perusahaan yang terdapat di negara-negara tujuan.

* 1. Transportasi/Pariwisata

Pelayanan angkutan dan penyediaan objek-objek pariwisata adalah sebagaian bisnis internasional khususnya yang ditujukan untuk menjaring wisatawan asing.

1. **Teori-teori Tentang Perdagangan Internasional (Afwan Hariri, 2009:178), yaitu sebagai berikut:**
   1. Teori Merkantilisme

Teori merkantilisme adalah teori yang menekankan pada dua ide pokok yaitu pemupukan logam mulia (emas) dan politik perdagangan ditujukan agar negara terus menerus meningkatkan ekspor dan mencegah impor.

* 1. Keunguulan Absolut

Teori ini diperkenalkan oleh Adam Smith yang menekankan bahwa perdagangan secara sukarela jika kedua negara memperoleh keuntungan. Keunggulan absolut adalah keadaan dimana masing-masing negara dapat memproduksi suatu komuditi yang berbeda dengan lebih efisien daripada negara lain. Oleh karena itu negara yang tidak memiliki barang-barang tersebut harus mengimpor.

* 1. Keungulan Komparatif

Teori ini diperkenalkan oleh David Ricardo, yang menyebutkan bahwa suatu negara seharusnya memproduksi dan mengekspor barang dan jasa yang dapat diproduksinya dengan relatif lebih banyak dari yang dapat diproduksi negara lain dan mengimpor barang dan jasa yang dapat diproduksi negara lain relatif lebih baik daripada yang dapat diproduksinya.

* 1. Teori Proporsi Faktor

Teori ini menekankan bahwa negara harus memperhatikan produk-produk yang diproduksi untuk ekspornya sesuai dengan kesediaan faktor-faktor sumberdaya di negara tersebut. Jika suatu negara kurang memiliki banyak faktor-faktor sumberdaya tertentu sebaiknya negara tersebut lebih baik mengimpor.

1. **Kebijakan Perdagangan Internasional**

Perdagangan Internasional memiliki tujuan untuk dapat memaksimalkan keutungan bagi setiap negara yang terlibat. Oleh karena itu, beberapa negara memberlakukan kebijakan-kebijakan perdagangan internasional sebagai usaha melindungi perusahaan-perusahaan dalam negerinya.

Kebijakan-kebijakan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tarif

Tarif merupakan pembebanan pajak atau cukai yang dikenakan atas barang yang diperdagangkan secara internasional. Tarif dapat digolongkan menjadi:

* 1. Bea ekspor yaitu pajak yang dibebankan atas barang-barang ekspor.
  2. Bea transito yaitu pembebanan pajak terhadap barang-barang yang melalui wilayah suatu negara.
  3. Bea impor yaitu pajak yang dibebankan atas barang-barang yang diimpor.

1. Kuota Ekspor Impor

Kuota adalah pembatasan secara langsung terhadap jumlah produk ekspor maupun impor. Kuota impor adalah memberikan izin pada suatu perusahaan yang mengimpor suatu barang dengan jumlah yang telah dibatasi. Kuota ekspor adalah memberikan izin pada suatu perusahaan yang mengekspor suatu barang dengan jumlah yang telah dibatasi.

1. Pelarangan Impor

Pelarangan Impor bertujuan untuk melindungi produk dalam negeri, sehingga tidak ada barang luar negeri yang dapat masuk. Larangan ini juga bertujuan melindungi masyarakat dari barang-barang yang dapat merugikan.

1. Pelarangan Ekspor

Pelarangan Ekspor bertujuan untuk menjaga pasokan dalam negeri sehingga produk yang dihasilkan dapat mencukupi konsumsi dalam negeri.

1. Subsidi

Subsidi bertujuan untuk mengurangi biaya perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Diharapkan agar produsen dalam negeri bisa menjual produknya lebih murah dengan adanya subsidi tersebut, sehingga dapat bersaing dengan produk-produk asing yang masuk ke dalam negeri.

1. Dumping

Dumping adalah pemberlakuan harga suatu komoditi yang diekspor lebih murah apabila dibandingkan dengan harga yang berlaku dalam negerinya.

1. **Mengukur Perdagangan Antarnegara**
   1. *Trade Balance* (neraca perdagangan) atau ekspor netto menunjukkan hubungan antara tingkat ekspor dan impor suatu negara dalam satu periode. Jika neraca perdagangan menunjukkan angka positif, maka hal tersebut disebut surplus. Tetapi jika neraca perdagangan tersebut menunjukkan angka minus disebut defisit pedagangan. Jika nilai ekspor sama dengan nilai impornya, maka neraca perdagangan berimbang (*balance trade*)
   2. *Balance of payment* (neraca pembayaran) merupakan total arus uang yang keluar masuk dalam suatu negara. Neraca pembayaran dipengaruhi oleh aktivitas bisnis internasional, tingkat investasi luar negeri, laba investasi, utang dan pinjaman luar negeri serta bantuan luar negeri.
2. **Mekanisme Neraca Pembayaran**
   1. Penyesuaian melalui mekanisme harga, merupakan mekanisme penyesuaian neraca pembayaran melalui perubahan harga-harga.
   2. Penyesuaian melalui mekanisme pendapatan, merupakan penyesuaian melalui pendapatan nasional.
   3. Penyesuaian melalui mekanisme moneter, merupakan mekanisme yang menyesuaikan neraca melalui perubahan stok uang yang masuk atau keluar dalam hubungan perdagangan internasional.
3. **Kurs/Nilai Tukar Valuta Asing**

Valuta asing adalah komoditas yang terdiri atas mata uang yang diterbitkan oleh suatu negara diluar mata uangnya sendiri. Kurs merupakan istilah yang menunjukkan perbandingan nilai tukar atau harga antar mata uang dua negara. Misalnya kurs antara rupiah dan dollar, berarti menunjukkan sejumlah rupiah yang dibutuhkan untuk membeli satu satuan dollar.

1. **Devisa**

Devisa merupakan asset atau kewajiban financial yang dipergunakan dalam transaksi internasional. Ada beberapa bentuk devisa, antara lain adalah valuta asing, surat-surat berharga, dan juga surat wesel dari luar negeri.

* 1. **LATAR BELAKANG DILAKSANAKAN BISNIS INTERNASIONAL**

Hal-hal berikut ini merupakan faktor yang melatar belakangi dilakukannya perdagangan internasional:

1. **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 kolonial Amerika mulai beroprasi dengan model yang sama pada tahun 1700an.

Contoh-contoh investasi langsung luar negeri Amerika yang mula-mula adalah perkebunan-perkebunan Inggris yang dibentuk oleh *Colt Fire Arms and Ford* yang didirikan sebelum perang saudara. Namun kedua operasi itu gagal hanya setelah beberapa tahun kemudian.

Perusahaan Amerika pertama yang berhasil memasuki produksi luar negeri adalah pabrik yang didirikan di Skotlandia oleh *Singer Sewing Machine* pada tahun 1868. Pada tahun 1880, Singer telah menjadi organisasi dunia dengan organisasi penjualan luar negeri yang luar biasa dan beberapa pabrik pemanufakturan di luar negeri. Perusahaan-perusahaan lainnya segera menyusul, dan pada tahun 1914 paling sedikit 37 (tiga puluh tujuh) perusahaan asal Amerika Serikat memiliki fasilitas produksi pada dua atau tiga lokasi di luar negeri. (http://ahmadhartono.blogspot.com/2008/07/bisnis-internasional.html)

1. **Alasan Melaksanakan Bisnis Internasional**

Berikut ini adalah beberapa alasan dilakukannya perdagangan internasional (http://musliadipnl.wordpress.com/2012/06/18/bab-v-bisnis-internasional/), yaitu:

* 1. Spesialisasi antarbangsa

Dalam hubungan dengan keunggulan atau kekuatan tertentu beserta kelemahannya itu maka suatu Negara haruslah menentukan pilihan strategis untuk memproduksikan suatu komoditi yang strategis yaitu :

* + 1. Memanfaatkan semaksimal mungkin kekuatan yang ternyata benar-benar paling unggul sehingga dapat menghasilkannya secara lebih efisien dan paling murah diantara negara-negara yang lain.
    2. Menitik beratkan pada komoditi yang memiliki kelemahan paling kecil diantara negara-negara yang lain.
    3. Mengkonsentrasikan perhatiannya untuk memproduksikan atau menguasai komoditi yang memiliki kelemahan yang tertinggi bagi negerinya.
  1. Pertimbangan pengembangan bisnis

Perusahaan yang di bidang bisnis yang berada di dalam negeri seringkali mencoba mengembangkan pasarnya ke luar negeri. Hal ini menimbulkan pertimbangan yang mendorong mengapa suatu perusahaan melaksanakan bisnis internasional tersebut:

* + 1. Memanfaatkan kapasitas mesin yang masih menganggur yang dimiliki oleh suatu perusahaan
    2. Produk tersebut di dalam negeri sudah mengalami tingkat kejenuhan dan bahkan mungkin sudah mengalami tahapan penurunan (decline phase) sedangkan di luar negeri justru sedang berkembang (growth)
    3. Persaingan yang terjadi di dalam negeri kadang justru lebih tajam katimbang persaingan terhadap produk tersebut di luar negeri
    4. Mengembangkan pasar baru (ke luar negeri) merupakan tindakan yang lebih mudah ketimbang mengembangkan produk baru (di dalam negeri)
    5. Potensi pasar internasional pada umumnya jauh lebih luas ketimbang pasar domestik
  1. **TAHAP-TAHAP DALAM MEMASUKI BISNIS INTERNASIONAL**

Tahap-tahap dalam memasuki bisnis internasional (Afwan Hariri, 2009:189) adalah sebagai berikut :

* + 1. Ekspor Insidentil (*Incident At Export*)

Untuk masuk ke bisnis internasional pada umumnya perusahaan melakukan ekspor insidentil terlebih dahulu. Tahap ini terjadi pada saat adanya kedatangan orang asing di negeri kita untuk membeli barang-barang, kemudian kita harus mengirimkannya ke negeri orang asing tersebut.

* + 1. Ekspor Aktif (*Active Export*)

Tahap diatas berkembang menjadi bisnis dan transaksinya semakin aktif. Ditandai dengan berkembangnya jumlah maupun jenis komoditi perdagangan Internasional tersebut. Tahap aktif yaitu perusahaan dalam negeri mulai aktif untuk melakukan manajemen atas transaksi itu. Pada tahap awal pengusaha bertindak pasif. Maka, dalam tahap ini disebut sebagai tahap “ekspor aktif”, sedangkan tahap diatas disebut tahap pembelian atau “*Purchasing*”.

* + 1. Penjualan Lisensi (Licensing)

Suatu perusahaan menjual lisensi atau merek dari produknya ke negara penerima, yang dijual hanya merek sehingga negara penerima dapat melakukan manajemen yang luas. Negara penerima harus membayar fee atas lisensi itu kepada perusahaan asing tersebut.

* + 1. Franchising

Suatu perusahaan asing memberikan hak kepada suatu perusahaan di negara lain untuk untuk menggunakan merek, logo dan teknik operasi. Contoh KFC (*Kentucky Fried Chiken*), Mc. Donalds, Pizza Hut dan sebagainya. Franchise saat ini berkembang tidak saja antarnegara akan tetapi banyak terjadi di dalam suatu negara itu sendiri. Contoh untuk Indonesia adaIah Es Teler 77, Ayam Goreng NY. Suharti, Hero Supermarket dan lain sebagainya.

* + 1. Pemasaran di Luar Negeri

Pemasaran di Luar negeri adalah bentuk yang akan memerlukan intensitas manajemen serta keterlibatan yang lebih tinggi karena perusahaan pendatang (Host Country) harus aktif dan mandiri untuk melakukan manajemen pemasaran bagi produknya itu di negeri asing (Home Country). Pengusaha pendatang yang merupakan orang asing harus mampu untuk mengetahui perilaku (segmentasi) di negeri penerima itu sehingga dapat dilakukan program yang efektif.

* + 1. Produksi dan Pemasaran di Luar Negeri (*Total International Business*)

Tahap yang paling intensif dalam melibatkan diri pada bisnis internasional yaitu tahap “Produksi dan Pemasaran di Luar Negeri” atau “*Total International Business*”. Tahap inilah yang menimbulkan MNC (*Multi National Corporation*) yaitu Perusahaan Multi Nasional. Dalam tahap ini perusahaan asing datang dan mendirikan perusahaan di negeri asing dengan segala modalnya, kemudian memproduksi di negeri itu, lalu menjuaI hasil produksinya itu di negeri itu juga. Bentuk ini memiliki unsur positif bagi negara yang sedang berkembang karena dalam bentuk ini negara penerima tidak perlu menyediakan modal yang sangat banyak untuk mendirikan pabrik tersebut.

* 1. **HAMBATAN DALAM MEMASUKI BISNIS INTERNASIONAL**

Melaksanakan bisnis internasional tentu saja akan lebih banyak memiliki hambatan ketimbang di pasar domestik. Negara lain tentu saja akan memiliki berbagai kepentingan yang sering kali menghambat terlaksannya transaksi bisnis internasional. Disamping itu kebiasaan atau budaya negara lain tentu saja akan berbeda dengan negeri sendiri (http://gabyclarasintapw.blogspot.com/2011/12/bisnisinternasional\_13.html). Oleh karena itu maka terdapat beberapa hambatan dalam bisnis internasional. yaitu :

Batasan Perdagangan dan Tarif Bea Masuk

* + 1. Batasan Perdagangan dan Tarif Bea Masuk

Tarif bea masuk adalah pajak yang dikenakan terhadap barang yang diperdagangkan baik barang impor maupun ekspor. Dikenakannya tarif/bea masuk yang tinggi bagi barang luar negeri, maka akan mengakibatkan harga barang tersebut kalah bersaing dengan harga barang dalam.

* + 1. Perbedaan Bahasa, Sosial dan Budaya/Kultural

Perbedaan dalam hal bahasa seringkali merupakan hambatan bagi kelancaran bisnis Internasional , hal ini disebabkan karena bahasa adalah merupakan alat komunikasi yang vital baik bahasa lisan maupun bahasa tulis. Tanpa komunikasi yang baik maka hubungan bisnis sukar untuk dapat berlangsung dengan lancar.

* + 1. Kondisi Politik dan Hukum

Hubungan politik yang kurang baik antara satu negara dengan negara yang lain juga akan mengakibatkan terbatasnya hubungan bisnis dari kedua negara tersebut. Sebagai contoh yang ekstrim Amerika melakukan embargo terhadap komoditi perdagangan dengan negara-negara Komunis. Ketentuan hukum ataupun perundang-undang yang berlaku di suatu negara kadang juga membatasi berlangsungnya bisnis internasional. Misalnya negara-negara Arab melarang barang-barang mengandung daging maupun minyak babi. Lebih dan itu undang – undang di negaranya sendiri pun juga dapat membatasi berlangsungnya bisnis Internasional , misalnya Indonesia melarang ekspor kulit mentah ataupun setengah jadi , begitu pula rotan mentah dan setengah jadi dan sebagainya.

* + 1. Hambatan Operasional

Hambatan perdagangan atau bisnis internasional yang lain adalah berupa masalah operasional yakni transportasi atau pengangkutan barang yang diperdagangkan tersebut dari negara yang satu ke negara yang lain.

**BAB III PENUTUP**

* 1. **KESIMPULAN**

Bisnis internasional adalah sebuah kegiatan yang menyangkut segala macam transakasi bisnis di antara dua negara atau lebih, dengan mencakup baik kegiatan antar pemerintah maupun perusahaan swasta.

Bisnis internasional terjadi karena tidak semua negara dapat atau mampu memenuhi kebutuhannya sendiri dan pengadaan kebutuhan negara terbatas.

Tahap-tahap Perdagangan Internasional

* 1. Ekspor Insidentil (*Incident At Export*)
  2. Ekspor Aktif (*Aktif Export*)
  3. Penjualan Lisensi (*Licensing*)
  4. Waralaba (*Franchising*)
  5. Pemasaran di Luar Negeri
  6. Produksi dan Pemasaran di Luar Negeri (*Total International Business*)
  7. **SARAN**

Sebaiknya bisinis internasional diterapkan di seluruh negara maju maupun berkembang. Dengan memperhatikan syarat dan tahap-tahap memasuki pasar internasional, pereusahaan akan mampu mengenalkan barang yang mereka produksi dan mampu bersaing di kalangan internasional.

**DAFTAR PUSTAKA**

Gitosudarmo,Indrio.1996.Pengantar Bisnis Edisi 2.Yogyakarta:BPFE-Yogyakarta

Hariri, Afwan.2009.Pengantar Bisnis. Malang: Jurusan Manajemen FE UM.

Hartono, Ahmad. 2008. Bisnis Internasional, (Online), http://ahmadhartono.blogspot.com/2008/07/bisnis-internasional.html), diakses 21 November 2012.

Musliadi. 2012. Bab V Bisnis Internasional, (Online), (http://musliadipnl.wordpress.com/2012/06/18/bab-v-bisnis-internasional/), diakses 5 Oktober 2012.

Rudy, T.May.2001.Bisnis Internasional Teori, Aplikasi, & Operasionalisasi. Bandung: Refika Aditama.

Sinta, Gaby Clara. 2011. Bisnis Internasional, (Online), (http://gabyclarasintapw.blogspot.com/2011/12/bisnis-internasional\_13.html), diakses 24 oktober 2012.

Sukardi, Paulus dan Evi Thelia Sari.2007.Bisnis Internasional Sebuah Perspektif Kewirausahaan.Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 1998. Pengantar Bisnis. Yogyakarta: Liberty.

Turmudi. 2011. Gambaran Umum Bisnis Internasional, (Online), (http://masturmudi.wordpress.com/), diakses 5 Oktober 2012.