



INSTITUTE OF BUSINESS  
(IOB)

# MANAJEMEN KEUANGAN INTERNASIONAL

Email

PEDRO XIMENES ST,MM

: [larimata@lycos.com](mailto:larimata@lycos.com)

: [radio\\_kliburfm@yahoo.com](mailto:radio_kliburfm@yahoo.com)

# *Pendahuluan*

## ■ **Kriteria Penilaian :**

- Kehadiran di kelas minimal 80% dari total pertemuan (14x pertemuan)
- Nilai akhir = 30% UTS+ 40%UAS + 30% tugas & partisipasi dalam kelas

## ■ **Buku Referensi :**

- Alan C Shapira, Multinacional Financial Management, Ally Bacocon Publisher Boston 1992
- M. Faisal, Manajemen Keuangan Internasional, Salemba Empat, 2001
- Internet

# Satuan Acara Perkuliahan

NO	POKOK BAHASAN	SUB POKOK BAHASAN
1	<b>Ruang Lingkup Manajemen Keuangan International</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perusahaan Multinational</li> <li>2. Perkembangan dan Evolusi Perusahaan Multinational</li> <li>3. Tujuan Manajemen Keuangan International</li> </ol>
2	<b>Sistem Penentuan Kurs Valas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sejarah system Moneter International</li> <li>2. Macam Macam Sistem penetapan Kurs Valas</li> <li>3. Beberapa Faktor yang mempengaruhi Kurs Valas</li> </ol>
3.	<b>Balance of Payment (BOP)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Defenisi BOP</li> <li>2. Mengukur BOP</li> <li>3. Kategori BOP</li> <li>4. Current Account</li> <li>5. Capital Account</li> <li>6. Official reserve account</li> </ol>
4.	<b>Kurs dan Bursa Valas Spot Rate</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pasar Valas</li> <li>2. Biaya Transaksi Valas</li> <li>3. Spot Rate dan Spot Market</li> <li>4. Latihan Soal menghitung Spot rate</li> </ol>
5.	<b>Kurs dan Bursa Valas Cross Forward Rate/Market</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cross Rate</li> <li>2. Forward Rate</li> <li>3. Forward Market</li> <li>4. Forward Contract</li> <li>5. Latihan soal menghitung cross rate</li> </ol>

# SAP....lanjutan

6.	<b>Hadging Currency Future Market</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Curreny Future Market</li><li>2. International Monetary Market</li><li>3. Future Contract</li><li>4. Spekulasi CFM</li></ol>
7.	<b>Hadging Currency Option market</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Currency Option Market</li><li>2. At, In, Out Of the Money</li><li>3. Call Option</li><li>4. Put Options</li><li>5. Straddle</li><li>6. Latihan Soal Menghitung COM</li></ol>
8.	<b>Kurs Valas Inflasi dan Bunga</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Interest Rate Parity Theory</li><li>2. Purchasing Power Parity Theory</li><li>3. International Fisher Effect Theory</li><li>4. International Parity Condition</li><li>5. Latihan soal menghitung Inflasi bunga dan Valas</li></ol>
9.	<b>SWAP Currency</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Currency Swap</li><li>2. Interest Rate Swap</li><li>3. Cross Currency Interest Rate</li><li>4. Type of Currency Swap</li></ol>

## Kuliah I. (ruang lingkup MKI)

### ■ Apa itu Manajemen Keuangan Internasional :

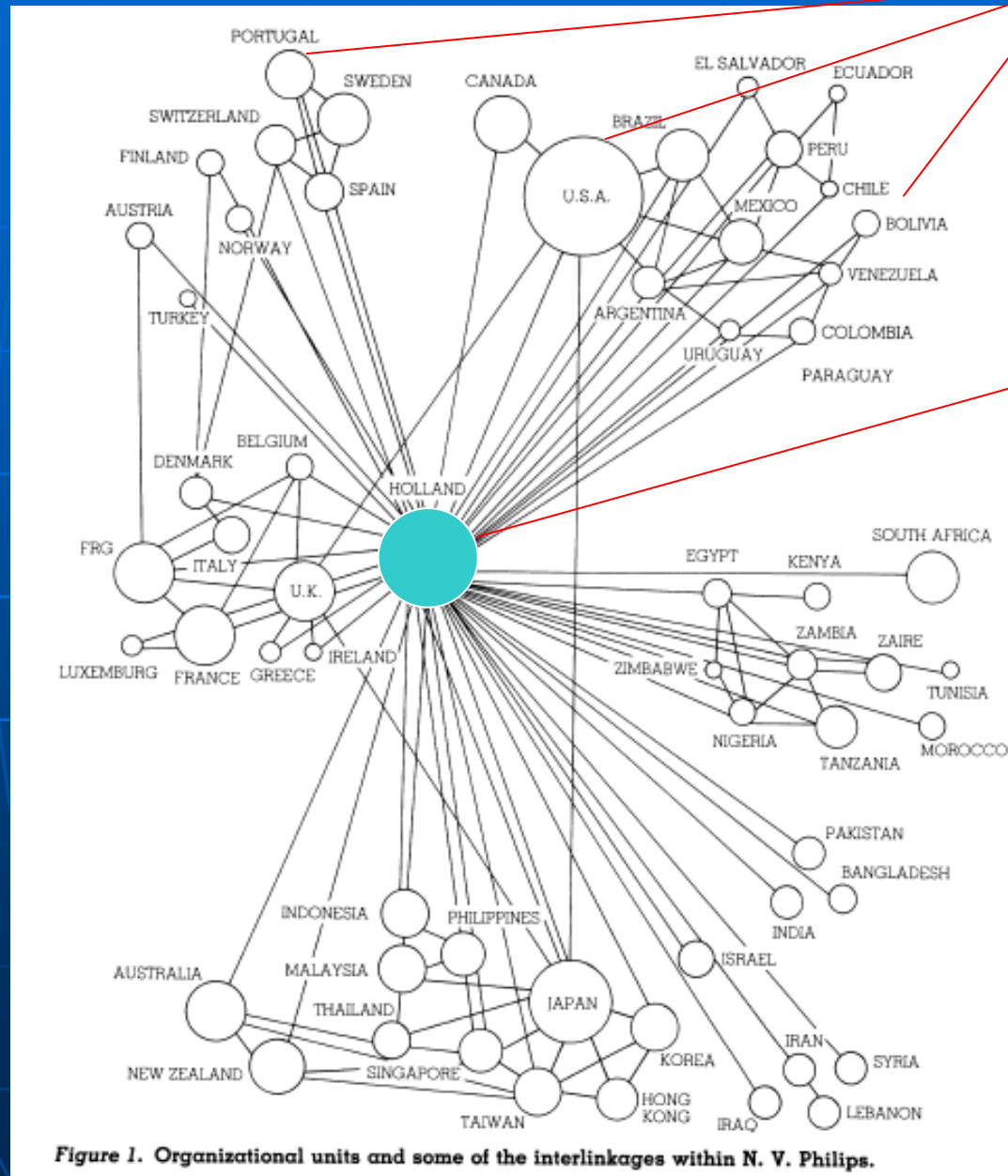


- Pada dasarnya prinsip dan tujuan MKI adalah sama dengan Manajemen keuangan pada umumnya, hanya lingkup ruangnya yang berubah menjadi lingkup internasional.
- Tujuan MKI :  
*Memaksimalkan kekayaan pemegang saham, yang selanjutnya diterjemahkan menjadi memaksimalkan harga per lembar saham, dalam lingkup operasi internasional*

# Perusahaan Multinasional (*Multinational Corporation 'MNC'*)

- Apa itu MNC :
  - Perusahaan yang beroperasi di lebih dari 1 negara
    - Perusahaan memiliki fasilitas dan aset-aset lainnya pada sekurang-kurang satu negara
    - Memiliki kantor dan fasilitas produksi (pabrik) di beberapa negara berbeda dan biasanya memiliki kantor pusat yang mengkoordinasikan manajemen secara global
    - Beberapa MNC memiliki yang sangat besar dan bahkan ada yang melebihi budget dari suatu negara.
    - Disebut juga sebagai " Transnational Corporation"

# MNC



Subsidiaries / Affiliates

Headquarters

Figure 1. Organizational units and some of the interlinkages within N. V. Philips.

# Berbagai Metode untuk go Internasional

## 1. Ekspor

### ■ Kelebihan :

- Resiko kecil, penjualan meningkat dan mengurangi stok perusahaan
- Eksportir tidak terlibat dalam masalah yg berkaitan dengan iklim usaha di luar negeri
- Cara mudah untuk indentifikasi potensi pasar dan memperkenalkan merek dagang

### ■ Kekurangan :

- Cost lebih mahal jika dilihat dari biaya per unit : komisi, bea ekspor, pajak, transportasi, kerusakan barang
- Bukan alat penetrasi pasar yang baik, karena promosi kurang gencar
- Pasar bisa hilang jika pesaing lokal menjiplak produk atau jasa yg ditawarkan



2. Lisensi (*Licensing*): pemberian /hibah beberapa hak (*intangible rights*) kepada perusahaan asing, yang meliputi pemberian hak untuk memproses, hak paten, program, merek, hak cipta, atau keahlian.

- Penerima lisensi membeli kekayaan milik perusahaan lain dalam bentuk pengetahuan (*Know how*) atau riset dan pengembangan.
- Pemberi lisensi dapat memberikan lisensi hak-hak khusus ini secara eksklusif kepada suatu perusahaan atau beberapa perusahaan.
- **Kelebihan :**
  - Pemberi lisensi menerima tambahan keuntungan dibanding hanya terpaku pada suatu proses/metode di dalam negeri
  - Dapat memperluas siklus hidup produk perusahaan
  - Pemberi lisensi mengalami peningkatan penjualan atas pergantian suku cadang di luar negeri.
  - Penerima lisensi akan mendapat hak memproses dan teknologi, sehingga mengurangi biaya riset dan pengembangan.

## ■ Kekurangan:

- Membatasi kesempatan mendapatkan keuntungan di masa depan karena hak khusus perusahaan diperluas sampai periode tertentu.
- Pemberi lisensi kehilangan kontrol terhadap kualitas produk dan proses, penyalahgunaan kekayaan, dan bahkan perlindungan terhadap reputasi perusahaan.

## ■ 3. Waralaba (Franchising)

- Hampir sama dengan pemberian lisensi
- Bedanya selain menghibahkan izin penggunaan nama, proses, metode, merek, perusahaan membantu penerima franchise dalam operasi dan supply bahan mentah.
- Pemberi franchise (*franchisors*) memiliki kontrol terhadap kualitas produk daripada hanya memberikan lisensi
- Penerima franchise (*Franchisee*) membayar sejumlah komisi dan sebagian tertentu dari penjualan/penerimaan yang diperolehnya kepada perusahaan pemberi franchise

# Contoh franchise



- Mc Donald's
- Total cost pendirian : \$ 600.000 – 1.500.000
- 40% berasal dari pihak franchisee
- Fee awal \$45.000,- (dibayar oleh pihak franchisee)
- Fee bulanan 4% dari penjualan (dibayar kepada franchisor)
- Sewa tempat 8,5% dari penjualan (Dibayar kepada Franchisor)

## 4. Foreign Direct Investman (FDI), penanaman modal Asing (PMA).

### • **Joint Venture (Patungan)**

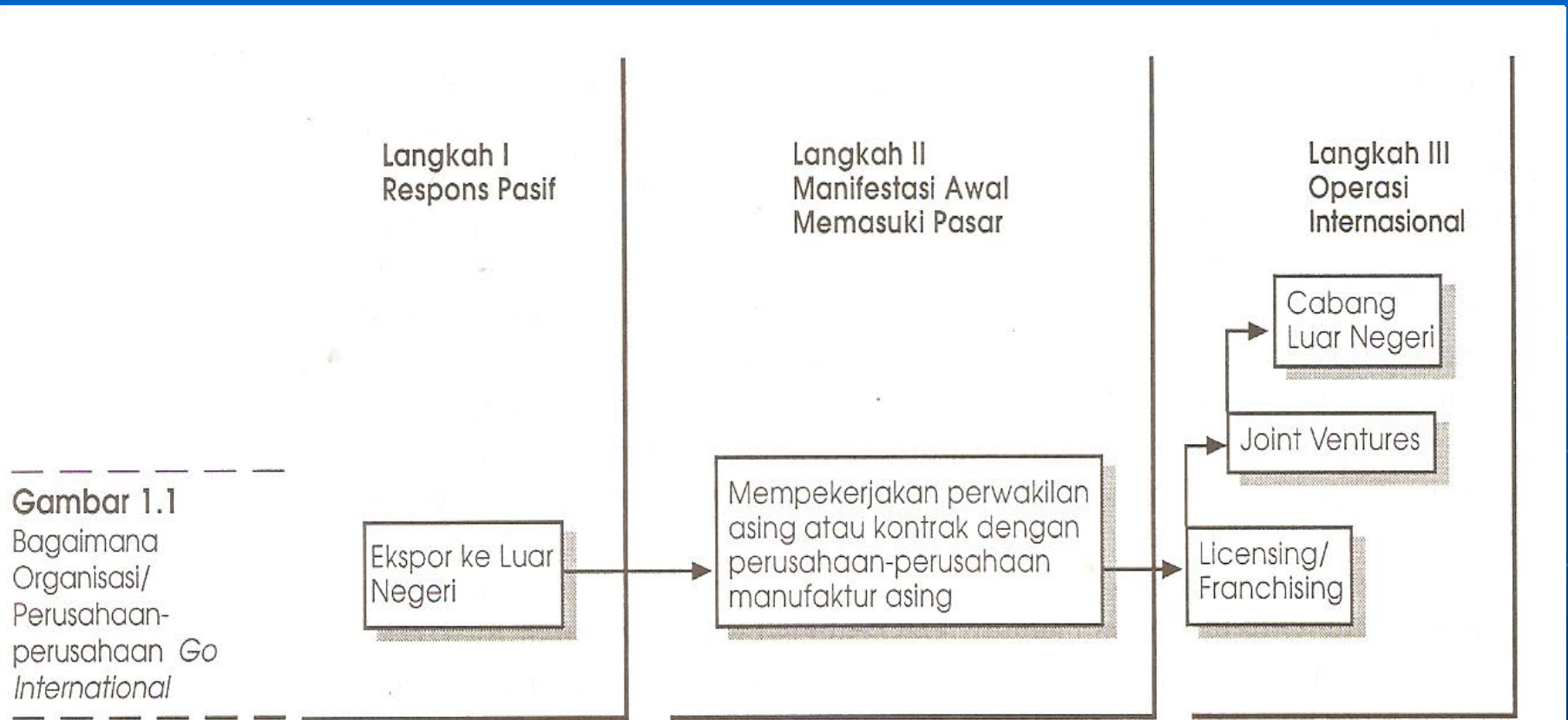
Kerjasama bisnis dimana satu atau lebih perusahaan bergabung bersama mendirikan beberapa jenis operasi.

- Bisa dilakukan antara 2 perusahaan asing
- Bisa antara perusahaan asing dan perusahaan lokal
- Antara perusahaan asing dan pemerintah
- Bila terdapat lebih dari dua pihak yang terlibat dalam joint venture maka hal tersebut disebut : *Konsorsium*

- **Subsidiaries (Cabang luar negeri yang dimiliki penuh) : Pembukaan cabang perusahaan di luar negeri :**

- Perusahaan memiliki kontrol penuh terhadap pemasaran, penentuan harga, keputusan produksi, mempertahankan kelebihan teknologi
- 100% laba menjadi hak perusahaan
- Resiko lebih besar.
- Cara mendirikan cabang :
  - Akuisisi perusahaan yang telah berjalan
  - Mendirikan pabrik sendiri

# Metode Go Internasional (penetrasi ke luar negeri)



**Gambar 1.1**  
Bagaimana Organisasi/Perusahaan-perusahaan Go International

Sumber : Robbins et al, *Management*, Edisi keenam. 1999 : 117.

# Alasan mengapa menjadi MNC

- Natural-resource seeking
  - ( Mencari sumber daya alam baru)
- Efficiency seeking
  - (Mencari efisiensi : *Faktor-faktor produksi*) 5M (*Man, Money, Machine, Method, Material,*)
- Market seeking
  - ( Mencari pasar baru)
- Capability seeking
  - (Mencari kapasitas baru)

# Natural resource- seeking

---

- Oil: Timor Leste
- Copper, Salmon: Chile
- Transgenic Soy: Argentina (Monsanto)
- Bananas, pineapple: Central America





# Efficiency-seeking

- Cheap labour force or inputs
- Fiscal incentives
- Maquila in Mexico
- Low-cost, labour intensive manufacturing in most of Asian countries



# Market seeking

- Access to new markets
- Overcome trade barriers
- High transport costs



## Capability-seeking

### A growing phenomenon in developing countries

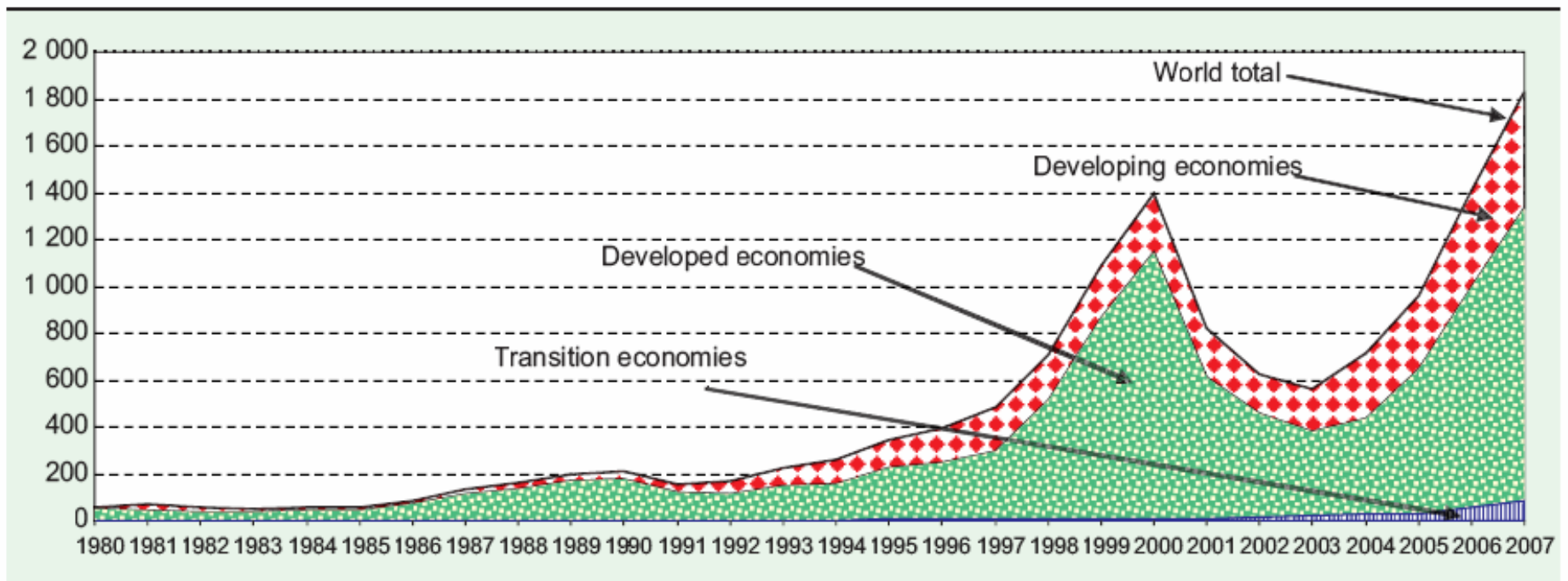
- Beyond Silicon Valley, new 'high tech' spots are emerging in developing countries



# Statistics

**FDI = Foreign Direct Investment**  
(measure of foreign ownership of  
productive assets, such as factories,  
mines and land.)

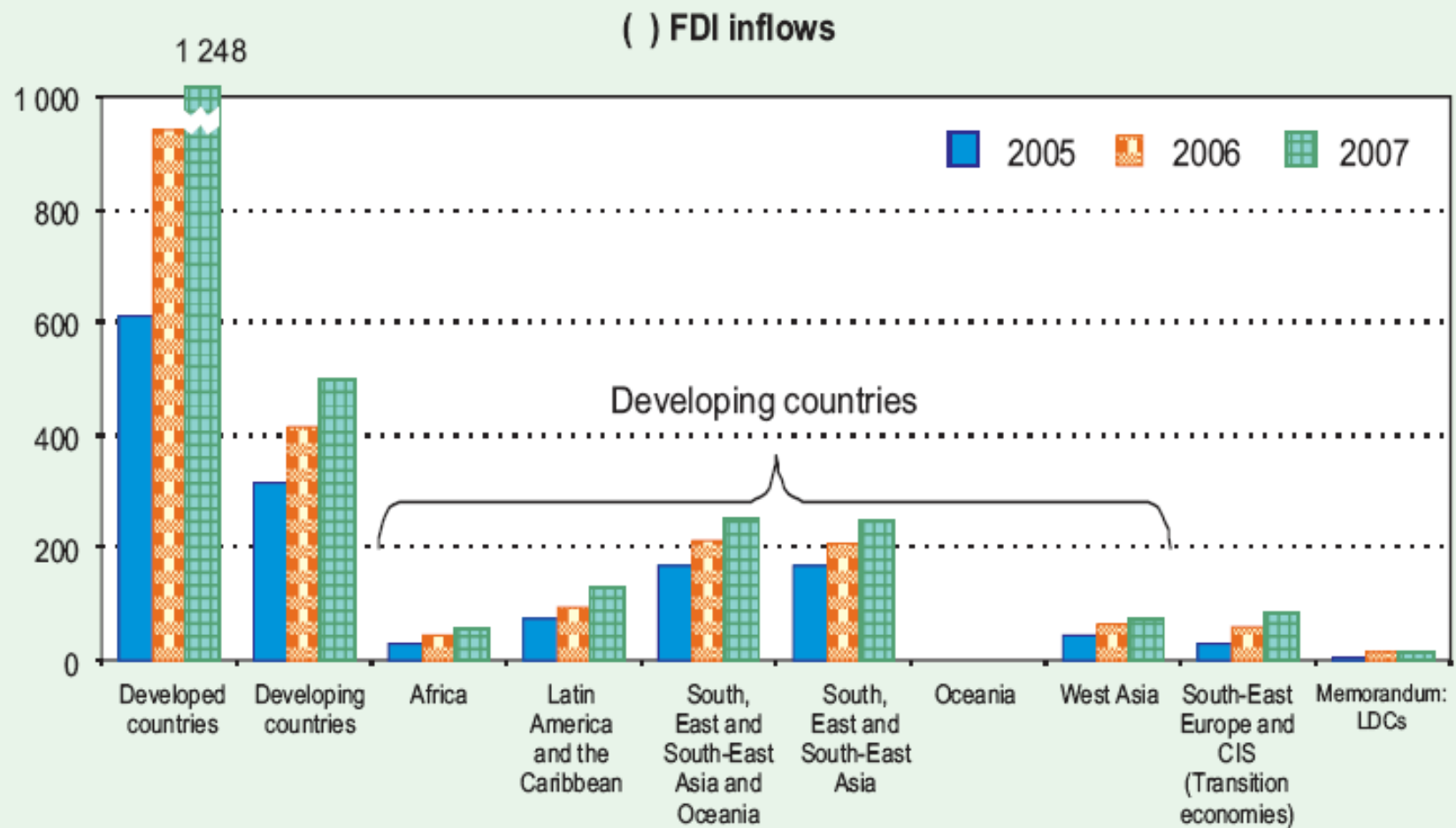
**Figure I.1. FDI inflows: global and by groups of economies, 1980–2007**  
(Billions of dollars)



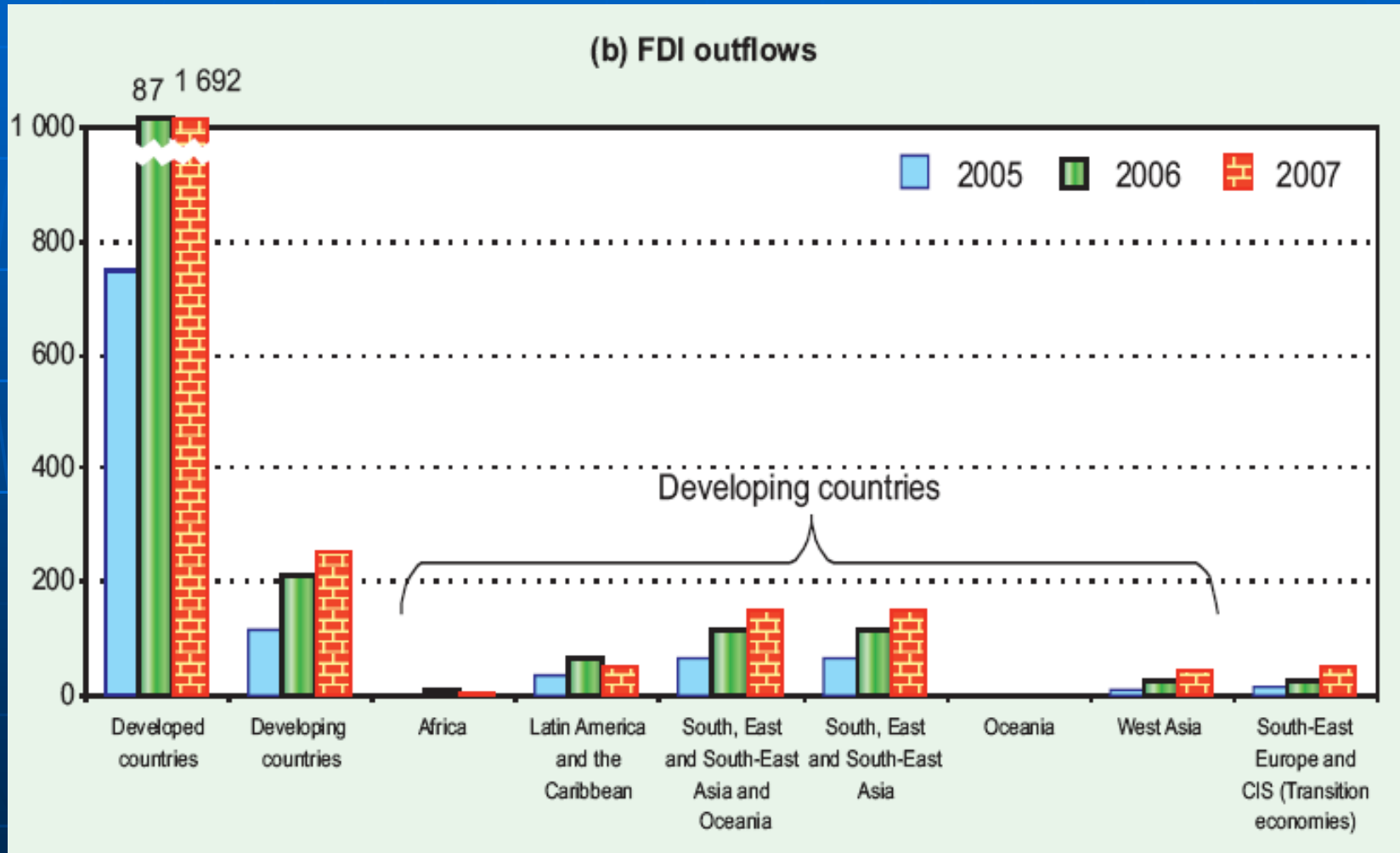
Source: UNCTAD FDI/TNC database ([www.unctad.org/fdistatistics](http://www.unctad.org/fdistatistics)) and annex table B.1.

# Statistics

**Figure I.6. FDI flows, by region, 2005–2007**  
(Billions of dollars)



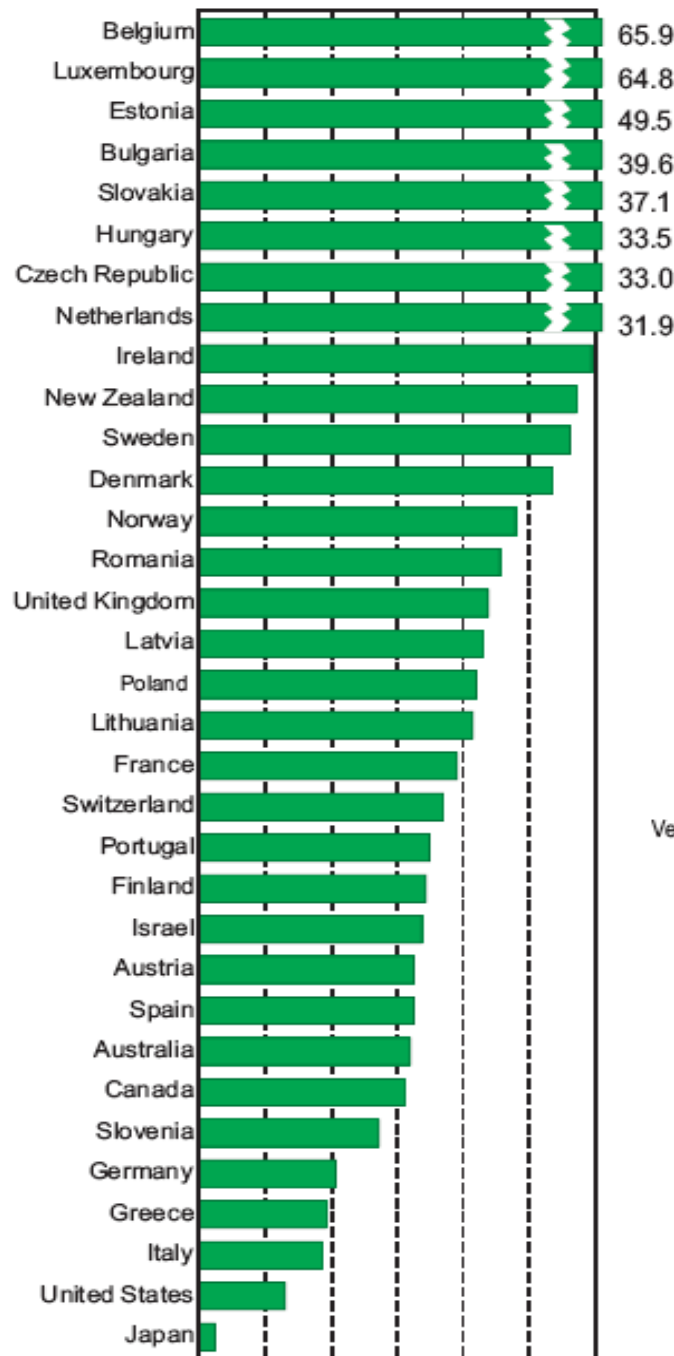
# Statistics



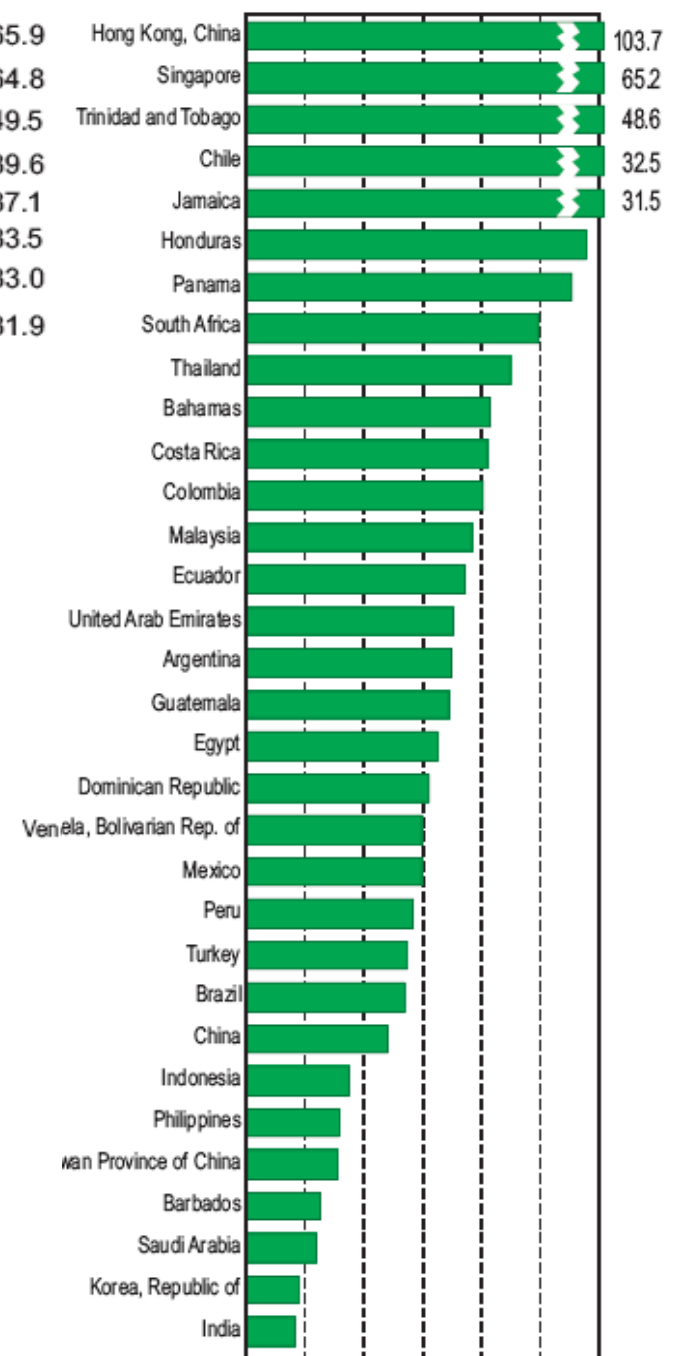
# Statistics: Transnationality index

Average of the four shares : FDI inflows as a percentage of gross fixed capital formation for the past three years 2001-2003; FDI inward stocks as a percentage of GDP in 2003; value added of foreign affiliates as a percentage of GDP in 2003; and employment of foreign affiliates as a percentage of total employment in 2003. For Belgium and Luxembourg, the corresponding ratio of FDI inflows to gross fixed capital formation refers only to 2002-2003.

( ) Developed economies



b) Developing economies



# Tugas I

- Buatlah sebuah paper tentang FRANCHISE meliputi informasi seperti :
  - Overview
  - Sejarah singkat franchising
  - Bisnis/ usaha seperti apa saja yang bisa dibuat franchise
  - Keuntungan
    - Untuk franchisor
    - Untuk Franchisee
  - Kerugian
    - Untuk franchisor
    - Untuk franchisee
  - Contoh-contoh franchise yang ada serta mekanisme pendirian