

ANALISIS RISIKO PERDAGANGAN INTERNASIONAL PADA PERUSAHAAN PT REKSO NASIONAL FOOD (MCDONALD'S) DALAM EKSPANSI BISNIS SECARA GLOBAL

Nafa Natasya Dwi Saputri, Muhammad Ali Fikar Alhamid, Perwito

Universitas Muhammadiyah Bandung

Email: nafanatasya@umbandung.ac.id, alifikar@umbandung.ac.id dan
perwito@umbandung.ac.id

Abstrak

Studi ini menganalisis risiko yang terkait dengan perdagangan internasional untuk PT Rekso Nasional Food, pemegang lisensi McDonald's di Indonesia, karena memperluas bisnisnya secara global. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan deskriptif untuk mengidentifikasi berbagai risiko yang mungkin timbul dalam operasi bisnis internasional. Risiko utama yang diperiksa termasuk risiko negara, risiko lintas budaya, risiko keuangan, dan risiko komersial, yang sangat penting untuk memahami ketidakpastian yang dihadapi oleh perusahaan multinasional. Temuan ini menyoroti bahwa sementara perdagangan internasional dapat meningkatkan jangkauan pasar dan profitabilitas, itu juga memperkenalkan tantangan signifikan yang memerlukan penilaian yang cermat dan strategi mitigasi. Studi ini menekankan pentingnya mengenali potensi ancaman dan memahami dampaknya untuk mengoptimalkan operasi bisnis dalam konteks global. Dengan memanfaatkan data deskriptif yang dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk jurnal akademik dan buku, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang kompleksitas risiko bisnis internasional dan strategi yang dapat digunakan untuk menavigasi mereka secara efektif.

Kata kunci: Perdagangan Internasional; Risiko Negara; Risiko Keuangan; Mcdonald's

Pendahuluan

Perdagangan internasional merupakan aktivitas ekonomi dengan melakukan ekspor dan impor antar negara (Dumairy, 1998). Aktivitas ini bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup suatu negara (Schumacher, 2013). Perusahaan multinasional telah menjadikan perdagangan internasional sebagai bagian penting dari rencana mereka untuk berkembang. Perusahaan dapat memperluas pasar, meningkatkan pendapatan, dan mencapai skala ekonomi yang lebih besar melalui perdagangan internasional. Salah satu contohnya adalah PT Rekso Nasional Food, pemegang lisensi McDonald's di Indonesia, yang aktif berkontribusi pada ekspansi global McDonald's. Sebagai bagian dari jaringan restoran cepat saji terbesar di dunia, PT Rekso Nasional Food berperan penting dalam memperluas kehadiran McDonald's di Indonesia sekaligus memperkuat posisi merk tersebut di pasar global.

Menurut Hamada, risiko bisnis mengacu pada ketidakpastian yang dihadapi perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya (Prabansari dan Kusuma, 2005). Risiko bisnis yang lebih kecil dapat meningkatkan optimalisasi struktur modal, sedangkan risiko yang lebih besar juga memungkinkan struktur modal menjadi lebih optimal. Dalam konteks internasional, perusahaan perlu melakukan kajian untuk

mengantisipasi potensi risiko, memahami dampak yang ditimbulkan, serta mengambil langkah-langkah untuk memitigasi efek negatifnya. Pemahaman akan potensi ancaman sangatlah penting. Dalam perdagangan internasional, baik negara maju maupun negara berkembang berupaya untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan manfaat positifnya.

Setiap perusahaan yang menjalankan bisnis internasional akan menghadapi berbagai tantangan, dimana mereka harus beradaptasi dari pasar domestik yang relatif sederhana ke pasar global yang lebih kompleks. Oleh karena itu, dalam melakukan ekspansi ke pasar internasional, perusahaan perlu merancang atau menyusun strategi yang komprehensif agar tujuan ekspansi dapat tercapai dengan baik. Dalam pembahasan kali ini, penulis menggunakan McDonald's sebagai objek penelitian untuk menganalisis berbagai risiko yang dihadapi perusahaan tersebut dalam mengembangkan usahanya di kancan internasional. McDonald's Corporation adalah perusahaan multinasional asal Amerika Serikat yang mengoperasikan jaringan restoran cepat saji terkenal. Restoran ini menawarkan beragam menu seperti hamburger, french fries, chicken, salad, dan berbagai minuman. Didirikan pada tahun 1940 oleh Richard dan Maurice McDonald di San Bernardino, California, McDonald's mengalami pertumbuhan pesat setelah bergabung dengan Ray Kroc, yang memperkenalkan model waralaba dengan membuka restoran pertama pada tahun 1955.

Metode Penelitian

Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah PT Rekso Nasional Food atau McDonald's. McDonald's adalah perusahaan ritel asal Amerika Serikat yang bergerak di bidang makanan cepat saji dan real estate, didirikan pada tahun 1940. Sebagai restoran fast food terbesar di dunia, McDonald's telah membuka ribuan cabang yang terbesar di lebih dari 100 negara, termasuk Indonesia.

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dan deskriptif. Data yang dikumpulkan bersifat deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk informasi yang bersifat deskriptif dan data yang diperoleh akan dikaitkan dengan teori serta analisis dari perusahaan.

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa informasi deskriptif. Melalui pendekatan deskriptif, penulis berupaya menggali dan mengumpulkan informasi yang relevan dengan situasi, kondisi, serta objek penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan memanfaatkan sumber-sumber informasi yang tersedia di internet, seperti jurnal, buku ilmiah, dan referensi lain yang berkaitan dengan topik penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif untuk mengidentifikasi risiko-risiko yang mungkin muncul dalam bisnis internasional. Analisis ini didukung oleh variabel-variabel seperti risiko negara (country risk), risiko lintas budaya (cross-cultural risk), risiko keuangan (financial risk), dan risiko komersial (commercial risk).

Hasil dan Pembahasan

Country Risk

1. Risiko Politik dan Operasionalnya

Perusahaan McDonald's memberikan pengumuman terkait dengan pengunduran dirinya dari Rusia setelah beroperasi lebih dari 30 tahun di negara tersebut dan mulai menjual restorannya. Alasan yang menyebabkan McDonald's mengambil keputusan tersebut adalah adanya krisis kemanusiaan dan lingkungan operasi yang tidak terduga yang diakibatkan oleh kejadian perang Rusia-Ukraina (McDonald's Corporate 22). McDonald's memberikan pengumuman penjualan kepemilikan bisnis kepada masyarakat lokal dan akan memulai proses "de-arching" (Morton 2022). De-arching adalah pembelian merek baru yang dimana pembeli tidak berhak menggunakan nama, logo, merek, dan menu McDonald's. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mempertahankan merek dagangnya di Rusia.

2. cross-cultural risk

a. Perbedaan Budaya

McDonald's menghadapi berbagai perbedaan budaya saat memperluas bisnisnya ke berbagai negara. Kebiasaan makan, preferensi makanan, nilai agama, dan pola konsumsi masyarakat setempat mempengaruhi adaptasi perusahaan. Di Indonesia, misalnya, nasi merupakan makanan utama, sehingga McDonald's menyesuaikan menu dengan menawarkan ayam goreng bersama nasi. Sementara itu, di negara Barat seperti Amerika Serikat, ayam goreng lebih sering disajikan dengan kentang goreng, yang mencerminkan kebiasaan makan yang berbeda.

Faktor agama juga memainkan peran penting, terutama di negara dengan mayoritas Muslim, seperti Indonesia atau negara-negara Timur Tengah. McDonald's memastikan produk mereka memenuhi standar halal dengan mengubah bahan dan proses produksi. Perusahaan ini juga mengadaptasi menu sesuai dengan cita rasa lokal; di Jepang, mereka menyajikan burger dengan bahan seperti nasi dan ikan teri, sementara di India, mereka menawarkan pilihan vegetarian karena banyak penduduk India yang menghindari daging ayam dan sapi.

Selain itu, perbedaan dalam waktu makan dan kebiasaan sosial memengaruhi cara McDonald's beroperasi. Di Prancis, misalnya, waktu makan siang lebih panjang dan santai, sedangkan di Amerika Serikat, makan siang lebih cepat dan praktis. McDonald's menyesuaikan jam operasional dan layanan mereka agar sesuai dengan kebiasaan lokal, seperti menyediakan layanan drive-thru di negara-negara dengan pola makan cepat.

Secara keseluruhan, McDonald's berhasil menyesuaikan diri dengan beragam perbedaan budaya ini dengan bijak, yang memungkinkan mereka untuk terus sukses di pasar global yang beragam.

b. Pemilihan Keputusan

McDonald's mengambil keputusan bisnis dengan menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan budaya pasar lokal agar bisnisnya dapat berjalan dan berkembang dengan baik. Contohnya, di India, sebagian besar penduduk tidak mengonsumsi daging sapi karena alasan agama dan budaya. Untuk memenangkan hati konsumen di India, McDonald's memutuskan untuk mengubah menu mereka, menggantikan hamburger daging sapi dengan pilihan berbahan dasar ayam, ikan, dan hidangan vegetarian seperti McAloo Tikki (burger kentang). Keputusan ini berhasil membantu McDonald's tetap populer dan bertahan di pasar India yang memiliki kebiasaan makan yang sangat berbeda.

c. Praktik Etis

Dalam setiap bisnis, termasuk McDonald's, perhatian utama adalah praktik etis demi keberlanjutan. McDonald's mendukung praktik etisnya melalui program Scale for Good, yang berkomitmen pada praktik yang mendukung petani, komunitas, dan lingkungan. Program ini dirancang untuk bekerja sama dengan pemasok dan petani guna memproduksi bahan baku secara lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan, menciptakan dampak positif baik bagi masyarakat maupun lingkungan, dari tahap produksi hingga konsumsi.

McDonald's juga memiliki hubungan yang baik dengan karyawannya, yang dikenal sebagai crew members. McDonald's memahami bahwa jika lingkungan kerja bersifat inklusif dan suportif, para crew akan lebih termotivasi untuk memberikan pelayanan terbaik. Hubungan baik ini membantu McDonald's mempertahankan reputasi perusahaan sekaligus memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan.

Oleh karena itu, meskipun McDonald's memiliki latar belakang budaya yang beragam di antara pemasok, karyawan, dan pelanggannya, perusahaan tetap berkomitmen untuk memperlakukan semua pihak dengan adil dan setara, menghargai nilai keberagaman dan inklusivitas.

3. Financial risk

Perekonomian dalam suatu negara dapat mempengaruhi pertumbuhan suatu perusahaan terutama dalam masalah profitabilitas perusahaan secara langsung maupun tidak langsung. Berikut risiko-risiko keuangan yang berpengaruh terhadap laporan keuangan dan perdagangan pada McDonald's :

a. Inflasi

Inflasi memiliki dampak terhadap harga menu McDonald's, dimana kenaikan inflasi menyebabkan harga menu ikut meningkat langkah ini diambil untuk menyesuaikan dengan meningkatkan biaya tenaga kerja dan bahan baku. Sebagai

contoh, pada tahun 2020 selama pandemi Covid-19, inflasi yang tinggi mendorong McDonald's corporation secara global untuk mengurangi anggaran pemasaran dan promosi, menghadapi kenaikan upah di tengah kelangkaan tenaga kerja, menanggung biaya isolasi karyawan, serta melatih tenaga kerja baru. Dampak inflasi ini terasa di Tiongkok akibat pembatasan dan penutupan area tempat duduk di restoran. Sebaliknya, di Amerika Serikat, penjualan McDonald's justru meningkat pesat selama pandemi.

b. Exchange Rate

Perubahan nilai tukar mata uang dalam suatu negara memiliki pengaruh yang signifikan terhadap bisnis pada perdagangan internasional. Seperti halnya ketika eksposur terhadap mata uang AS, aliran dana yang masuk ke negara lain oleh McDonald's akan meningkat, sehingga McDonald's harus siap menghadapi berbagai risiko, baik itu berupa pengurangan maupun peningkatan profitabilitas.

c. Perpajakan Luar Negeri

Dalam upaya pemasaran global McDonald's, memahami implikasi pajak sangatlah penting. McDonald's harus memastikan pajaknya terlibat dalam memperluas operasinya atau melakukan pemasaran global di suatu negara. Hal ini mencakup pertimbangan seperti Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas penjualan makanan cepat saji, yang dapat bervariasi dari suatu negara ke negara lain.

4. Commercial Risk

Terjalannya kerjasama dengan perusahaan atau entitas lain mengharuskan McDonald's untuk tetap menjaga image dan citranya sesuai dengan standar operasionalnya. Dengan membina hubungan yang baik dengan para mitra dapat melakukan pengembangan dan meningkatkan layanan pengiriman makanan melalui berbagai platform seperti food Panda, Go food, dan Grab food. Selain itu perusahaan McDonald's membantu menarik pelanggan dan meningkatkan pendapatan. Selain itu McDonald's juga melakukan kerjasama dengan influencer guna meningkatkan dan memperluas pemasaran, seperti dengan BTS Meals dan New Jeans X.

Kesimpulan

McDonald's dikenal sebagai salah satu waralaba makanan cepat saji terbesar di dunia, menawarkan berbagai menu lezat seperti ayam goreng, hamburger, kentang goreng, dan lainnya, sambil terus memperkenalkan produk baru untuk menarik perhatian pelanggan. Untuk tetap bertahan dalam persaingan yang ketat, McDonald's menerapkan berbagai strategi. Berdasarkan informasi di atas, dapat disimpulkan bahwa kekuatan faktor internal perusahaan lebih dominan dibandingkan kelemahannya, menjadikan pengelolaan rantai makanan cepat sajinya sebagai salah satu yang terbaik di industri ini. Kunci kesuksesannya adalah strategi pemasaran global McDonald's, yang diakui luas sebagai pelopor, dengan fokus kuat pada penyesuaian untuk memenuhi preferensi lokal dan nuansa budaya di setiap lokasi.

Bibliografi

- Adrai, R., & Perkasa, H. D. (2024). Penerapan etika bisnis dan tanggung jawan sosial perusahaan dalam internasional humasn resources management (Vol. 6). Indonesia: Jurnal manajemen dan bisnis madani.
- Alisa, F. N., Priyono, J., & Paulus, D. H. (2023). Analisis sanitary and phytosanitary measures negara sebagai bentuk hambatan dalam perdagangan internasional. Semarang: Diponegoro law journal.
- Anvito, N. E., & Nugroho, A. A. (2022). Analisis strategi ekspansi internasional lion parcel (Vol. 14). Jurnal transaksi.
- Dewi, M. H. (2019). Analisa Dampak Globalisasi Terhadap Perdagangan Internasional (Vol. 9). Jurnal Ekonomi.
- dewi, N. m. (2019). Strategi ekspansi PT. Garuda Indonesia Tbk melalui kolaborasi internasional dengan skyteam airline alliance. Semarang: Jurnal hubungan internasional.
- Dr.H.A Husein Fattah, M. (n.d.). Risiko bisnis yang dihadapi starbucks. Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Gulo, J. B., Sriyanto, M. R., & Rokhim, A. N. (2024). Analisis wanprestasi indonesia terhadap perdagangan internasional yang disebabkan oleh peperangan negara palestina dan israel. Jurnal kewarganegaraan.
- Manullang, A., Nainggolan, D. C., Aurani, K., Stiffany, N., Alim, S., & Adlina, H. (2023). Strategi ekspansi global pada perusahaan starbucks dalam bisnis internasional (Vol. 2). Sumaatera Utama: Jurnal manajemen dan akuntansi.
- Morina, F., Hysa, E., Ergun, U., Panait, M., & Voica, M. V. (2020). The effect o exchange rate volatility on economic growth : case of the CEE countries. Romania: Journal of risk and financial management.
- Sugiharti, L., Esquivas, M. A., & Setyorani, B. (2019). The Impact of exchange rate volatility on Indonesia's top exports to the five main export markets. Surabaya: Elsevier Ltd.
- Suprpto, Y., Alex, Joycelin, Marlina, S. e., & Shelvi. (2023). Analisis penerapan strategi dan risiko yang dihadapi dalam bisnis internasional oleh McDonalds (Vol. 6). Batam: SEIKO.
- Suprpto, Y., Telaumbanua, L. M., Febrianti, Christani, G., & Sembiring, T. (2023). Analisis bisnis internasional pada industri fashion dalam perusahaan erigo (Vol. 8). Batam: Jurnal mirai management.
- Surparpto, Y., Melvin, Richmond, & Wilyanto, A. (2023). Analisis strategi dan risiko ekspansi bisnis internasional pada A&W (Vol. 6). Batang: SEIKO : Journal of management & business.
- Surprpto, Y., Hartono, C., Jennifer, F., Liu, M. S., & Nicholas. (2023). Analisis risiko risiko bisnis internasional pada perusahaan starbucks dalam ekspansi bisnis secara global (Vol. 6). Batam: SEIKO : Jurnal of management & business.
- Suryanto, & Kurniarti, P. S. (2022). Analisis Perdagangan Internasional Indonesia dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya (Vol. 7). Bandung: Jurnal of International Studies.
- Suryanto, P. (2022). Analisis perdagangan internsional indonesia dan faktor-faktor yang memengaruhuhinya (Vol. 7). Indonesia: Intermestic.
- Toblingin, R. P., Sunaryo, T., & Mangani, K. S. (n.d.). Analisis Risiko Transaksi Pembayaran Perdagangan Internasional.

- Utami, W. S. (2015). Percepatan dwelling time : strategi peningkatan kinerja perdagangan internasional pelabuhan tanjung priuk. Indonesia: Economics Development analysis jurnal.
- Wistiasari, D., & Safitri, Y. A. (2023). Analisis perspektif bisnis internasional pada apple inc. Batam: ISSN.
- Wulandari, A., Soleha, D. M., & Wulandari, R. (2023). Analisis Dampak Globalisasi terhadap perdagangan internasional. Bekasi: J-MAS (jurnal manajemen dan syariah).
- Zaki, E. N., Wafa, D. T., Ziddani, H., & Sarpini. (2024). Perdagangan Internasional (Vol. 4). Purwokerto: Merdeka Indonesia Journal International (MIJI).