



BISNIS INTERNASIONAL

Dhena Kamalia F., S.Kom., M.Kom., Foza Hadyu Hasanatina, SE., M.Sc.,
Afina Hasya, S.T., M.M., Ardiaz Ajie Aryandika, S.Kom., MBA.,
Dea Adilyani, S.M,M.M., Aryoga Wiweko, S.E., M.M.,
Aji Yudha S.E., M.M., Bimo Suryo Wicaksono, S.M., M.M.,
Rista Nurdianasari, S.E., M.M., Nana Varian Januardi, S.E., MBA.,
Irma Tsuraya Choirinnida, S.E., M.B.A., Rifka Indi, S.E., M.S.M.,
Nuriatul Fatimah, S. IP.

Bisnis Internasional

Dhena Kamalia F., S.Kom., M.Kom

Foza Hadyu Hasanatina, SE., M.Sc.

Afina Hasya, S.T., M.M.

Ardiaz Ajie Aryandika, S.Kom., MBA.

Dea Adielyani, S.M,M.M

Aryoga Wiweko, S.E., M.M.

Aji Yudha S.E., M.M.

Bimo Suryo Wicaksono, S.M., M.M.

Rista Nurdianasari, S.E., M.M.

Nana Varian Januardi, S.E., MBA

Irma Tsuraya Choirinnida, S.E., M.B.A.

Rifka Indi, S.E., M.S.M.

Nuriatul Fatimah, S. IP



Bisnis Internasional

Copyright © PT Penamuda Media, 2024

Penulis:

Dhena Kamalia F., S.Kom., M.Kom
Foza Hadyu Hasanatina, SE., M.Sc.
Afina Hasya, S.T., M.M.
Ardiaz Ajie Aryandika, S.Kom., MBA.
Dea Adielyani, S.M,M.M
Aryoga Wiweko, S.E., M.M.
Aji Yudha S.E., M.M.
Bimo Suryo Wicaksono, S.M., M.M.
Rista Nurdianasari, S.E., M.M.
Nana Varian Januardi, S.E., MBA
Irma Tsuraya Choirinnida, S.E., M.B.A.
Rifka Indi, S.E., M.S.M.
Nuriatul Fatimah, S. IP

ISBN: 978-623-8686-78-0

Penyunting dan Penata Letak:

Tim PT Penamuda Media

Desain Sampul:

Tim PT Penamuda Media

Penerbit:

PT Penamuda Media

Redaksi:

Casa Sidoarum RT03 Ngentak, Sidoarum Godean Sleman Yogyakarta

Web: www.penamudamedia.com

E-mail: penamudamedia@gmail.com

Instagram: @penamudamedia

WhatsApp: +6285700592256

Cetakan Pertama, Oktober 2024

x + 257 halaman; 15 x 23 cm

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak maupun mengedarkan buku dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit maupun penulis

Kata Pengantar

Salam sejahtera, para pembaca yang kami hormati. Dengan bangga, kami mempersembahkan buku ini sebagai panduan yang komprehensif tentang dinamika dan strategi bisnis internasional di era globalisasi ini. Bisnis internasional bukan sekadar transaksi lintas negara, melainkan sebuah jaringan kompleks relasi ekonomi yang membutuhkan pemahaman mendalam, adaptasi, dan inovasi yang terus-menerus. Dalam buku ini, kami berusaha menguraikan kompleksitas dan tantangan yang dihadapi, serta memberikan pandangan yang mendalam tentang peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan dalam lingkup bisnis global.

Terima kasih kepada semua pihak yang telah turut serta dalam proses pembuatan buku ini. Semoga buku ini mampu membuka wawasan baru dan memberikan inspirasi bagi para pembaca dalam menjelajahi arena bisnis internasional yang dinamis. Kami berharap buku ini dapat menjadi sumber pengetahuan yang berharga dan membantu Anda meraih kesuksesan dalam bisnis global yang semakin kompleks.

Salam sukses selalu,

Tim Penulis

Daftar Isi

Bisnis Internasional	iii
Bisnis Internasional	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vi
Bab 1 Teori Perdagangan Internasional.....	1
A. Teori Perdagangan Internasional Klasik.....	5
B. Teori Perdagangan Internasional <i>Modern</i>	8
C. Teori Perdagangan Baru (<i>New Trade Theory</i>).....	13
Bab 2 Lingkungan Global Bisnis	16
A. Pengantar Lingkungan Bisnis Global.....	17
B. Perubahan dalam Lingkungan Global	18
C. Analisis Lingkungan <i>Global PESTEL Analysis</i>	25
D. Dinamika Lingkungan Global Bisnis.....	27
E. Tantangan dan Peluang Lingkungan Global Bisnis	31
Bab 3 Strategi Bisnis Internasional.....	35
A. Latar Belakang	36
B. Konsep Strategi Bisnis Internasional	39
C. Jenis-Jenis Strategi Bisnis Internasional	40
D. Analisis <i>SWOT</i> dalam Strategi Bisnis Internasional	46
E. Pengembangan dan Implementasi Strategi Bisnis Internasional	47

F. Kesimpulan	49
Bab 4 Pemilihan Pasar Global	51
A. Pemilihan Pasar Global	52
B. Tujuan dan Ruang Lingkup.....	52
C. Faktor-Faktor Pasar Global	55
D. Analisis PESTEL	57
E. Porter's Five Forces	60
Bab 5 Modal Internasional.....	64
dan Keuangan.....	64
A. Aliran Modal Internasional.....	65
B. Pasar Keuangan Global	71
C. Risiko dan Manajemen Keuangan Internasional	77
Bab 6 Penetrasi Pasar Asing	83
A. Pendahuluan	84
B. Teori dan Konsep Dasar	85
C. Strategi Penetrasi Pasar Asing.....	88
D. Analisis Pasar Tujuan	90
E. Implementasi dan Eksekusi	93
F. Dampak Penetrasi Pasar Asing.....	94
G. Kesimpulan	95
Bab 7 Aliansi Strategis dan <i>Joint Ventures</i>.....	97
A. Definisi Aliansi Strategis	98
B. Konsep Dasar Aliansi Strategis	99
C. <i>Joint Venture</i> Sebagai Bentuk Aliansi Strategis..	107

Bab 8 Manajemen Rantai Pasokan Global.....	110
A. Latar Belakang	111
B. Konsep dan Definisi Rantai Pasokan Global....	113
C. Peran Logistik dalam Rantai Pasokan Global ...	114
D. Manajemen Risiko dalam Rantai Pasokan Global.....	116
E. Teknologi dan Inovasi dalam Rantai Pasokan Global.....	118
F. Keberlanjutan dan Etika dalam Rantai Pasokan Global.....	121
G. Kesimpulan	125
Bab 9 Pemasaran Internasional.....	129
A. Pendahuluan	130
B. Strategi Pemasaran Internasional.....	130
C. Riset Pasar Internasional	133
D. Segmentasi Pasar Internasional.....	135
E. Pengembangan Produk di Pasar Internasional.	137
F. Implementasi dan Evaluasi Pemasaran Internasional	138
G. Kesimpulan	142
Bab 10 Pengelolaan Risiko dalam Bisnis Internasional ...	143
A. Pendahuluan	144
B. Jenis-Jenis Risiko dalam Bisnis Internasional....	146
C. Studi Kasus: Pengelolaan Risiko oleh Perusahaan Multinasional.....	155

D. Peran Teknologi dalam Pengelolaan Risiko Internasional	159
Bab 11 Inovasi dan Teknologi dalam Bisnis Internasional	164
A. Definisi inovasi dan teknologi dalam konteks bisnis internasional	165
B. Pentingnya teknologi dan inovasi dalam persaingan global	171
C. Tantangan dalam Menerapkan Inovasi dan Teknologi di Bisnis Internasional	180
D. Peluang dalam Menerapkan Inovasi dan Teknologi di Bisnis Internasional	185
Bab 12 Tantangan dan Peluang Bisnis Internasional saat ini	190
A. Pendahuluan	191
B. Tantangan Pada Bisnis Internasional	194
C. Peluang Dalam Bisnis Internasional	203
Bab 13 Kebijakan Perdagangan dan Regulasi Internasional	211
Daftar Pustaka	228
Tentang Penulis	246

Bab 1

Teori Perdagangan

Internasional

Dhena Kamalia F., S.Kom., M.Kom





BISNIS INTERNASIONAL

“Bisnis Internasional” mengajak pembaca melangkah ke dalam kompleksitas hubungan bisnis di tingkat global. Dari teori hingga praktik, buku ini membahas strategi ekspansi perusahaan ke pasar internasional, risiko terkait, serta pentingnya adaptasi terhadap kebijakan dan norma-norma bisnis yang berbeda di seluruh dunia. Dengan keahlian pada manajemen lintas budaya, negosiasi internasional, dan strategi pengembangan pasar global, buku ini menjadi panduan yang komprehensif bagi siapa pun yang tertarik memahami dan terlibat dalam dinamika bisnis di era globalisasi yang terus berkembang.

ISBN 978-623-8686-78-0



9 786238 686780



PT Penerbit Penamuda Media
Godean, Yogyakarta
085700592256
@penamuda_media
penamuda.com