

Terbit : 26 Desember 2023

# Bisnis Internasional: Mengoptimalkan Pendapatan Dengan Mengembangkan Pasar Di Luar Negeri

<sup>1</sup>Putri Agustina, <sup>2</sup>Hendra Ibrahim  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
<sup>1</sup>[agustinaputri564@gmail.com](mailto:agustinaputri564@gmail.com), <sup>2</sup>[Hendra@ishlahiyah.ac.id](mailto:Hendra@ishlahiyah.ac.id)

## ABSTRAK

Bisnis internasional adalah bisnis yang kegiatannya melampaui batas-batas masyarakat. Definisi ini mencakup perdagangan internasional dan pertemuan luar negeri, namun juga mencakup organisasi bisnis di kawasan, misalnya transportasi, industri perjalanan, perbankan, kemajuan, perbaikan, perdagangan ritel, perdagangan diskon, dan korespondensi massal. Bisnis global adalah pengembangan bisnis yang dilakukan antara suatu negara dengan negara lain. Bisnis internasional menawarkan banyak keuntungan bagi organisasi, seperti meningkatkan pendapatan, memperluas kapasitas yang kejam, meningkatkan efektivitas penciptaan, dan membedakan pertaruhan organisasi di pasar global. Inti dari penelitian bisnis global ini: meningkatkan pendapatan dengan menciptakan pasar di luar negeri adalah untuk menyederhanakan gaji dan meningkatkan keseriusan organisasi di pasar global. Pencipta menggunakan prosedur penyelidikan subjektif yang jelas, memahami penemuan penelitian dengan menggunakan informasi dari sumber referensi yang berbeda.

**Kata Kunci:** Bisnis Internasional, Pendapatan, Mengembangkan Pasar

## PENDAHULUAN

Perdagangan yang berhubungan dengan uang dilakukan oleh penghuni suatu negara dengan negara lain, baik secara sendiri-sendiri maupun dengan pihak-pihak terkait. Kemajuan perdagangan internasional tidak dapat dielakkan oleh negara mana pun, karena setiap wilayah mempunyai keunggulan dan bobot dari salah satu sumber daya alam yang dimilikinya. Sumber daya tetap yang melimpah diawasi dengan membawanya ke luar negeri. Di sisi lain, kekurangan sumber daya alam dapat dikalahkan oleh barang dagangan dan impor internasional. Bahkan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, masyarakat selalu berinteraksi satu sama lain. Sejarah menunjukkan bahwa beberapa waktu yang lalu orang-orang di berbagai wilayah di dunia melakukan pertukaran mata uang dengan orang-orang di negara lain, misalnya Silk Street dan Brilliant Street. Beberapa abad setelah peristiwa ini, para ahli keuangan menyusun hipotesis mengenai aktivitas keuangan orang-orang di berbagai negara.

Saat ini, bisnis pengangkutan impor global yang sedang berlangsung tidak terikat pada upaya mengatasi kekurangan sumber daya alam atau SDM di suatu negara. Perdagangan secara keseluruhan telah berubah menjadi hubungan persahabatan yang mutualistik antara beberapa negara. Bagaimana tidak, melalui aktivitas barang dan impor, terbuka pintu berharga bagi posisi-posisi baru, penguatan industrialisasi, kemajuan transportasi, dan hadirnya asosiasi internasional. Praktik perdagangan di seluruh dunia tidak dapat dipisahkan dari eksportir dan pengangkut. Berikut ini akan diberikan penjelasan lengkap tentang produk skala dunia dan pertukaran impor (Gumilar, 2018, p. 142).

Perekonomian suatu negara menjadi semakin berkembang adalah sesuatu yang sangat diolok-olok oleh banyak orang di bidang keuangan. Negara-negara dapat mempercepat laju pembangunan keuangan dengan melakukan perdagangan dan mendatangkan tenaga kerja serta produk. Pertukaran global adalah sesuatu yang dilakukan oleh negara-negara dan jaringan antar negara yang mempunyai jalur perdagangan yang menguntungkan suatu barang atau administrasi (Bonaraja Purba, 2021). Jika suatu negara mengirimkan lebih banyak barang dibandingkan impor, maka gaji negara tersebut akan meningkat sehingga akan berdampak buruk. positif bagi perkembangan keuangan. Pertukaran internasional juga mempunyai manfaat yang besar bagi suatu negara, yaitu negara tersebut akan

mempunyai spesialisasi yang digunakan dalam kegiatan menghasilkan tenaga kerja dan produk sehingga dapat dipasarkan ke negara-negara lain.

Saat ini, komoditas dan impor global umumnya tidak dilakukan untuk mengatasi kekurangan aset atau SDM yang dimiliki suatu negara. Pertukaran global yang terjadi saat ini telah berubah menjadi hubungan yang harmonis dan mutualistik antar negara, sehingga akan semakin terbuka posisi dan bantuan dalam memberdayakan industri. Banyak negara yang meminati produk-produk Indonesia karena produk-produk Indonesia mempunyai nilai inovasi. Misalnya kelapa sawit, batik, angklung. Hal ini patut disyukuri mengingat barang-barang keuangan Indonesia telah dihargai secara global. Dengan pemahaman tersebut, pakar ini memimpin pemeriksaan dan investigasi mengenai dampak bisnis global terhadap Indonesia (Suprpto et al., 2022, pp. 436–437).

Bisnis global terjadi sebagian karena ketidakberdayaan suatu negara dalam mengatasi segala permasalahan yang ada di negaranya, oleh karena itu timbullah pemikiran untuk menjalin kerjasama antara satu negara dengan negara lain untuk mengatasi permasalahan tenaga kerja dan produk. yang tidak dapat dikirimkan dan diterima di suatu negara karena faktor tertentu.

Dunia bisnis memberikan perubahan dan variasi baru dalam dunia bisnis. Mengingat luasnya bisnis yang sangat luas dan mencakup tidak kurang dari dua negara, serta menghindari penipuan yang jauh dan luas atau hal-hal yang dapat menimbulkan konflik, maka diperlukan etika bisnis agar permintaan terkait uang dunia dapat berjalan. Kami juga memahami permasalahan yang dihadapi oleh organisasi-organisasi global ketika mencoba mengeksplorasi kerangka politik yang masih baru atau belum mereka kuasai. Selain itu, perusahaan perlu beradaptasi dengan berbagai perangkat hukum umum di pasar dunia. Tidak ada hukum universal yang dapat menjamin bahwa seseorang atau organisasi tidak akan melakukan perilaku aneh, meskipun faktanya hukum umum di setiap negara mempunyai batasannya masing-masing baik untuk tindakan individu maupun korporasi.

Ketika suatu perusahaan siap memasuki pasar global, berarti perusahaan tersebut juga siap menyesuaikan diri dengan gaya hidup dan keputusan negara tersebut. Semakin menonjol pintu yang terbuka, maka semakin besar pula ujian yang harus dihadapi organisasi tersebut dalam mengembangkan usahanya. Diharapkan pelaku usaha mampu terus bersaing dengan pelaku usaha lainnya dengan menerapkan etika bisnis yang baik dan tanggung jawab sosial semaksimal mungkin (Hazizah, 2021, pp. 189–190)

Negara-negara yang menganut perekonomian terbuka akan sangat rentan ketika terjadi konflik dalam perekonomian dunia. Semakin jauh jangkauan aktivitas pertukaran global suatu negara, semakin sensitif pula ketergantungan finansial negara tersebut. Sebagai komponen penting pertumbuhan ekonomi, pemerintah harus terus menjamin stabilitas perekonomian domestik dan perekonomian internasional. Keamanan finansial dalam negeri dapat diakui melalui ketergantungan tingkat biaya pada tingkat pelanggan dan pembuat di tingkat dalam negeri. Indonesia, sebagai negara yang menjalankan perekonomian terbuka, juga menghadapi permasalahan serupa. Ketidakpastian skala swap rupiah dirasakan ketika perekonomian dunia sedang bergejolak. Hal inilah yang seharusnya menjadi perhatian khusus bagi otoritas publik, karena soliditas sangat penting dalam menentukan arus pertukaran global (Suryanto & Kurniati, 2022, p. 105).

Tujuan dari penelitian bisnis global ini: mengoptimalkan pendapatan dengan mengembangkan pasar di luar negeri adalah untuk menyederhanakan gaji dan meningkatkan keseriusan organisasi di pasar global. Beberapa faktor yang mempengaruhi bisnis global termasuk faktor kejam, distributif, moneter, finansial, dan faktor moneter dan hukum lainnya.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Bisnis Internasional

Yang dimaksud dengan bisnis mendunia adalah bisnis yang pelaksanaannya melintasi batas-batas publik. Definisi ini mencakup pertukaran global dan pertemuan luar negeri, namun juga menciptakan bisnis administrasi di daerah, misalnya transportasi, industri perjalanan, perbankan, periklanan, pembangunan, pertukaran ritel, pertukaran diskon, dan korespondensi massal. Bisnis global adalah perpindahan bisnis yang dilakukan antara satu negara dan negara lain. Organisasi mempunyai

berbagai macam jenis, dan oleh karena itu, organisasi dapat dikumpulkan dengan cara yang berbeda-beda. bahwa manusia tidak lepas dari aktivitas perdagangan demi memenuhi kebutuhan sehari-hari. Orang yang memainkan peran penting dalam kegiatan ini adalah dealer. Mereka bertugas mengantarkan produk ke pelanggan. Latihan perdagangan saat ini tidak hanya terbatas pada penduduk satu negara saja. Kegiatan perdagangan sudah mulai merambah secara internasional atau antar negara. (Gumilar, 2018, p. 142).

### **Pendapatan**

Pendapatan adalah hasil dari penyediaan tenaga kerja dan produk kepada suatu organisasi dalam jangka waktu tertentu. Faktanya, tidak hanya hasil penjualan, pendapatan suatu organisasi juga dapat berasal dari bunga atas sumber daya organisasi yang digunakan oleh berbagai kelompok, keuntungan, dan pejabat. Semuanya dijumlahkan dan disimpan dalam pembukuan organisasi. Selain itu, pendapatan juga dapat diartikan sebagai biaya-biaya yang dibebankan kepada klien atau pembeli atas biaya suatu barang atau administrasi. Pendapatan merupakan pertimbangan penting suatu organisasi karena merupakan tolak ukur maju atau mundurnya suatu organisasi. Semakin besar gajinya, semakin berkembang organisasi tersebut dipandang, begitu pula sebaliknya (Nurul Khaeria et al., 2023, p. 742).

Pendapatan merupakan komponen utama bagi setiap orang di dunia ini, gaji sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan sebuah bisnis. Kapasitas suatu bisnis untuk mendanai segala bentuk pergerakan yang membantu daya dukung suatu bisnis sangat menentukan besarnya pendapatan yang diperoleh bisnis tersebut. Pendapatan adalah uang tunai bagi berbagai pelaku bisnis yang diperoleh suatu bisnis dari pembeli karena metode yang terlibat dalam penjualan tenaga kerja dan produk.

Pendapatan atau yang bisa disebut keuntungan finansial adalah seluruh gaji yang diterima pengusaha setelah dikurangi biaya penciptaan (Sukirno 2005:37). Istilah “penghasilan yang diperoleh apabila terjadi transaksi antara pedagang dan pembeli dalam suatu kesepakatan harga bersama” dan “penghasilan seseorang yang diperoleh dari hasil transaksi jual beli” juga berlaku pada kategori ini.

Pembayaran Masyarakat Dapat Dilihat Melalui Tiga Metodologi, Yaitu:

1. Pendapatan nasional didefinisikan dengan metode produksi sebagai jumlah nilai tambah dari setiap barang atau jasa yang diproduksi suatu negara selama periode waktu tertentu.
2. Cara pembayaran, khususnya cara pembayaran publik, yang menentukan gaji pemilik faktor produksi yang digunakan untuk menghasilkan tenaga kerja dan barang dalam suatu negara dalam jangka waktu yang telah ditentukan.
3. Pendekatan pemanfaatan, pendekatan ini merupakan angsuran terbuka dari seluruh pemanfaatan setiap penghibur moneter, baik di dalam maupun di luar negeri selama jangka waktu tertentu. (Sadan Madji et al., 2019, p. 4000).

### **Evolusi Pemasaran Internasional**

Globalisasi bisnis telah mendorong perluasan jangkauan promosi ke seluruh dunia, mencakup cakupan permasalahan dan permasalahan yang lebih luas. Perubahan dari promosi berbasis nilai ke periklanan hubungan merupakan poin penting dalam peningkatan pemasaran global. Para peneliti mulai menekankan pentingnya membangun hubungan jangka panjang dengan klien dan mitra asing, memahami bahwa kepercayaan dan kerja sama memainkan peran penting dalam perjalanan pasar global (Passaris, 2006). Promosi hubungan menekankan hubungan jangka panjang, pengasuhan klien, dan ketabahan, sedangkan pameran berbasis nilai berfokus pada pertukaran individu dan tujuan langsung (onková dan Grabowska, 2015). Pentingnya periklanan hubungan berkembang seiring dengan meningkatnya kompleksitas iklim bisnis di seluruh dunia (Utami Yuniarti, 2023, p. 27).

Ketika suatu negara menerima bahwa negaranya tidak mempunyai batasan atau efektivitas untuk memberikan suatu promosi global yang layak, maka promosi global akan diabaikan. Skenario ini dijelaskan dengan menggunakan konsep keunggulan komparatif (David Ricardo). Seperti yang ditunjukkan oleh teori ini, lebih disarankan untuk membuat beberapa produk saja dan mengimpor

produk lainnya karena kepemilikan aset setiap negara berubah (spesialisasi produksi). Inggris dan Portugal dijadikan contoh oleh David Ricardo. Suatu negara akan melakukan pertukaran dengan negara lain karena ketidakberdayaan atau ketidakmampuannya dalam menciptakan produk. Pengiklan mulai bergaul dengan negara-negara lain setelah memahami bahwa mereka dapat memuaskan hasrat mereka serta mendapat manfaat dari melakukan hal tersebut (Husnah et al., 2022, p. 243).

### **Pemasaran**

Inisiatif pemasaran global sangat bergantung pada produk. Menurut Kotler (2000), produk adalah segala sesuatu yang dapat disediakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Barang-barang terdekat memiliki keunikan jika dibandingkan dengan barang-barang di seluruh dunia karena pengiklan di lingkungan sekitar harus cerdas dalam memahami situasi ekonomi di seluruh dunia. Pakar pemasaran harus berhati-hati saat menjaga teknik pengembangan pasar dan menempatkan produk internasional di negara lain sehingga mereka ditunjuk dan mendapat reaksi positif dari pembeli. Selain itu, karena perubahan desain dan produk terkadang meningkatkan kesepakatan, pengiklan perlu mempraktikkan inovasi sambil mengembangkan hal-hal baru. Perjanjian ini mencakup pemikiran untuk memperluas siklus hidup produk terlepas dari dorongan pertumbuhan pasar (Maulidya et al., 2023, p. 219).

### **Bisnis Ekspor Dan Impor**

Asosiasi yang ingin memulai pengiriman biasanya memulai dengan mencari pembeli di luar negeri. Ada beberapa cara untuk melacak pembeli di luar negeri, khususnya; dengan mengikuti presentasi balikan baik di dalam maupun luar negeri, bekerja sama dalam misi perdagangan, melalui departemen di luar negeri, khususnya di perdagangan dan ITPC (Indonesia Trade Progression Center) serta penunjukan dari negara-negara yang jauh di dalam negeri, melalui Administrasi Bisnis dan Perdagangan, melalui Kawasan Bisnis dan Pertukaran di tingkat daerah dan provinsi/kota. Setelah mengetahui nama dan alamat calon pembeli di luar negeri, surat menyurat dapat dilakukan melalui surat atau media elektronik. Pertukaran penyerahan dimungkinkan oleh kombinasi faktor-faktor penciptaan, yang hanya dihubungkan oleh manfaat relatifnya.

Melalui contoh pembelian langsung atau badan usaha, para pelaku usaha bursa (broker) dapat melakukan kegiatan pengiriman dengan cara mengumpulkan barang-barang hasil usaha kecil atau skala keluarga yang belum mempunyai kemampuan untuk berdagang menurut sudut pandang administrasi. Para penghibur bisnis Ira berdagang karena pendekatannya terhadap sektor usaha dan kapasitas manajerial yang asing. Materi bisnis perdagangan mungkin sudah memiliki perwakilan di luar negeri.

Impor adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam suatu wilayah baku, khususnya wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia yang meliputi ruang darat, ruang air, dan ruang udara di atasnya serta tempat-tempat tertentu dan Zona Moneter Tertentu serta jalur-jalur darat dengan Nomor pedoman. 10 Tahun 1995 tentang Kepabeanan berlaku. Strategi impor Indonesia bertumpu pada Peraturan 7 Tahun 1994 tentang Ratifikasi Penyelesaian Yayasan World Exchange Association (WTO), yang mengatur peraturan yang harus dipatuhi oleh setiap negara anggota WTO (Triyono, 2008, p. 81).

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian deskripsi adalah penggambaran yang diharapkan dapat memperoleh informasi tentang status atau efek samping sehubungan dengan populasi atau lokasi tertentu, atau untuk merancang realitas berdasarkan suatu perspektif (pandangan tertentu pada saat eksplorasi dikoordinasikan). (K, 2018, p. 1)

Peneliti menggunakan prosedur penyelidikan subjektif yang jelas, memahami penemuan penelitian dengan menggunakan informasi dari sumber referensi yang berbeda. Mengorganisasikan sumber penelitian, membaca dan mencatat, serta memanfaatkan metode pengumpulan data perpustakaan merupakan bagian dari studi literatur. Jenis informasi yang digunakan adalah informasi pilihan, yang berasal dari berbagai sumber terpercaya, antara lain buku, jurnal, artikel, dan berbagai sumber.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis internasional adalah kegiatan bisnis yang melibatkan perusahaan atau organisasi dalam investasi, produksi, dan penjualan produk di lebih dari satu negara. Konsep ini mencakup beberapa aspek penting, seperti:

1. Mengoptimalkan pendapatan dengan memperluas jangkauan bisnis di luar negeri
2. Mengembangkan pasar di luar negeri untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan
3. Menggunakan logistik global yang efisien untuk menjangkau pasar di luar negeri
4. Menerapkan strategi pemasaran dan penjualan yang sesuai dengan karakteristik pasar internasional

Bisnis internasional menawarkan banyak keuntungan bagi organisasi, seperti meningkatkan pendapatan, memperluas kapasitas yang kejam, meningkatkan efektivitas penciptaan, dan membedakan pertaruhan organisasi di pasar global. Dalam periode globalisasi yang sedang berlangsung, bisnis di seluruh dunia telah menjadi faktor penting dalam perekonomian dunia, memberdayakan organisasi untuk bekerja di berbagai sektor bisnis global dan memperluas fokus mereka di pasar global. Untuk mengoptimalkan pendapatan dalam bisnis internasional, beberapa langkah yang dapat diambil meliputi:

1. Memahami dinamika pasar dan kebutuhan pelanggan di luar negeri
2. Mengembangkan produk atau jasa yang sesuai dengan permintaan dan kebutuhan pelanggan di pasar internasional
3. Menggunakan logistik global yang efisien untuk menjangkau pasar di luar negeri
4. Mengoptimalkan pemasaran dan penjualan melalui model penjualan konsisten di pasar luar negeri
5. Menggunakan teori ekonomi bisnis internasional, seperti merkantilisme dan teori keunggulan absolut, untuk menentukan strategi yang paling efektif
6. Mengembangkan sumber daya dan infrastruktur yang diperlukan untuk menghadapi persaingan dan tantangan dalam bisnis internasional
7. Melakukan penelitian dan pengembangan produk atau jasa untuk meningkatkan daya saing dan kompetitif di pasar internasional

Mengoptimalkan pendapatan dengan mengembangkan pasar di luar negeri merupakan strategi bisnis yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan pendapatan dan profitabilitas. Berikut adalah beberapa cara untuk mengoptimalkan pendapatan dalam bisnis internasional:

1. Memahami dinamika pasar dan kebutuhan pelanggan di luar negeri
2. Mengembangkan produk atau jasa yang sesuai dengan permintaan dan kebutuhan pelanggan di pasar internasional
3. Menggunakan logistik global yang efisien untuk menjangkau pasar di luar negeri
4. Mengoptimalkan pemasaran dan penjualan melalui model penjualan konsisten di pasar luar negeri
5. Menggunakan teori ekonomi bisnis internasional, seperti merkantilisme dan teori keunggulan absolut, untuk menentukan strategi yang paling efektif
6. Mengembangkan sumber daya dan infrastruktur yang diperlukan untuk menghadapi persaingan dan tantangan dalam bisnis internasional
7. Melakukan penelitian dan pengembangan produk atau jasa untuk meningkatkan daya saing dan kompetitif di pasar internasional

Dalam bisnis internasional, penting untuk memahami tantangan dan peluang yang ada, seperti persaingan intens, risiko yang mungkin dihadapi, dan potensi keuntungan yang besar. Oleh karena itu, penelitian dan pengembangan produk atau jasa yang sesuai dengan permintaan pasar di luar negeri sangat penting untuk mengoptimalkan pendapatan dan meningkatkan daya saing perusahaan dalam pasar global.

### KESIMPULAN

Dari judul penelitian tersebut, “Bisnis Internasional: mengoptimalkan pendapatan dengan meningkatkan pasar di luar negeri”, kesimpulan yang dapat ditarik adalah bahwa bisnis di seluruh dunia merupakan sebuah gagasan penting dalam masa globalisasi yang sedang berlangsung, yang memungkinkan organisasi untuk mengembangkan jangkauan bisnis, meningkatkan gaji, meningkatkan pendapatan, dan meningkatkan pendapatan. kapasitas yang kejam, meningkatkan kemahiran penciptaan, dan membedakan bahaya organisasi di pasar global. Untuk menjadi sukses dalam bisnis internasional, seseorang harus memiliki pemahaman yang kuat tentang dinamika pasar internasional dan kebutuhan pelanggan, menciptakan barang atau jasa yang memenuhi persyaratan tersebut, memanfaatkan logistik global yang efektif untuk menjangkau pasar luar negeri, mengoptimalkan pemasaran dan penjualan melalui model penjualan yang sesuai. konsisten di pasar luar negeri, dan menerapkan teori ekonomi bisnis internasional seperti merkantilisme dan teori keunggulan absolut untuk menentukan strategi yang paling efisien.

Selain itu, bisnis internasional juga dapat memberikan keuntungan jangka panjang, misalnya saja memperluas batasan produksi, peningkatan pasar, dan memperluas batas tajam asosiasi di kawasan bisnis internasional.

### DAFTAR PUSTAKA

- Gumilar, A. (2018). Analisis Bisnis Internasional Di Indonesia. *Jurnal ADBIS*, 2(2), 141–154.
- Hazizah, siti dkk. (2021). Peranan Etika Dan Tanggung Jawab Sosial Dalam Bisnis Internasional. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 2(2), 189–195.
- Husnah, M., Batubara, I. W., Siregar, A. I. F., Rahmadhani, S., & Suhairi. (2022). Pengantar Pemasaran Global. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 923–926.
- K, A. (2018). *Berbagai Metodologi Dalam Penelitian Pendidikan Dan Manajemen* (pp. 1–317). Gunadarma Ilmu. [http://repositori.iain-bone.ac.id/3/1/Berbagai Metodologi dalam Penelitian.pdf](http://repositori.iain-bone.ac.id/3/1/Berbagai%20Metodologi%20dalam%20Penelitian.pdf)
- Maulidya, N., Purba, N., Junita, N., Lestari, S., Hasibuan, Z., & Suhairi. (2023). Analisis Strategi Ekspansi Pemasaran Global dalam Kebijakan Produk. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 217–227.
- Nurul Khaeria, A., Luh Putu Tirta Murthi, N., Putra Triadji, T., & Yoan Nurotul Azizah, C. (2023). Pendapatan dan Beban. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(2), 741–745.
- Sadan Madji, Daisy S.M. Engka, & Sumual, J. I. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Rumput Laut Di Desa Nain Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal EMBA*, 7(3), 3998–4006.
- Suprpto, Y., Jhohari, Raihan, & Deni, V. S. (2022). *Pengaruh Bisnis Internasional Bagi Indonesia*. 4(2), 436–442.
- Suryanto, S., & Kurniati, P. S. (2022). Analisis Perdagangan Internasional Indonesia dan Faktor-Faktor yang Memengaruhinya. *Intermestic: Journal of International Studies*, 7(1), 104. <https://doi.org/10.24198/intermestic.v7n1.6>
- Triyono. (2008). Upaya Meningkatkan Daya Saing Di Pasar Internasional Pada Era Globalisasi. *Value Added*, 4(2), 76–88.
- Utami Yuniarti, eva dkk. (2023). Strategi Penetrasi Pasar Global : Eksplorasi Bibliometrik tentang Pemasaran Internasional, Mode Masuk Pasar, dan Strategi Ekspor. *Bisnisman: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 25–38.