

Strategi Memasuki Pasar Internasional – Global (*Mode of Entry*)

Musthofa Hadi

International Marketing

Pertimbangan Pemilihan *Mode of Entry*

1. **Karakteristik Negara**, ukuran dan pertumbuhan negara bersangkutan; resiko politik dan lingkungan; serta infrastruktur ekonomi dan pasar.
2. **Hambatan Perdagangan dan Regulasi Pemerintah**, tariff, kuota, peraturan bea cukai, atau regulasi produk.
3. **Karakteristik Produk**, rasio berat/nilai, *proprietary assets* (seperti teknologi, nama merek, atau citra unik).
4. **Tujuan Manajemen atau Perusahaan**
5. **Strategi Seleksi Negara**

Dinamika *Market-Entry*

4 faktor lain yang juga tidak kalah pentingnya dalam pertimbangan pilihan *mode of entry* :

1. Lokasi Produksi
2. Komitment Sumber Daya
3. Tingkat Pengendalian
4. Fleksibilitas

Pilihan *Mode of Entry*

1. **Ekspor**; ekspor langsung dan ekspor tidak langsung
2. **Sistem Kontaktual**; *contract manufacture*, lisensi, waralaba, dan *joint venture*.
3. **Investasi Langsung**; akuisisi dan *greenfield*.
4. **Internet Marketing**

Model Ekspor

ASPEK	Ekspor Tidak Langsung	Ekspor Langsung
Keunggulan	<ul style="list-style-type: none">▪ Komitmen terbatas▪ Resiko minimal▪ Fleksibilitas	<ul style="list-style-type: none">▪ Kontak lebih baik▪ Pengendalian lebih besar▪ Usaha penjualan lebih baik
Kelemahan	<ul style="list-style-type: none">▪ Opportunity loss potensial▪ Pengendalian relative sangat terbatas▪ Kontak dengan pasar sangat terbatas	<ul style="list-style-type: none">▪ Investasi dalam organisasi penjualan▪ Komitmen pada pasar luar negeri

Model Kontraktual

ASPEK	Contract Manufacturing	Waralaba	Lisensi	Joint Venture
Keunggulan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tidak perlu investasi ▪ Menghindari hambatan tariff ▪ Mode of entry yang cepat ▪ Fleksibel ▪ Biaya manufaktur lebih rendah 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Investasi financial terbatas ▪ Memanfaatkan talenta manajerial lokal ▪ Motivasi manajerial lebih besar 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tidak perlu investasi ▪ Resiko minimal ▪ Mengeksploitasi pasar kecil ▪ Cara cepat masuk ke pasar 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mengurangi kebutuhan modal dan sumber daya lainnya ▪ Mendiversifikasi resiko ▪ Akses pada keahlian dan kontak pasar lokal
Kelemahan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perlu pengendalian kualitas yang ketat ▪ Keterbatasan pasokan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seringkali membutuhkan training manajerial ▪ Perlu pengendalian financial dan kualitas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Return terbatas ▪ Menciptakan kompetisi financial ▪ Membatasi pengembangan pasar masa depan ▪ Perlu pengendalian financial dan kualitas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Masalah potensial dan konflik antar mitra bisnis ▪ Masalah komunikasi dan manajemen ▪ Pengendalian parsial

Model Investasi Langsung

ASPEK	Akuisisi	Greenfield
Keunggulan	<ul style="list-style-type: none">▪ Entry yang cepat▪ Akses ke saluran distribusi▪ Pengalaman manajemen telah terbentuk▪ Nama merek dan reputasi telah terbantu▪ Mengurangi kompetisi	<ul style="list-style-type: none">▪ <i>State art of technology</i>▪ Produksi terintegrasi▪ Efisiensi operasional
Kelemahan	<ul style="list-style-type: none">▪ Masalah integrasi dengan operasi yang sudah ada▪ Masalah komunikasi dan koordinasi▪ Masalah kesesuaian dengan bisnis yang ada	<ul style="list-style-type: none">▪ Biaya investasi besar▪ Harus membangun bisnis▪ Adanya penundaan waktu

Terima Kasih