**Pertemuan Ke 13**Aspek Global Kewirausahaan

Perdagangan global pada awalnya diperuntukan bagi perusahaan raksasa yang memiliki uang dan manajemen untuk meraih pasar asing dan sumber daya yang cukup untuk bertahan jika usahanya gagal, pada abat ke 21 skenario ini tidak berlaku lagi.

Perusahaan global menjadi wilayah teritorial perusahaan kecil yang baru berdiri, sama halnya dengan perusahaan multinasional raksasa. Teknologi yang canggih, terjangkau, internet telah meningkatkan akses ke informasi untuk menjalankan bisnis global

 Mengapa Mengglobal

Kegagalan untuk mengembangkan pasar global dapat menjadikan kesalahan yang mematikan bagi usaha modern apapun ukurannya.

Mengoperasikan sebuah bisnis yang berhasil semakin menuntut para wirausahawan untuk melihat perusahaan mereka sebagai sebuah perusahaan global bukan sebagai perusahan yang berlokasi disuatu wilayah geografis tertentu.

Gayle Warwick perancang perlengkapan tidur, produk rumah tangga serata pakaian dalam dari kain linen yang mewah, hidup dilondon, membeli katun pima organik yang digunakan produk diwilayah barat daya Amerika. Dia mendapatkan kapas mentah dan memintalnya di Swiss, menyelesaikannya di Itali dan membordirnya di Vietnam.

Perusahaan baru, wirausahawan perlu mempersiapkan diri untuk penjualan internasional. Sebelum masuk kepasar global mereka harus bertanya kepada diri mereka sendiri enam pertanyaan berikut:

1. Apakah terrsedia pasar yang menguntungkan dimana perusahaan memiliki potensi keberhasilan dalm jangka panjang.
2. Apakah kami memiliki dan bersedia untuk mendedikasikan sumber daya waktu, tenaga kerja dan modal yang memadai untuk kampanye global.
3. Apakah kami mempertimbangkan untuk menjadi sebuah perusahaan global demi alasan yang tepat? Apakah ada tekanan domestik yang mendorong perusahaan mencari peluang global.
4. Apakah kami memiliki pemahaman yang memadai mengenai perbedaan budaya, sejarh dan perekonomian, sistem nilai, peluang dan resiko dalam berbisnis dinegara2 yang kami pertimbangkan
5. Apakah ada strategi keluar yang dapat dilaksanakan jika kondisi berubah atau apabila usaha baru tersebut ternyata tidak berhasil
6. Mampukah perusahaan tidak menglobal

Sembilan Strategi untuk mengglobal :

1. Membuat situs web : Pilihan strategis membutuhkan biaya paling rendah dan paling cepat bagi perusahaan kecil memperkenalkan bisnis globalnya.
2. Bergantung pada perantara perdagangan :Agen-agen domestik yang berfungsi sebagai distributor diluar negeri bagi perusahaan domestikdari segala urusan.
3. Menciptakan usaha patungan : sebuah aliansi dari dua atau lebih perusahaan kecil disuatu negara yang bertujuan mengekspor barang dan jasa mereka.
4. Lisensi Asing : beberapa perusahaan kecil memasuki pasar luar negeri dengan cara memberikan lisensi bagi perusahaan dinegara lainuntuk menggunakan hak paten, merek dagang, hak cipta, sebagai ganti perusahaan perusahaan itu meminta royalti dari penjualan lisensi diluar negeri.
5. Waralaba Internasional : Banyak waralaba tertarik ke pasar internasional untuk meningkatkan penjualan dan laba karna pasar domestik telah semakin jenuh dengan banyak gerai.
6. *Countertrading* dan barter : sebuah transaksi dimana perusahaan yang menjual barang diluar negeri setuju untuk mendorong investasi dan perdagangan dinegara tersebut.
7. Mengekspor : semakin banyak perusahaan kecil yang mencari cara untuk melakukan ekspor sebagai alternatif untuk mendapatkan dan mempertahankan daya saingnya.
8. Outsourcing : Tren outsourcing untuk memangkas biaya dan untuk tetap dapat bersaingsangat jelas dikalangan perusahaan yang menjual barang berharga murah atau memproduksi brg mewah.
9. Mendirikan lokasi internasional : perdagangan antar negara juga memiliki hambatan dalam perdagangan bebas, Bea masuk pajak atau kewajiban yang dibebankan pemerintah p[ada barang dan jasa yang diimpor suatu negara.

Perbedaan Perusahaan Besar dengan Perusahaan Kecil

**Perusahaan Besar**:

1. Pada umumnya dikelola/dipimpin oleh menejer profesional (bukan pemilik)
2. Struktur organisasinya komplek dan sudah ada spesialisasi pekerjaan
3. Presentasi kegagalan usaha relatif rendah
4. Modal jangka panjang relatif lebih mudah diperoleh untuk pengembangan usaha.

**Perusahaan Kecil** :

1.Pada umumnya dikelola/dipimpin oleh pemiliknya

2. Struktur organisasinya masih sederhana dan masih banyak perangkapan tugas/jabatan pada seseorang

3. Presentase kegagalan usaha relatif cukup tinggi

4. Kesulitan untuk pengembangan usaha dikarenakan sulit memperoleh pinjaman.

Tiga hambatan domestik terhadap perdagangan internasional yang umum ditemui adalah:

Sikap bahwa ( 1). kita terlalu kecil untuk melakukan ekspor (2). kurangnya informasi mengenai cara memulai perdaganagn global (3). kurang tersedianya pembiayaan.

 Hambatan internasional mencakup bea masuk, kuota, embargo, dumping serta berbagai hambatan bisnis dan budaya lainnya.