

## ANALISIS KEMUDAHAN, HAMBATAN, DAN RISIKO PERUSAHAAN DI NEGARA INDONESIA, CHINA, SINGAPURA, DAN JEPANG

Yuswardi<sup>1)</sup>, Renza Fahlevi<sup>2)</sup>, Jesslyn Clorina<sup>3)</sup>, Shereen<sup>4)</sup>, Fiona<sup>5)</sup>, Shely Juniarty<sup>6)</sup>, Jacky Gunadi<sup>7)</sup>

<sup>1-7</sup> Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Internasional Batam

email: yuswardi@uib.ac.id, renza.fahlevi@uib.ac.id, 2041114.jesslyn@uib.edu, 2041052.shereen@uib.edu, 2041068.fiona@uib.edu, 2041239.shely@uib.edu, 2041290.jacky@uib.edu

### Abstract

*Globalization has encouraged companies to expand their business abroad, and one option is to expand to the Asian continent. The purpose of this research is to find out what are the ease, barriers, and risks of doing business in several Asian countries with fast economic growth, namely China, Japan, Singapore, and Indonesia. The research method used is a qualitative method and the technique used is a literature study. The results found are that each country has different easiness, obstacles, and risks for doing business. Some of the ease is Indonesia which is superior in natural resources and strategic location, China which has skilled human resources and adequate infrastructure, Japan which has a high demand for products and well-structured work processes, and Singapore which has stricter regulations. free to do business. On the other hand, some of the obstacles are Indonesia having complicated permits and inadequate infrastructure, China which is constrained by language and employing employees having to go through organizations, Japan with a high bureaucracy and tax system, and Singapore with its public wage regulations and communication media that are limited. Each of the risks lies in inadequate infrastructure in Indonesia, markets that are difficult to access in China, a difficult bureaucratic system in Japan, and a complicated government system in Singapore.*

**Keywords:** *International Business, Globalization, Easiness, Obstacles, Risks.*

### 1. PENDAHULUAN

Beberapa dekade terakhir, globalisasi yang terjadi di dunia mendorong perusahaan untuk menggunakan peluang tersebut dengan ekspansi bisnisnya ke luar negeri [1]. Dengan tujuan dan pertimbangan yang berbeda-beda, perusahaan dapat menentukan wilayah mana atau negara apa yang ingin mereka tujukan untuk memulai ekspansi mereka. Menurut Rezeki *et al.* (2022), bisnis internasional merupakan sebuah fakta bahwa bisnis memiliki investasi di pasar dan juga kegiatan komersial di negara lain [2]. Strategi bisnis internasional dari suatu perusahaan multinasional adalah menemukan tujuan bisnis, kebijakan dan rencana operasional perusahaan untuk memastikan bagaimana mengembangkan bisnis perusahaan secara internasional. Manajemen strategi dari bisnis

internasional adalah keseluruhan proses perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian strategi bisnis internasional dalam suatu perusahaan [3].

Benua Asia menjadi tujuan sebagian besar perusahaan untuk ekspansi. Alasannya meliputi berbagai hal seperti (1) Asia merupakan ukuran konsumen terbesar ke dua setelah Amerika Serikat karena hampir dari 60% dari populasi dunia berasal dari Asia, (2) Asia dapat mengimpor semua jenis produk yang krusial bagi perusahaan di negara Barat, (3) banyak integrasi daerah yang mempermudah untuk melakukan kemitraan, (4) Asia merupakan benua dengan teknologi yang berkembang dengan cepat, (5) merupakan pusat pelayaran yang tersibuk, (6) pertumbuhan ekonomi yang lebih pesat dibandingkan ekonomi negara Barat, (7) lokasi

yang strategis serta kemudahan dalam menjalankan bisnis, (8) keterjangkauan dalam hal biaya dan stabil di lingkungan legal, politik dan ekonomi [4]–[6].

Pada artikel oleh Kumra *et al.* (2022) juga disebutkan bahwa perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan negara-negara Asia yang saling melengkapi [7]. Negara-negara maju di Asia dan China dapat menawarkan hak paten, pengetahuan teknologi, dan modal. Tidak hanya itu, beberapa negara berkembang lainnya seperti India dapat menawarkan pertumbuhan pasar dan peluang penyebaran bisnisnya. Negara kawasan Asia juga menawarkan hal-hal yang penting seperti harga yang lebih rendah dan produk yang lebih kompetitif. Pada penelitian yang dilakukan oleh Ani (2015) di 29 negara Asia juga menyebutkan bahwa kemudahan dalam melakukan bisnis di Asia memiliki efek yang signifikan untuk pertumbuhan ekonomi di suatu negara [8]. Di era globalisasi, manajer perusahaan dapat memanfaatkan kemajuan teknologi agar mampu terlibat langsung dalam operasional perusahaan di seluruh dunia dalam segala aspek [9].

Namun, tidak hanya kemudahan yang terdapat di kawasan Asia untuk berbisnis, tetapi juga kendala. Kebebasan berekonomi di Asia dapat membawakan dampak negatif terhadap harga saham dan juga persaingan yang tidak sehat antara satu dengan yang lain, mengakibatkan ketidakpastian dan rendahnya harga saham [10]. Dampak negatif tersebut dapat berupa tantangan maupun risiko yang harus dihadapi oleh perusahaan. Risiko bisnis mungkin mengacu pada kinerja perusahaan ataupun hasil negatif dari pengembalian yang diharapkan pada awal perencanaan. Terdapat beberapa jenis dari risiko bisnis seperti risiko politik, risiko kebijakan pemerintah, risiko ekonomi makro, risiko akibat bahaya di alam, risiko ekonomi makro [11].

Oleh karena beberapa alasan di atas, maka penelitian ini akan dilakukan pada beberapa negara Asia dengan pertumbuhan ekonomi yang

tinggi, yakni negara Indonesia, China, Singapura dan Jepang sebagai perbandingan untuk mengetahui apa kemudahan, tantangan, dan risiko yang akan dihadapi investor asing dalam melakukan bisnis di negara-negara tersebut.

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif merupakan prosedur cara menghasilkan sebuah deskriptif dari kata-kata tertulis atau lisan dari peserta yang diamati yang kemudian dianalisa dan dibandingkan pada kenyataan yang sedang terjadi, dan akhirnya membuat kesimpulan untuk pemecahan masalah tersebut [12], [1], [2].

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah studi kasus di berbagai negara Asia. Studi kasus merupakan teknik pengumpulan data yang terfokuskan pada suatu peristiwa yang telah terjadi di individu atau lembaga dalam kategori tertentu. Data yang dikumpulkan berasal dari sumber terpercaya yang menyampaikan pendapat mereka terkait kemudahan dan hambatan dalam membuka bisnis di negara yang diteliti.

Teknik yang digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini adalah menggunakan metode analisis deskriptif. Teknik ini bertujuan untuk memberikan hasil analisis dengan memberikan bayangan atau gambaran tentang hal-hal yang telah terkumpul dari berbagai sumber.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Kemudahan dan Tantangan Berbisnis di Negara Asia

#### 3.1.1. Indonesia

Indonesia diklasifikasikan sebagai negara yang sebagian besar tidak bebas dalam melakukan kegiatan ekonomi. Kebebasan dalam berekonomi merupakan kemampuan suatu individu, keluarga maupun pelaku bisnis dalam menjalankan kegiatan sendiri atau bebas dalam

berekonomi tanpa ditekan oleh pihak manapun. Indonesia memiliki indeks kebebasan dalam berekonomi yang paling rendah dibandingkan dengan negara Singapura. Berdasarkan laporan *Index of Economic Freedom*, pada tahun 2021 Indonesia berada di peringkat ke empat di antara negara Asia Tenggara dengan skor 66,9%, sedangkan Singapura berada di peringkat pertama dengan skor 89,7% [13]. Dari skor tersebut dapat menunjukkan bahwa Indonesia masih kurang dalam hal kebebasan dalam melakukan kegiatan ekonomi dan bisnis jika dibandingkan dengan Singapura yang memiliki skor paling tinggi dengan kegiatan ekonomi yang paling bebas.

Tantangan dan hambatan dalam melakukan bisnis di negara Indonesia membuat negara lain (pelaku bisnis) mempertimbangkan untuk memulai menjalankan bisnisnya di Indonesia. Kurangnya infrastruktur yang memadai di Indonesia membuat harga melonjak menjadi lebih tinggi, sehingga perusahaan asing akan kalah saing dengan manufaktur di negara lain yang lebih memadai dalam hal infrastrukturnya [14]. Demikian pula negara Indonesia yang masih kurang dalam hal kebebasan melakukan bisnis. Banyaknya regulasi-regulasi yang dibuat oleh pemerintah dalam melakukan bisnis membuat perusahaan asing berpikir lagi sebelum membuka bisnisnya di Indonesia. Kebijakan melakukan perizinan di Indonesia yang masih rumit, buruh yang suka protes dan melakukan demo, kepolisian yang masih lemah membuat investor asing enggan untuk berinvestasi ke Indonesia. Budaya birokrasi di Indonesia dianggap rumit bagi perusahaan asing dengan kebijakan pemerintah yang kurang transparansi, keterampilan pegawai negeri yang rendah, serta tidak memiliki aparat yang tegas untuk menegakkan kode etik secara ketat di semua industri [15]. Kemudahan asing dalam membuka bisnis di Indonesia adalah karena terdapat sumber daya alam dan sumber daya manusia yang sangat

melimpah serta biaya yang tergolong rendah membuat investor asing tertarik untuk membuka bisnisnya di Indonesia. Peningkatan keterampilan pada sumber daya manusia akan dapat meningkatkan daya saing tenaga kerja Indonesia [16]. Selain itu, lokasi Indonesia yang strategis menjadi salah satu faktor alasan untuk melakukan bisnis. Indonesia juga termasuk pasar yang masih muda dengan arus masuk investasi yang masih kecil, sehingga memiliki peluang yang sangat tinggi bagi investor asing untuk masuk ke dalam pasar Indonesia.

### **3.1.2. China**

Menurut Putri (2023), China merupakan negara kedua dengan populasi terbanyak di dunia setelah India [17]. Oleh sebab itu, persaingan kerja di China cukup tinggi. Namun, yang menjadi keunggulan di China adalah sumber daya manusia yang terampil, berpendidikan dan ahli dalam teknologi menjadi suatu daya tarik bagi investor asing. China dikenal sebagai negara pertama yang menjalankan kereta maglev di dunia. Hal ini menunjukkan bahwa infrastruktur di negara China sangat memadai, mulai dari jalan raya, pelabuhan, kereta api, bandara, dan lainnya. Ini akan menjadi salah satu daya tarik bagi para investor asing untuk menanamkan modalnya di negara China, karena bila infrastruktur dalam suatu negara memadai dan maju, roda perekonomian akan terus berputar [18].

Dalam kondisi ekonomi, China telah mengambil posisi sebagai negara dengan perekonomian terbesar kedua di dunia. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kondisi ekonomi di negara China tergolong stabil. Pasar ekonomi yang ada di China tergolong besar sehingga barang dan jasa yang dijual oleh perusahaan asing akan diterima secara terbuka oleh warga China. Hal ini dapat menjadi salah satu peluang yang besar bagi para investor asing untuk menanam modalnya di negara China [19]. Bahasa menjadi salah satu tantangan dalam melakukan bisnis di China. Bahasa Mandarin merupakan bahasa yang tergolong sulit karena

sistem penulisannya tidak menggunakan huruf alfabet latin. Solusi kepada investor asing adalah melakukan perekrutan seorang penerjemah sehingga akan lebih mudah ketika melakukan penandatanganan kontrak, melakukan diskusi bersama, dan lainnya. Sebelum membuka bisnis di negara China, tentunya harus memahami budaya dan peraturan yang berlaku di negaranya. Contohnya, perusahaan asing yang ada di negara China tidak boleh mempekerjakan orang dari negara China secara langsung, karena akan dianggap sebagai tindakan yang ilegal bagi negara. Perusahaan asing yang didirikan di China harus mempekerjakan karyawannya melalui agen pengawai atau *Professional Employer Organization* [20].

### 3.1.3. Singapura

Singapura memiliki indeks kebebasan berekonomi yang paling tinggi dibandingkan negara lainnya. Dari data World Bank, Singapura berada di peringkat pertama dengan negara yang paling mudah untuk melakukan bisnis. Pada tahun 1995 hingga 2005, indeks kebebasan dalam berusaha di negara Singapura skornya adalah 100, yang artinya tidak terdapat hambatan dalam berbisnis di negara tersebut [21]. Singapura memiliki lebih dari 700 perusahaan asing atau multinasional yang membuka bisnisnya di negara tersebut dan seiring berjalannya waktu terus bertambah. Singapura memiliki kebijakan dalam melakukan perdagangan secara terbuka yang berdasarkan pada asas *laissez faire* (biarkanlah apa adanya). Kebebasan dalam melakukan perdagangan, bisnis dan investasi, tenaga kerja yang fleksibel, serta struktur hukum yang jelas membuat negara lain melirik pasar di negara Singapura. Kemudahan dalam berbisnis di negara Singapura adalah dari segi tarif atau beban pajak termasuk rendah, adanya keleluasaan dalam valuta asing, hak memiliki aset perbankan dan kredit swasta bagi asing dan izin usaha yang mudah membuat negara lain melirik dan tertarik untuk membuka bisnis di negara Singapura.

Uniknya negara Singapura juga memperlakukan perusahaan asing itu sama dengan perusahaan yang ada di domestik atau negara sendiri. Dengan adanya aturan yang minim, mendirikan bisnis atau perusahaan di Singapura bisa secara mandiri tanpa harus izin dari pemerintah. Dengan adanya aturan yang minim, untuk buka bisnis bisa siap dilakukan dalam waktu satu hari saja. Selain itu, jika negara asing melakukan investasi di perusahaan negara Singapura, pemilik asing dapat memiliki hak saham sepenuhnya. Dengan adanya pasar yang terbuka secara bebas memicu kompetitif dan produktivitas yang sehat. Namun dari semua hal positif dan kemudahan berbisnis di negara Singapura, terdapat tantangan dalam berbisnis di negara Singapura. Contohnya seperti media komunikasi massa yang terbatas serta terbatasnya kebebasan dalam berkumpul dan berbicara dalam hal politik, serta sulit untuk menaiki tangga ekonomi di negara Singapura jika tidak memiliki hubungan atau koneksi dengan orang dalam negeri.

### 3.1.4. Jepang

Beberapa kemudahan berbisnis di Jepang adalah keadaan ekonomi sebab Jepang dikenal sebagai salah satu negara yang paling maju di dunia. Berdasarkan data tahunan bank dunia, Jepang menduduki peringkat 39 dari 190 negara di dunia. Angka tersebut merupakan peringkat tertinggi sepanjang masa yang diraih oleh Jepang pada tahun 2018. Selanjutnya adalah ekspor dan impor, di mana produk-produk di Jepang diminati baik oleh masyarakat lokal maupun masyarakat mancanegara yang menyukai produk Jepang seperti makanan, pakaian, kerajinan, dan lainnya. Dengan adanya hal ini tentu saja akan menarik mata para investor asing karena dengan adanya tenaga kerja yang ahli akan menciptakan pangsa pasar yang kompetitif [22].

Beberapa tantangan bisnis yang ada di Jepang adalah sistem birokrasi yang tinggi. Ketika membuka bisnis di Jepang harus melewati berbagai lapisan pengawasan pemerintahan,

seperti Biro Hukum Kementrian, Kantor Pajak, Kantor Inspeksi, dan lainnya. Setelah mendapatkan izin, perusahaan dapat melanjutkan ke tahap selanjutnya. Tantangan selanjutnya adalah sistem pajak yang berlaku di Jepang. Sistem pajak yang berlaku di Jepang dikenal sangat rumit karena untuk membayar pajak di Jepang menghabiskan waktu 330 jam per tahun dan harus melakukan sebanyak 14 kali pembayaran setiap tahun, Tarif pajak perusahaan yang dikenakan di Jepang relatif tinggi, yaitu sebesar 30 persen [23].

### **3.2. Risiko Berbisnis di Negara Asia**

#### **3.2.1. Indonesia**

Risiko politik merupakan suatu hal yang dapat menjadi pertimbangan investor asing untuk masuk ke Indonesia. Salah satu contoh kasus yang ada di Indonesia yaitu terkait permasalahan pada bea cukai. Belum lama masalah ini menjadi berita hangat yang banyak disebar pada sosial media karena tindakan nakal yang dilakukan oleh oknum Ditjen Bea Cukai kementerian keuangan yang terus terbongkar, Oknum dari Bea Cukai tersebut kedapatan melakukan aksi *fraud* pada pendaftaran IMEI untuk telepon genggam dengan cara mengganti imei yang seharusnya didaftarkan sebagai iPhone diganti menjadi Android dengan tujuan untuk menghindari pajak barang mewah. Karena terdapat regulasi dari Dirjen Bea Cukai nomor PER-13/BC/2021 terkait pembebasan bea masuk senilai 500 USD dan jika melebihi angka dari nominal tersebut, maka akan dikenakan bea masuk. Kasus ini menjadi salah satu contoh bahwa politik di Indonesia masih sangatlah tidak stabil karena banyaknya *fraud* (kegiatan memanipulasi laporan untuk mendapatkan keuntungan) yang dilakukan oleh oknum yang tidak jujur dan bertanggung jawab.

#### **3.2.2. China**

Seorang investor harus memahami pola perilaku penduduk China agar produk yang dijual laris di pasar dan memiliki peluang pasar yang

luas. Bila tidak, produk yang diluncurkan tidak akan menarik pasar di China. Contohnya, penduduk China memboikot produk merk terkenal, seperti H&M, Burberry, Nike dan Adidas karena penduduk China tidak menerima kritik mengenai kerja paksa warga Uighur di pabrik kapas Provinsi Xinjiang sebab hal tersebut merusak negara mereka sendiri. Akibatnya, perusahaan H&M, Burberry, Nike dan Adidas telah diboikot dan kehilangan pasar China sebab adanya isu pelanggaran Hak Asasi Manusia (HAM) [24]. Selain itu, terdapat risiko politik yang muncul ketika membuka bisnis di China. Contohnya, perusahaan Google di China telah memutuskan untuk menutup layanan Google Translate di China bulan Oktober tahun 2022. Alasan Google memberhentikan layanan Google Translate tersebut adalah pengguna yang tergolong rendah. Warga China cenderung memilih layanan perusahaan yang berteknologi China, seperti Baidu dan Sogou [25]. Pada tahun 2010, Google menghentikan layanan Google Search di China karena terdapat serangan *hacker* yang menembus sistem keamanan Google Mail dan serangan tersebut berasal dari China. Alasan lainnya adalah Google harus menaati peraturan sensor yang berlaku di China. Tujuannya adalah agar warga China tidak mengakses atau melakukan pencarian yang memiliki unsur negatif [26].

#### **3.2.3. Singapura**

Risiko bisnis terkait dengan kesehatan pernah terjadi di negara singapura terkait produk Mie Sedaap dari PT Wings Surya yang berasal dari Indonesia. Terdapat produk Mie Sedaap yang ditarik peredarannya di Singapura karena terdapat kandungan pestisida di dalam bungkus cabai dalam produk mie. Singapore Food Agency (SFA) mengatakan bahwa kandungan etilen oksida dalam bubuk cabai tidak bagus untuk kesehatan dalam penggunaan jangka panjang dan dapat meningkatkan risiko terjadinya kanker. Setelah risiko diketahui, PT Wings Surya langsung menarik produk Mie Sedaap dari

pasaran di Singapura untuk memformulasi ulang produk miennya. Dari hal tersebut PT Wings Surya akan mengalami risiko kerugian biaya dalam ekspor dan impor produknya, risiko nama baik suatu perusahaan jatuh di mata negara asing serta masyarakat Singapura yang mengkonsumsi produk Mie Sedaap dalam jangka waktu yang panjang akan mengalami risiko kesehatan. Regulasi setiap negara berbeda-beda dalam hal komposisi di dalam makanan, maka dari itu sebaiknya perusahaan harus lebih teliti dalam mengeksport produk, terutama dalam hal pangan yang berkaitan dengan kesehatan masyarakat dalam suatu negara.

#### 3.2.4. Jepang

Risiko yang dihadapi ketika membuka bisnis di Jepang adalah risiko pemerintah. Contohnya, Airbnb melakukan pembatalan sebanyak ribuan reservasi kepada wisatawan yang berlibur di Jepang. Pada tahun 2018, Jepang mengeluarkan peraturan baru, yaitu setiap pemilik rumah yang ingin menyewakan rumah sebagai tempat penginapan harus mendapatkan izin pemerintah secara legal. Jika pemilik rumah tidak memiliki nomor izin dari pemerintah, maka reservasi akan dibatalkan. Akibat dari kejadian tersebut, sebanyak ribuan reservasi dibatalkan sehingga Airbnb harus menyediakan uang sebesar 10 juta dolar AS untuk memberikan kompensasi kepada para wisatawan yang reservasinya telah dibatalkan [27].

#### 4. KESIMPULAN

Globalisasi belakangan ini memiliki *trend* yang cukup positif dan banyak perusahaan besar yang membuka bisnisnya di luar negeri. Dengan berbagai tujuan dan pertimbangan di berbagai negara, benua Asia termasuk salah satu benua yang paling cocok untuk membuka bisnis yang lebih menguntungkan perusahaan. Salah satu alasannya yaitu tingkat konsumsi yang tinggi, terdapat banyaknya produk yang kompetitif dan harga yang ditawarkan lebih rendah. Selain dalam banyaknya hal kemudahan

dan keuntungan untuk berbisnis di beberapa negara kawasan Asia, terdapat banyak tantangan yang muncul. Kebebasan berekonomi di negara Asia dapat membawakan dampak negatif terhadap harga saham dan juga persaingan yang tidak sehat antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya.

Negara yang dijadikan objek dalam penelitian adalah negara Indonesia, China, Singapura dan Jepang. Ketika suatu perusahaan memasuki negara asing untuk membuka bisnis, tentunya akan ada kemudahan dan tantangan yang muncul. Kemudahan untuk membuka bisnis di negara Indonesia adalah terdapat sumber daya alam dan manusia yang melimpah untuk membantu proses operasional perusahaan dan juga strategi lokasi negara Indonesia yang strategis beserta pasar Indonesia yang masih muda. Di negara China, infrastruktur yang memadai dan tenaga kerja yang terampil menjadi daya tarik bagi investor asing untuk masuk ke pasar China yang tergolong besar dan stabil sehingga menjadi peluang untuk menanam modal dan mendapatkan keuntungan. Kondisi ekonomi yang maju dan ekspor impor yang laju di Jepang memudahkan perusahaan asing untuk masuk ke pasar Jepang. Dengan teknologi yang maju dan tenaga kerja yang berpendidikan serta ahli akan menunjang perusahaan dalam mencapai tujuan bisnis. Di Singapura, kebijakan dan kebebasan perdagangan serta struktur hukum yang jelas sangatlah mendorong perusahaan asing untuk masuk ke Singapura.

Selain kemudahan dalam membuka bisnis di negara asing, terdapat berbagai tantangan untuk membuka bisnis di negara asing. Salah satunya tantangan di negara Indonesia adalah terdapat infrastruktur yang masih kurang memadai, regulasi yang sangat rumit dan maraknya demonstrasi yang dilakukan oleh para buruh. Tantangan membuka pasar di negara China adalah kendala bahasa, karena sistem penulisan yang tergolong rumit dan butuh waktu lama untuk dipahami, selain itu terdapat berbagai

peraturan dari pemerintah terkait membuka bisnis yang harus dipatuhi dan akses pasar akan menjadi sulit jika perusahaan memiliki reputasi yang buruk. Selanjutnya, sistem birokrasi yang tinggi menjadi tantangan bagi suatu perusahaan untuk masuk ke pasar Jepang, dikarenakan harus melewati berbagai pengawasan dari pemerintahan setempat dan sistem pajak yang rumit dan biaya yang relatif tinggi. Tantangan berbisnis di negara Singapura adalah sistem peraturan pemerintah terhadap perusahaan internal yang tergolong sangat rumit dan membebani perusahaan, terdapat komunikasi massa yang terbatas serta terbatasnya kebebasan masyarakat dalam melakukan pendapat di publik.

Saran yang dapat diberikan dari tim penulis bagi perusahaan yang baru ingin memasuki pasar asing adalah sebagai berikut.

1. Melakukan analisa yang lebih teliti terkait aspek budaya, politik, kultur, sosial, ekonomi dan sebagainya di negara asing, sehingga dapat mengurangi kemungkinan menurunnya reputasi perusahaan dan menghindari permasalahan yang terkait.
2. Mempekerjakan konsultan setempat mengenai legalitas dan perpajakan. Adanya berbagai hambatan seperti regulasi dan izin dari pemerintah yang sulit bagi perusahaan asing, maka sangat disarankan bagi perusahaan untuk menemui konsultan setempat yang cocok dan terbaik. Dengan tujuan untuk membantu mempermudah proses regulasi supaya dapat mengurangi risiko dan biaya yang terjadi.
3. Melakukan analisa terhadap pasar asing. Perusahaan harus mampu melakukan analisa pasar dari suatu negara untuk lebih memahami apakah produk ataupun layanan jasa yang akan disampaikan kepada masyarakat setempat akan sesuai atau sebaliknya.
4. Beradaptasi dengan lingkungan. Jika perusahaan sudah memasuki pasar asing, maka perusahaan dan karyawannya harus

adaptasi dengan maksimal untuk menghindari terjadinya hal yang tidak diinginkan. Contoh salah satunya adalah pemboikotan merek dan sebagainya yang dilakukan oleh masyarakat setempat.

## 5. REFERENSI

- [1] S. Sirait and K. Sinaga, "Effective BUMDes Management Strategies to Improve Village Economy in Naga Dolok Village, Simalungun Regency," *J. Mantik*, vol. 4, no. 3, pp. 2218–2224, 2020.
- [2] B. Nathania, S. Sirait, and A. T. Purba, "Village Economic Revitalization Through Technology-Based OVOP Approach," *Econ. Dev. Anal. J.*, vol. 11, no. 4, pp. 405–414, 2022.
- [3] G. Menet, "The Importance of Strategic Management in International Business: Expansion of the PESTEL Method," *International Business and Global Economy*, vol. 35, no. 2, pp. 261–270, 2016, Accessed: Mar. 14, 2023. [Online]. Available: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=532082>
- [4] F. Rezeki *et al.*, *Bisnis Internasional*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2022.
- [5] A. Gumilar, "Analisis Bisnis Internasional Di Indonesia," *Jurnal ADBIS*, vol. 2, no. 2, pp. 141–154, 2018.
- [6] Acclime, "Why Expand Your Business to Asia – Reasons & Opinions," *acclime.com*, Jul. 24, 2020. <https://www.acclime.com/insights/why-expand-your-business-to-asia/> (accessed Mar. 14, 2023).
- [7] Centuro Global, "5 Reasons to Do business," *centuroglobal.com*, Jan. 12, 2022. <https://www.centuroglobal.com/article/5->

- reasons-to-do-business-in-asia (accessed Mar. 14, 2023).
- [8] C. Dempsey, “Doing Business in Asia | Why Asia continues to attract a lot of Investment,” *bizlatinhub.com*, Oct. 07, 2017.  
<https://www.bizlatinhub.com/business-asia-investors-asias-economy/> (accessed Mar. 14, 2023).
- [9] G. Kumra, J. Ngai, J. Sengupta, J. Seong, and J. Woetzel, “Building 21st century companies in Asia,” *mckinsey.com*, Jan. 19, 2022.  
<https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-asia/building-21st-century-companies-in-asia> (accessed Mar. 14, 2023).
- [10] T. G. Ani, “Effect of Ease of Doing Business to Economic Growth among Selected Countries in Asia,” *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, vol. 3, no. 5, pp. 139–145, 2015, Accessed: Mar. 11, 2023. [Online]. Available: <http://www.apjmr.com/apjmr-vol-3-no-5-part-ii/>
- [11] K. E. Meyer and K. R. Xin, “Managing Talent in Emerging Economy Multinational: Integrating Strategic Management and Human Resource Management,” *The International Journal of Human Resource Management*, vol. 29, no. 11, pp. 1827–1855, Jun. 2017, doi: 10.1080/09585192.2017.1336362.
- [12] J. D. Gwartney, R. G. Holcombe, and R. A. Lawson, “Economic Freedom, Institutional Quality, and Cross-Country Differences in Income and Growth,” *Cato Journal*, vol. 24, no. 2, 2004, Accessed: May 17, 2023. [Online]. Available: <https://www.cato.org/sites/cato.org/files/serials/files/cato-journal/2004/11/cj24n3-2.pdf>
- [13] S. T. Cavusgil, S. Deligonul, P. N. Ghauri, V. Bamiatzi, B. Il Park, and K. Mellahi, “Risk in international business and its mitigation,” *Journal of World Business*, vol. 55, no. 2, p. 101078, Feb. 2020, doi: 10.1016/J.JWB.2020.101078.
- [14] J. R. Raco and C. R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Grasindo, 2010.
- [15] T. Miller, A. B. Kim, J. M. Roberts, and P. Tyrell, “2021 Index of Economic Freedom,” 2021.  
[https://www.heritage.org/index/pdf/2021/book/2021\\_IndexofEconomicFreedom\\_Highlights.pdf](https://www.heritage.org/index/pdf/2021/book/2021_IndexofEconomicFreedom_Highlights.pdf) (accessed May 10, 2023).
- [16] Y. Yuswardi and I. Wanto, “Kinerja Karyawan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya pada Karyawan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) di Batam,” *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, vol. 5, no. 1, pp. 920–926, Jan. 2022, doi: 10.36778/JESYA.V5I1.670.
- [17] Maulana and M. Tohir, “Budaya Birokrasi di Indonesia,” 2016.
- [18] Y. Yuswardi and J. Jesen, “Analisa Dampak Intrinsic & Extrinsic Reward, Employee Perceived Training Effectiveness Dan Leadership Terhadap Perfoma Karyawan Yang Dimediasi Oleh Motivasi Karyawan Pada Agen Asuransi Kota Batam,” *eCo-Buss*, vol. 5, no. 1, pp. 146–158, Aug. 2022, doi: 10.32877/EB.V5I1.333.
- [19] A. M. H. Putri, “Salip China, Jumlah Penduduk India Kini Terbanyak di Dunia!,” *CNBC Indonesia*, Feb. 08, 2023.  
<https://www.cnbcindonesia.com/research/20230208112247-128-412053/salip-china-jumlah-penduduk-india-kini-terbanyak-di-dunia> (accessed May 24, 2023).
- [20] BBC, “Jalan raya dan kereta api, rahasia sukses ekonomi Cina,” 2016.  
[https://www.bbc.com/indonesia/vert\\_aut/](https://www.bbc.com/indonesia/vert_aut/)



- 2016/07/160721\_vert\_aut\_cina (accessed Mar. 13, 2023).
- [21] T. H. Reditya, “Reformasi Ekonomi China dan Dampak Pentingnya,” *Kompas.com*, Nov. 21, 2021. <https://internasional.kompas.com/read/2021/11/21/210000470/reformasi-ekonomi-china-dan-dampak-pentingnya?page=all> (accessed May 17, 2023).
- [22] H. One, “Budaya Kerja Di China: Strategi & Tips Mengelola Karyawan,” 2020. [https://www-hrone-com.translate.goog/blog/work-culture-china/?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=id&\\_x\\_tr\\_hl=id&\\_x\\_tr\\_pto=tc](https://www-hrone-com.translate.goog/blog/work-culture-china/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc) (accessed Mar. 13, 2023).
- [23] T. Miller and K. R. Holmes, “2009 Index of Economic Freedom,” Washington, 2009. Accessed: May 29, 2023. [Online]. Available: [https://www.heritage.org/index/pdf/2009/index2009\\_full.pdf](https://www.heritage.org/index/pdf/2009/index2009_full.pdf)
- [24] D. Foster, “Alasan Mengapa Anda Harus Berbisnis di Jepang,” 2020. <http://clare-kochiekimae.com/alasan-mengapa-anda-harus-berbisnis-di-jepang/> (accessed Mar. 14, 2023).
- [25] F. Mcdonalid, “Pro dan Kontra Melakukan Bisnis di Jepang,” 2020. <http://www.calgoncarbon-jp.com/pro-dan-kontra-melakukan-bisnis-di-jepang/> (accessed Mar. 14, 2023).
- [26] M. A. Septiawan, “Nike, H&M, dan Adidas Kehilangan Pangsa Pasar Usai Diboikot China,” 2021. <https://www.trenasia.com/nike-hm-dan-adidas-kehilangan-pangsa-pasar-usai-diboikot-china> (accessed Mar. 13, 2023).
- [27] A. C. Nugroho, “Google Suntik Mati Layanan Google Translate di China,” 2022. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20221003/620/1583561/google-suntik-mati-layanan-google-translate-di-china> (accessed Apr. 20, 2023).
- [28] Tempo, “Seperti Apa Dunia Tanpa Layanan Google? Mungkin Kita Bisa Berkaca dari China,” 2021. <https://www.tempo.co/abc/6335/seperti-apa-dunia-tanpa-layanan-google-mungkin-kita-bisa-berkaca-dari-china> (accessed Apr. 20, 2023).
- [29] Jeko, “Airbnb Akhirnya Bisa Beroperasi di Negeri Sakura,” *Liputan6*, Jun. 11, 2017. <https://www.liputan6.com/tekno/read/2986427/airbnb-akhirnya-bisa-beroperasi-di-negeri-sakura> (accessed May 10, 2023).