PENERBIT
INDONESIA
IMAJI

Buku Ajar

BISNIS INTERNASIONAL

Konsep, Strategi, dan Dinamika Bisnis Global



Indro Kirono
Abi H. Dzulquarnain

BUKU AJAR
BISNIS INTERNASIONAL;
KONSEP, STRATEGI, DAN DINAMIKA BISNIS GLOBAL

Indro Kirono
Abi H. Dzulquarnain

PENERBIT INDONESIA IMAJI

BUKU AJAR
BISNIS INTERNASIONAL;
KONSEP, STRATEGI, DAN DINAMIKA BISNIS GLOBAL

Penulis:
Indro Kirono
Abi H. Dzulquarnain

Desain Cover: Sunlivia
Layouter: Sunlivia

ISBN: 978-634-7833-31-0

Cetakan Pertama: September, 2026

Ukuran: 14,8 cm x 21 cm
Jumlah Halaman: vii + 143 halaman

Hak Cipta 2026, Pada Penulis
Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang
Copyright © 2026
by Penerbit Indonesia Imaji
All Right Reserved

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT INDONESIA IMAJI
(Grup CV. Indonesia Imaji)
Jalan Sumbing Raya, Griya Rosari Indah, E6,
Mojosongo, Jebres, Surakarta (57127)

Anggota IKAPI No. 292/JTI/2021
Website: www.indonesiaimaji.com

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas terselesaikannya buku ajar *Buku Ajar Bisnis Internasional; Konsep, Strategi, dan Dinamika Bisnis Global* ini. Buku ini disusun sebagai bahan pembelajaran yang membantu mahasiswa memahami konsep, strategi, dan dinamika pemasaran dalam lingkungan bisnis global yang terus mengalami perkembangan. Perubahan teknologi, meningkatnya hubungan ekonomi antarnegara, serta persaingan pasar internasional menjadikan pemahaman mengenai pemasaran lintas batas semakin penting untuk dikuasai. Materi dalam buku ini mencakup berbagai aspek pemasaran internasional, mulai dari konsep dasar, lingkungan pemasaran global, strategi memasuki pasar internasional, hingga pengelolaan bauran pemasaran dalam menghadapi kebutuhan konsumen di berbagai negara. Penyusunan buku ini diharapkan dapat memberikan wawasan teoritis sekaligus pemahaman praktis bagi mahasiswa, akademisi, maupun pembaca yang ingin memperluas pengetahuan mengenai strategi pemasaran dalam konteks global serta mempersiapkan diri menghadapi tantangan dunia bisnis internasional yang semakin dinamis.

Agustus, 2026

Indro Kirono

Abi H. Dzulquarnain

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i
DAFTAR ISI ii
DAFTAR GAMBAR vii
BAB I BERSAING DI PASAR GLOBAL 1
A. Capaian Pembelajaran 1
B. Tujuan Pembelajaran 1
C. Materi Pembelajaran 2
D. Studi Kasus 9
E. Rangkuman 10
F. Latihan Soal 10
BAB 2 STRATEGI PERUSAHAAN MULTINASIONAL 12
A. Capaian Pembelajaran 12
B. Tujuan Pembelajaran 12
C. Materi Pembelajaran 13
D. Studi Kasus 17
E. Rangkuman 18
F. Latihan Soal 18
BAB 3 INTEGRASI EKONOMI GLOBAL DAN REGIONAL 20
A. Capaian Pembelajaran 20
B. Tujuan Pembelajaran 21
C. Materi Pembelajaran 21
D. Studi Kasus 24
E. Rangkuman 25

F. Latihan Soal 26
BAB 4 PERDAGANGAN GLOBAL DAN INVESTASI ASING LANGSUNG 27
A. Capaian Pembelajaran 27
B. Tujuan Pembelajaran 28
C. Materi Pembelajaran 28
D. Studi Kasus 33
E. Rangkuman 33
F. Latihan Soal 34
BAB 5 PASAR VALUTA ASING 36
A. Capaian Pembelajaran 36
B. Tujuan Pembelajaran 36
C. Materi Pembelajaran 37
D. Studi Kasus 41
E. Rangkuman 42
F. Latihan Soal 42
BAB 6 PASAR MODAL GLOBAL 44
A. Capaian Pembelajaran 44
B. Tujuan Pembelajaran 44
C. Materi Pembelajaran 45
D. Studi Kasus 49
E. Rangkuman 49
F. Latihan Soal 50
BAB 7 BUDAYA DAN BISNIS INTERNASIONAL 52
A. Capaian Pembelajaran 52
B. Tujuan Pembelajaran 52

C. Materi Pembelajaran 53
D. Studi Kasus 57
E. Rangkuman 58
BAB 8 LEMBAGA EKONOMI, HUKUM, POLITIK, DAN AGAMA 60
A. Capaian Pembelajaran 60
B. Tujuan Pembelajaran 61
C. Materi Pembelajaran 61
D. Studi Kasus 66
E. Rangkuman 68
F. Latihan Soal 68
BAB 9 STRATEGI PENETRASI PASAR BAGI MNC 70
A. Capaian Pembelajaran 70
B. Tujuan Pembelajaran 70
C. Materi Pembelajaran 71
D. Studi Kasus 76
E. Rangkuman 77
F. Latihan Soal 78
BAB 10 STRATEGI MEMASUKI PASAR INTERNASIONAL 80
A. Capaian Pembelajaran 80
B. Tujuan Pembelajaran 81
C. Materi Pembelajaran 81
E. Rangkuman 87
F. Latihan Soal 88
BAB 11 MANAJEMEN KEUANGAN MNC 90
A. Capaian Pembelajaran 90

B. Tujuan Pembelajaran 91
C. Materi Pembelajaran 91
D. Studi Kasus 95
E. Rangkuman 96
F. Latihan Soal 97
BAB 12 AKUNTANSI OPERASI MULTINASIONAL 99
A. Capaian Pembelajaran 99
B. Tujuan Pembelajaran 99
C. Materi Pembelajaran 100
D. Studi Kasus 105
E. Rangkuman 105
F. Latihan Soal 106
BAB 13 DESAIN DAN STRUKTUR ORGANISASI MNC 108
A. Capaian Pembelajaran 108
B. Tujuan Pembelajaran 109
C. Materi Pembelajaran 109
D. Studi Kasus 113
E. Rangkuman 114
F. Latihan Soal 115
BAB 14 MANAJEMEN SDM INTERNASIONAL 116
A. Capaian Pembelajaran 116
B. Tujuan Pembelajaran 116
C. Materi Pembelajaran 117
D. Studi Kasus 121
E. Rangkuman 122
F. Latihan Soal 122

BAB 15 PERDAGANGAN ELEKTRONIK DAN MNC 124
A. Capaian Pembelajaran 124
B. Tujuan Pembelajaran 124
C. Materi Pembelajaran 125
D. Studi Kasus 130
E. Rangkuman 130
F. Latihan Soal 131
BAB 16 PENGELOLAAN ETIKA DAN CSR PADA MNC 133
A. Capaian Pembelajaran 133
B. Tujuan Pembelajaran 134
C. Materi Pembelajaran 134
D. Studi Kasus 137
E. Rangkuman 138
F. Latihan Soal 139
PENUTUP 141
PROFIL PENULIS 142

Daftar Gambar

Gambar 1. Ilustrasi Global Market 1
Gambar 2. Perusahaan Multinasional di Indonesia 12
Gambar 3. Ilustrasi Ekonomi Global 20
Gambar 4. Ilustrasi Investasi 27
Gambar 5. Ilustrasi Pasar Valuta Asing 36
Gambar 6. Ilustrasi Pasar Modal Global 44
Gambar 7. Ilustrasi Budaya Bisnis Internasional 52
Gambar 8. Ilustrasi Lembaga Ekonomi, Hukum, Politik, dan Agama 60
Gambar 9. 7 Strategi Penetrasi Pasar 70
Gambar 10. Ilustrasi Pasar Internasional 80
Gambar 11. Ilustrasi Manajemen Keuangan 90
Gambar 12. Ilustrasi Akutansi 99
Gambar 13. Ilustrasi Struktur Organisasi 108
Gambar 14. Ilustrasi Manajemen SDM 116
Gambar 15. Ilustrasi Perdagangan Elektronik Internasional 124
Gambar 16. Ilustrasi CSR 133

BAB I

BERSAING DI PASAR GLOBAL



Gambar 1

Ilustrasi Global Market

Sumber : magnific.com

A. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa mampu memahami konsep dasar bisnis internasional sebagai aktivitas ekonomi lintas negara. Mahasiswa mampu menjelaskan peran perusahaan multinasional (*Multinational Corporation/MNC*) dalam perkembangan ekonomi global. Mahasiswa juga mampu menganalisis proses globalisasi, klasifikasi perekonomian dunia, serta faktor-faktor yang mendorong perusahaan memasuki pasar internasional. Selain itu, mahasiswa mampu memahami perkembangan pasar berkembang dan pentingnya penerapan etika serta keberlanjutan dalam aktivitas bisnis global.

B. Tujuan Pembelajaran

Bab ini bertujuan memberikan pemahaman dasar mengenai lingkungan bisnis internasional yang menjadi dasar bagi perusahaan

BAB 2

STRATEGI PERUSAHAAN MULTINASIONAL



Gambar 2

Perusahaan Multinasional di Indonesia

Sumber : tabloidmatahati.com

A. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa mampu memahami berbagai pilihan strategi yang digunakan perusahaan multinasional dalam menghadapi persaingan global. Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dilema global-lokal, rantai nilai internasional, serta berbagai tipe strategi MNC. Selain itu, mahasiswa mampu menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan strategis perusahaan dalam lingkungan bisnis internasional.

B. Tujuan Pembelajaran

Bab ini bertujuan memberikan pemahaman mengenai bagaimana perusahaan multinasional menentukan strategi untuk

BAB 3
INTEGRASI EKONOMI GLOBAL DAN REGIONAL



Gambar 3

Ilustrasi Ekonomi Global

Sumber : nasional.sindo.com

A. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa mampu memahami konsep integrasi ekonomi global dan regional serta menjelaskan pengaruhnya terhadap aktivitas bisnis internasional. Mahasiswa mampu menjelaskan perkembangan sistem perdagangan dunia melalui GATT dan WTO, memahami berbagai bentuk perjanjian perdagangan regional, serta menganalisis dampak integrasi ekonomi terhadap strategi perusahaan multinasional. Selain itu, mahasiswa mampu mengidentifikasi karakteristik berbagai blok perdagangan utama seperti Uni Eropa, USMCA, APEC, ASEAN, dan RCEP.

BAB 4
PERDAGANGAN GLOBAL DAN INVESTASI ASING LANGSUNG



Gambar 4

Ilustrasi Investasi

Sumber : unair.ac.id

A. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa mampu memahami perkembangan teori perdagangan internasional dari perspektif klasik hingga modern. Mahasiswa mampu menjelaskan konsep keunggulan absolut, keunggulan komparatif, teori faktor produksi, serta berbagai pendekatan baru dalam perdagangan global. Mahasiswa juga mampu memahami perdebatan mengenai perdagangan bebas dan proteksionisme serta menjelaskan konsep, tren, dan peran investasi asing langsung (*Foreign Direct Investment/FDI*) dalam bisnis internasional.

BAB 5
PASAR VALUTA ASING



Gambar 5

Ilustrasi Pasar Valuta Asing

Sumber : ciputra.ac.id

A. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa mampu memahami konsep dasar pasar valuta asing dan perannya dalam mendukung aktivitas bisnis internasional. Mahasiswa mampu menjelaskan fungsi pasar valuta asing, jenis transaksi mata uang internasional, serta perkembangan sistem nilai tukar dunia. Selain itu, mahasiswa mampu memahami faktor-faktor yang memengaruhi perubahan nilai tukar dan menganalisis strategi perusahaan multinasional dalam mengelola risiko akibat fluktuasi mata uang.

B. Tujuan Pembelajaran

Bab ini bertujuan memberikan pemahaman mengenai mekanisme pasar valuta asing sebagai bagian penting dalam keuangan internasional. Perusahaan yang menjalankan aktivitas

BAB 6
PASAR MODAL GLOBAL



Gambar 6

Ilustrasi Pasar Modal Global

Sumber : kompasmoney.com

A. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa mampu memahami fungsi dan struktur pasar modal global dalam mendukung aktivitas bisnis internasional. Mahasiswa mampu menjelaskan karakteristik pasar obligasi, pasar saham, serta manfaat pasar modal global bagi perusahaan dan investor. Selain itu, mahasiswa mampu memahami peran perbankan internasional, pasar *Eurocurrency*, *Eurobonds*, *Foreign Bonds*, pasar ekuitas global, serta perkembangan baru seperti *shadow banking* dan keuangan syariah dalam sistem keuangan global.

B. Tujuan Pembelajaran

BAB 7

BUDAYA DAN BISNIS INTERNASIONAL



Gambar 7

Ilustrasi Budaya Bisnis Internasional

Sumber : konsultangue.com

A. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa mampu memahami konsep budaya nasional dan pengaruhnya terhadap aktivitas bisnis internasional. Mahasiswa mampu menjelaskan komponen budaya seperti nilai, norma, keyakinan, serta budaya bisnis yang memengaruhi perilaku organisasi. Selain itu, mahasiswa mampu memahami berbagai kerangka analisis budaya, termasuk model Hofstede dan studi GLOBE, serta menerapkan konsep kecerdasan budaya dalam pengelolaan bisnis lintas negara.

B. Tujuan Pembelajaran

Bab ini bertujuan memberikan pemahaman mengenai pentingnya budaya dalam lingkungan bisnis internasional. Perbedaan budaya antarnegara dapat memengaruhi cara perusahaan

BAB 8
LEMBAGA EKONOMI, HUKUM, POLITIK, DAN AGAMA



Gambar 8

Ilustrasi Lembaga Ekonomi, Hukum, Politik, Dan Agama

Sumber : kab-yalimo.kpu.go.id

A. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa mampu memahami peran lembaga ekonomi, hukum, politik, dan agama dalam membentuk lingkungan bisnis internasional. Mahasiswa mampu menjelaskan berbagai sistem ekonomi, sistem hukum, risiko politik, serta pengaruh nilai keagamaan terhadap aktivitas bisnis global. Selain itu, mahasiswa mampu memahami tantangan kelembagaan yang dihadapi perusahaan multinasional, terutama ketika beroperasi di pasar berkembang dengan keterbatasan institusi pendukung.

BAB 9

STRATEGI PENETRASI PASAR BAGI MNC



Gambar 9

7 Strategi Penetrasi Pasar

Sumber : compas.co.id

A. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa mampu memahami berbagai strategi yang digunakan perusahaan multinasional untuk memasuki pasar internasional. Mahasiswa mampu menjelaskan karakteristik, keuntungan, dan keterbatasan setiap metode penetrasi pasar, mulai dari ekspor, lisensi, waralaba, aliansi strategis, hingga investasi langsung asing. Selain itu, mahasiswa mampu menganalisis faktor strategis yang memengaruhi keputusan perusahaan dalam memilih mode masuk pasar internasional yang sesuai dengan tujuan bisnisnya.

B. Tujuan Pembelajaran

BAB 10
STRATEGI MEMASUKI PASAR INTERNASIONAL



Gambar 10

Ilustrasi Pasar Internasional

Sumber : binus.ac.id

A. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa mampu memahami konsep pemasaran internasional dan pengelolaan rantai pasok dalam lingkungan bisnis global. Mahasiswa mampu menjelaskan proses riset pasar internasional, segmentasi pasar global, strategi produk dan merek, pengelolaan rantai pasok, penetapan harga internasional, serta komunikasi pemasaran lintas budaya. Selain itu, mahasiswa mampu menganalisis bagaimana perusahaan multinasional mengintegrasikan strategi pemasaran dan rantai pasok untuk meningkatkan daya saing global.

BAB 11

MANAJEMEN KEUANGAN MNC



Gambar 11

Ilustrasi Manajemen Keuangan

Sumber : bhineka.com

A. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa mampu memahami konsep manajemen keuangan perusahaan multinasional dalam lingkungan bisnis internasional. Mahasiswa mampu menjelaskan pengelolaan biaya modal, penilaian proyek internasional, struktur modal, serta berbagai metode pembiayaan perdagangan internasional. Selain itu, mahasiswa mampu memahami strategi perusahaan multinasional dalam mengelola risiko keuangan dan memenuhi kebutuhan modal kerja dalam aktivitas bisnis lintas negara.

BAB 12

AKUNTANSI OPERASI MULTINASIONAL



Gambar 12

Ilustrasi Akutansi

Sumber : ladfanidkonsultindo.com

A. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa mampu memahami konsep akuntansi dalam aktivitas bisnis perusahaan multinasional. Mahasiswa mampu menjelaskan penyebab keberagaman sistem akuntansi antarnegara, perkembangan harmonisasi standar akuntansi internasional, serta proses pencatatan transaksi dan translasi laporan keuangan dalam mata uang asing. Selain itu, mahasiswa mampu memahami isu akuntansi manajemen internasional seperti harga transfer, perencanaan pajak, serta pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan dalam lingkungan bisnis global.

B. Tujuan Pembelajaran

Bab ini bertujuan memberikan pemahaman mengenai peran akuntansi dalam mendukung pengambilan keputusan perusahaan

BAB 13

DESAIN DAN STRUKTUR ORGANISASI MNC



Gambar 13

Ilustrasi Struktur Organisasi

Sumber : kompas.com

A. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa mampu memahami konsep desain organisasi dalam perusahaan multinasional serta faktor-faktor yang memengaruhi pembentukan struktur organisasi global. Mahasiswa mampu menjelaskan berbagai bentuk struktur organisasi MNC, mulai dari departemen ekspor, divisi internasional, struktur geografis, struktur produk, hingga struktur matriks dan jaringan transnasional. Selain itu, mahasiswa mampu memahami mekanisme koordinasi, integrasi, dan pengelolaan pengetahuan dalam organisasi multinasional untuk mendukung keberhasilan operasi bisnis internasional.

BAB 14

MANAJEMEN SDM INTERNASIONAL



Gambar 14

Ilustrasi Manajemen SDM

Sumber : finansialku.com

A. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa mampu memahami konsep dan fungsi manajemen sumber daya manusia internasional dalam mendukung aktivitas perusahaan multinasional. Mahasiswa mampu menjelaskan proses perekrutan, seleksi, pelatihan, pengembangan, penilaian kinerja, dan kompensasi global. Selain itu, mahasiswa mampu memahami berbagai pendekatan penempatan tenaga kerja internasional, pengelolaan ekspatriat, serta hubungan industrial dalam lingkungan bisnis lintas negara.

B. Tujuan Pembelajaran

Bab ini bertujuan memberikan pemahaman mengenai peran strategis sumber daya manusia dalam keberhasilan perusahaan

BAB 15

PERDAGANGAN ELEKTRONIK DAN MNC



Gambar 15

Ilustrasi Perdagangan Elektronik Internasional

Sumber : *setkab.go.id*

A. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa mampu memahami peran perdagangan elektronik (*e-commerce*) dalam perkembangan bisnis internasional. Mahasiswa mampu menjelaskan berbagai model bisnis digital, peluang dan tantangan e-commerce dalam globalisasi, serta isu lintas budaya dalam penerapan teknologi digital. Selain itu, mahasiswa mampu memahami strategi pengembangan e-commerce global, sistem pembayaran digital, keamanan siber, dan pengelolaan dampak lingkungan akibat perkembangan teknologi.

B. Tujuan Pembelajaran

Bab ini bertujuan memberikan pemahaman mengenai bagaimana teknologi digital mengubah cara perusahaan multinasional menjalankan aktivitas bisnis global. Perkembangan e-commerce memberikan peluang bagi perusahaan untuk menjangkau

BAB 16

PENGELOLAAN ETIKA DAN CSR PADA MNC



Gambar 16

Ilustrasi CSR

Sumber : medan.inews.id

A. Capaian Pembelajaran

Setelah Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa mampu memahami pentingnya etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) dalam aktivitas perusahaan multinasional. Mahasiswa mampu menjelaskan berbagai isu etika global seperti hak tenaga kerja, pencemaran lingkungan, korupsi, dan penyuapan. Selain itu, mahasiswa mampu memahami pendekatan perusahaan terhadap etika global serta strategi membangun organisasi yang bertanggung jawab melalui analisis pemangku kepentingan, penyusunan kode etik, dan sistem pengawasan etika.

PENUTUP

Buku ajar **Bisnis Internasional** ini disusun sebagai upaya untuk memberikan pemahaman mengenai berbagai konsep dan praktik pemasaran dalam menghadapi perkembangan bisnis global. Melalui pembahasan mengenai lingkungan internasional, strategi memasuki pasar global, perilaku konsumen lintas negara, serta pengelolaan strategi pemasaran, pembaca diharapkan mampu memahami bahwa keberhasilan perusahaan dalam persaingan internasional tidak hanya bergantung pada kemampuan menjual produk, tetapi juga pada kemampuan beradaptasi terhadap perubahan ekonomi, budaya, teknologi, dan kebutuhan pasar. Perkembangan dunia bisnis yang semakin terhubung menjadikan pemasaran internasional sebagai bidang yang terus berkembang dan membutuhkan pemahaman yang komprehensif. Semoga buku ini dapat menjadi sumber pembelajaran yang bermanfaat bagi mahasiswa, akademisi, maupun praktisi dalam memperluas wawasan mengenai strategi pemasaran global serta mendukung pengembangan kompetensi dalam menghadapi tantangan dan peluang bisnis internasional di masa depan.

PROFIL PENULIS



Indro Kirono merupakan akademisi dan praktisi yang memiliki latar belakang kuat dalam bidang manajemen, manajemen operasional, logistik, dan manajemen rantai pasok. Pendidikan sarjananya ditempuh di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Surabaya. Ia kemudian melanjutkan pendidikan Magister Manajemen di Universitas Airlangga serta menempuh program doktor pada Program Doktor Ilmu Manajemen di Universitas Brawijaya.

Dalam bidang akademik, Indro Kirono memiliki pengalaman mengajar pada jenjang sarjana di Universitas Muhammadiyah Gresik, UIN Sunan Ampel Surabaya, UPN Veteran Jawa Timur, dan STIAMAK. Pada jenjang magister, ia juga aktif mengajar di Universitas Muhammadiyah Gresik dan Universitas Muhammadiyah Lamongan. Selain berkiprah sebagai akademisi, ia terlibat sebagai pelatih ekspor, impor, dan kepabeanan di AEEC Universitas Airlangga. Pengalaman profesionalnya mencakup keterlibatan di Freight Links Express, GeoLogistics, dan DFI International Logistics. Perpaduan pengalaman akademik dan profesional tersebut memperkuat keahliannya dalam manajemen operasional, logistik dan manajemen rantai pasok, serta ekspor, impor, dan kepabeanan.

PROFIL PENULIS



Abi H. Dzulquarnain merupakan akademisi yang memiliki latar belakang dalam bidang manajemen, logistik, dan rantai pasok layanan kesehatan. Ia menempuh pendidikan di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga dan melanjutkan pendidikan Magister Sains Manajemen di Universitas Airlangga. Latar belakang pendidikan tersebut membentuk ketertarikannya terhadap pengelolaan operasional dan rantai pasok dalam berbagai bidang organisasi.

Dalam bidang akademik, Abi H. Dzulquarnain merupakan dosen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik. Bidang pengajarannya meliputi manajemen operasional, manajemen rantai pasok, dan sistem informasi manajemen. Selain menjalankan kegiatan pengajaran, ia aktif sebagai editor Jurnal Manajerial yang terakreditasi SINTA 3 dan diterbitkan oleh Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik. Pengalaman tersebut memperkuat kompetensinya dalam pengembangan ilmu manajemen, pengelolaan operasional, serta kajian logistik dan rantai pasok.

Buku Ajar

BISNIS INTERNASIONAL

Buku Ajar Bisnis Internasional membahas cara perusahaan menghadapi persaingan dan peluang di pasar global. Isinya mencakup globalisasi, strategi perusahaan multinasional, perdagangan, investasi, valuta asing, serta pengaruh budaya, hukum, dan politik terhadap bisnis. Pembahasan yang sistematis membantu pembaca memahami kompleksitas bisnis lintas negara dengan lebih mudah.

Buku ini juga mengulas pemasaran internasional, keuangan, akuntansi, manajemen SDM, perdagangan elektronik, serta etika dan tanggung jawab sosial perusahaan. Dilengkapi studi kasus, rangkuman, dan latihan soal, setiap bab menghubungkan teori dengan praktik nyata. Buku ini cocok menjadi bekal bagi mahasiswa, akademisi, dan praktisi yang ingin membangun wawasan serta strategi bisnis global yang adaptif dan berkelanjutan.



PENERBIT INDONESIA IMAJI

PENERBIT INDONESIA IMAJI
Anggota IKAPI No. 292/JTI/2021
@indonesiaimaji
indonesiaimaji.com

ISBN 978-634-7833-31-0 (PDF)
9 786347 833310