

**INTERNATIONAL BUSINESS PARTNERSHIPS
(IBP)**

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan tantangan kompetisi yang mengikuti arus globalisasi pasar menyebabkan banyak perusahaan melakukan kedalam Kemitraan Bisnis Internasional (***International Business Partnerships*** = IBP).

Istilah lain dari IBP adalah :

- Bentuk Kemitraan (*Corporate Venture*)
- Aliansi Strategik (*Strategic Alliances*)
- Kerjasama Bisnis Internasional (*International Joint Venture*)

PERSPEKTIF INTERNASIONAL BUSINESS PARTNERSHIPS

- Literatur IBP dapat dikelompokkan menjadi beberapa paradigma/perspektif teoritis untuk menjelaskan organisasi , operasi dan hasil (Outcomes) antara lain :

1. Market Power Teori

- Perusahaan dapat memperkuat posisinya di pasar melalui strategi kerjasama dengan perusahaan lain.
- Caranya : a. *Offensive coalition* (mengurangi pasar para pesaing atau membuat pesaing mengalami kenaikan biaya produksi atau distribusi. b. *Deffensive coalition* (membentuk hambatan masuk)

2. *Transaction Cost Economics*

- Kemitraan untuk mengurangi biaya dalam mengorganisasi transaksi bisnis internasional

3. *Agency Teori*

- Perbedaan kepentingan *share holder* (pemegang saham) dengan para manajer (*agents*) dalam pemisahan antara kepemilikan dan pengawasan dalam praktik bisnis modern. Para pemegang saham berusaha menekan resiko yang ditimbulkan oleh para manajer

4. Increasing Return Theori

- Perusahaan perlu melakukan aliansi untuk menjadi pemain utama dan firs mover terutama untuk perusahaan berteknologi tinggi (Produk produk Microsoft masuk kepasar lebih awal dan banyak konsumen terbiasa dengan sistem tersebut)

5. Resources – Base View

- Kemitraan dijalin dalam rangka memadukan kemampuan, pengetahuan, teknologi dan sumberdaya yang saling melengkapi antar mitra bisnis, sehingga semua pihak dapat meraih keunggulan kompetitif bersama

6. Behavioural Perspective

- Proses relasional yang dialami selama perusahaan selama pembentukan IBP, diantara komitmen, trust dan kepuasan yang saling menguntungkan dan meningkat *goodwill* mitra bisnis

7. Organisational Learning / Knowledge

- Perusahaan meningkatkan posisi kompetitifnya dengan cara mempelajari keahlian dan kemampuan baru dari perusahaan partner

8. *Political Economy*

- Motif utamanya adalah untuk mendapatkan *bargaining power* superior yang ditimbulkan dari sumberdaya dan kemampuan yang dimiliki perusahaan
- Perusahaan yang memiliki dan mengendalikan sumberdaya IBP yang tidak dapat dicarikan substitusinya mempunyai kelebihan untuk mendominasi dan mengendalikan IPB tersebut

9. *Strategik Management Theori*

- Tujuan strategis yang ingin dicapai IBP melalui kebijakan, struktur dan rencana yang dibuat untuk mencapai tujuan tersebut.
- Disamping untuk pengembangan usaha keluar negeri untuk mendapatkan keunggulan kompetitif tertentu : seperti akses pasar

MOTIF – MOTIF MELAKUKAN IBP

1. Mencapai skala ekonomis (economies of scale) dan pembelajaran (leaning) bersama dengan mitra bisnis
2. Mendapatkan akses ke aset perusahaan lain seperti teknologi, pasar, modal, kapasitas produksi, produk atau tenaga kerja
3. Memperkecil resiko, terutama dalam menanggung modal yang besar misalnya untuk kegiatan penelitian dan pengembangan (R & D)
4. Membentuk suatu pasar, misalnya mengurangi kapasitas pada pasar yang telah matang (mature)
5. Keinginan untuk dapat memasuki pasar secara lebih cepat.
6. Organisasi yang membutuhkan joint venture karena membutuhkan sumberdaya, terutama dana, keahlian dan tenaga ahli