

SISTEM EKONOMI INTERNASIONAL



Penulis :
Iwan Harsono
Maal Naylah
Muhammad Zulkarnain
Miswan
Ana Fitriyatul Bilgies
Abdurohim
Widhy Wahyani
Tri Widayati

SISTEM EKONOMI INTERNASIONAL

**Iwan Harsono
Maal Naylah
Muhammad Zulkarnain
Miswan
Ana Fitriyatul Bilgies
Abdurohim
Widhy Wahyani
Tri Widayati**



GET PRESS INDONESIA

SISTEM EKONOMI INTERNASIONAL

Penulis :

Iwan Harsono
Maal Naylah
Muhammad Zulkarnain
Miswan
Ana Fitriyatul Bilgies
Abdurohim
Widhy Wahyani
Tri Widayati

ISBN : 978-623-125-467-2

Editor : Diana Purnama Sari., S.E., M.E

Penyunting : Ari Yanto., M.Pd

Desain Sampul dan Tata Letak : Atyka Trianisa, S.Pd

Penerbit : GET PRESS INDONESIA

Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022

Redaksi :

Jln. Palarik Air Pacah No 26 Kel. Air Pacah
Kec. Koto Tangah Kota Padang Sumatera Barat
Website : www.getpress.co.id
Email : adm.getpress@gmail.com

Cetakan pertama, November 2024

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT dalam segala kesempatan. Sholawat beriring salam dan doa kita sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah atas Rahmat dan Karunia-Nya penulis telah menyelesaikan Sistem Ekonomi Internasional ini.

Buku ini membahas Teori Perdagangan Klasik Internasional, Teori Perdagangan Modern Internasional, Kerja Sama Ekonomi Internasional, Kebijakan Ekonomi Perdagangan Internasional, Tantangan Dalam Ekonomi Internasional, Neraca Pembayaran Internasional, Manajemen Perdagangan Internasional, Globalisasi Dan Liberalisasi Internasional.

Proses penulisan buku ini berhasil diselesaikan atas kerjasama tim penulis. Demi kualitas yang lebih baik dan kepuasan para pembaca, saran dan masukan yang membangun dari pembaca sangat kami harapkan.

Penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dalam penyelesaian buku ini. Terutama pihak yang telah membantu terbitnya buku ini dan telah mempercayakan mendorong, dan menginisiasi terbitnya buku ini. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi masyarakat Indonesia.

Padang, Oktober 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB 1 TEORI PERDAGANGAN KLASIK	
INTERNATIONAL.....	1
1.1 Teori Klasik	3
1.2 Teori Modern	6
1.3 Teori Keunggulan Kompetitif	7
DAFTAR PUSTAKA	11
BAB 2 TEORI PERDAGANGAN MODERN	
INTERNASIONAL.....	13
2.1 Pendahuluan.....	13
2.2 Model Heckscher Ohlin dan Munculnya Teori Perdagangan Modern.....	13
2.3 Skala Ekonomi dan Perdagangan Internasional.....	16
2.4 Kompetisi Tidak Sempurna dan Perdagangan Internasional	19
2.4.1 Perdagangan Berbasis pada Diferensiasi Produk.....	19
2.4.2 Mengukur Perdagangan Intra-Industri	21
2.4.3 Model Formal Perdagangan Intra-Industri	21
2.5 Perdagangan Berdasarkan pada Perbedaan Dinamika Teknologi	23
2.5.1 Model Kesenjangan Teknologi dan Siklus Produk.....	23
2.5.2 Ilustrasi Model Siklus Produk.....	25
2.6 Biaya Transportasi, Standar Lingkungan, dan Perdagangan Internasional.....	26
2.6.1 Biaya Transportasi dan Komoditas yang Tidak Diperdagangkan	27
2.6.2 Biaya Transportasi dan Lokasi Industri	29
2.6.3 Standar Lingkungan, Lokasi Industri, dan Perdagangan Internasional.....	30
DAFTAR PUSTAKA	32
BAB 3 KERJASAMA EKONOMI INTERNASIONAL	33
3.1 Pendahuluan.....	33
3.2 Tujuan Kerjasama Ekonomi Internasional	35

3.3 Manfaat Kerjasama Ekonomi Internasional	37
3.4 Bentuk-bentuk Kerjasama Ekonomi Internasional.....	38
3.5 Tantangan Kerjasama Ekonomi Internasional	39
DAFTAR PUSTAKA.....	41
BAB 4 KEBIJAKAN EKONOMI PERDAGANGAN	
INTERNASIONAL	43
4.1 Tujuan Kebijakan Perdagangan Internasional.....	45
4.2 Kebijakan Ekspor	47
4.2.1 Kebijaksanaan Ekspor di Dalam Negeri.....	48
4.2.2 Kebijaksanaan Ekspor Di Luar Negeri	49
4.3 Kebijaksanaan Impor.....	49
4.3.1 Kebijakan <i>Tariff Barrier</i>	49
4.3.2 Analisis Dampak Tariff.....	54
4.3.3 Kebijakan Non Tariff Barrier (NTB).....	56
4.4 Sistem Quota dan Dampak Quota	57
4.4.1 Bentuk- Bentuk <i>Quota</i> Impor	57
4.4.2 Dampak <i>Quota</i> Terhadap Ekonomi Nasional.....	58
4.5 Dumping.....	60
4.6 Kartel Internasional.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	64
BAB 5 TANTANGAN DALAM EKONOMI	
INTERNASIONAL	66
5.1 Pendahuluan	66
5.2 Tantangan dalam Ekonomi Internasional	67
5.2.1 Pengertian Ekonomi Internasional.....	67
5.2.2 Tujuan Ekonomi Internasional.....	67
5.2.3 Tahap Memasuki Ekonomi Internasional.....	69
5.2.4 Manfaat Ekonomi dan Bisnis Internasional.....	73
5.2.5 Faktor Pendorong Ekonomi Internasional/Perdagangan Internasional.....	75
5.2.6 Tantangan dalam Bisnis atau Ekonomi Internasional.....	76
5.2.7 Strategi Mengembangkan Ekonomi Go Internasional.....	84
5.3 Penutup.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	88

BAB 6 NERACA PEMBAYARAN INTERNASIONAL.....	90
6.1 Pendahuluan.....	90
6.2 Struktur dan Komponen Neraca Pembayaran	94
6.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Neraca Pembayaran.....	95
6.4 Implikasi dan Analisis Neraca Pembayaran.....	97
6.5 Studi Kasus: Analisis Neraca Pembayaran di Beberapa Negara	98
6.6 Kebijakan Ekonomi untuk Menjaga Keseimbangan Neraca Pembayaran	100
6.7 Masa Depan Neraca Pembayaran dalam Ekonomi Global	100
6.8 Kesimpulan	101
DAFTAR PUSTAKA	103
BAB 7 MANAJEMEN PERDAGANGAN INTERNASIONAL .	112
7.1 Pendahuluan.....	112
7.2 Regulasi Perdagangan Internasional.....	114
7.3 Manajemen Risiko dalam Perdagangan Internasional	116
7.4 Hubungan dan Negosiasi Internasional.....	117
7.5 Strategi Pemasaran Global	119
7.6 Studi Kasus dan Penyelesaiannya	121
7.7 Kesimpulan	123
DAFTAR PUSTAKA	124
BAB 8 GLOBALISASI DAN LIBERALISASI INTERNASIONAL.....	126
8.1Pendahuluan.....	126
8.2 Pengertian Globalisasi.....	126
8.3 Pengertian Liberalisasi Internasional.....	127
8.4 Sejarah Globalisasi dan Liberalisasi Internasional.....	127
8.5 Dampak Globalisasi dan Liberalisasi di Bidang Ekonomi.....	128
8.6 Dampak di Bidang Sosial dan Budaya.....	129
8.7 Tantangan dan Peluang Globalisasi dan Liberalisasi ...	130
8.8 Peran Organisasi Internasional dalam Globalisasi dan Liberalisasi.....	131
8.9 Dampak Globalisasi terhadap Tenaga Kerja	132

8.10 Tantangan Terhadap Kedaulatan Nasional.....	133
8.11 Masa Depan Globalisasi dan Liberalisasi.....	134
8.12 Kesimpulan	135
DAFTAR PUSTAKA.....	136
BIODATA PENULIS	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Perdagangan Berdasar Skala Ekonomi.....	18
Gambar 2.2. Pembentukan Harga dan Output pada Kompetisi Monopolistik	23
Gambar 2.3. Model Siklus Produk.....	26
Gambar 2.4. Analisis Keseimbangan Parsial Biaya Transportasi.	28

BAB 1

TEORI PERDAGANGAN KLASIK

INTERNATIONAL

Oleh Iwan Harsono

Pemahaman terhadap perdagangan internasional sangat penting untuk pembangunan ekonomi suatu negara. Perdagangan internasional membuka peluang bagi negara-negara untuk bertukar barang dan jasa, sehingga menghasilkan alokasi sumber daya yang lebih efisien dan kriteria hidup yang lebih tinggi. Hal ini juga mendorong spesialisasi, karena negara-negara akan fokus pada produksi barang dan jasa yang memiliki keunggulan komparatif, sehingga mengarah pada peningkatan produktivitas dan pertumbuhan ekonomi. Perdagangan internasional memupuk hubungan diplomatik dan politik antar negara, sehingga berkontribusi terhadap kerja sama dan perdamaian global. Perdagangan internasional juga memungkinkan terjadinya transfer teknologi dan pengetahuan lintas batas negara, sehingga mendorong inovasi dan kemajuan (Krugman, 2003). Sehingga secara keseluruhan, pemahaman yang komprehensif tentang perdagangan internasional sangat penting bagi para pembuat kebijakan, dunia usaha, dan individu untuk membuat keputusan yang tepat dan berpartisipasi secara efektif dalam perekonomian global.

Secara lebih spesifik perdagangan internasional memiliki beberapa keuntungan seperti :

1. Memperluas pasar, hal ini terjadi ketika suatu negara memproduksi produk melebihi permintaan dalam negeri maka negara tersebut dapat mengekspor kelebihan ke pasar internasional
2. Lebih fokus pada produk tertentu yang menghasilkan keuntungan yang banyak
3. Dapat memenuhi kebutuhan atas berbagai jenis produk yang dibutuhkan negaranya

4. Perdagangan internasional sebagai ajang bagi negara untuk mempelajari suatu teknik produksi yang efisien dan modern

Perdagangan internasional merupakan perdagangan yang dilakukan oleh suatu negara dengan negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Dalam memahami perdagangan internasional tersebut terdapat teori yang perlu dipahami, yang umumnya dibagi menjadi 3 bagian, yaitu teori klasik, teori modern, dan teori keunggulan kompetitif. Sebelum adanya teori-teori tersebut telah berkembang paham kaum merkantilisme yang ada di Negara Eropa pada abad 16 dan 17. Beberapa tokoh yang berperan diantaranya adalah Sir Josiah Child, Thomas Mun, Jean Bodin. Para tokoh tersebut beranggapan bahwa logam mulia menjadi tolak ukur kemakmuran suatu negara, semakin banyak negara memiliki logam mulia, artinya negara tersebut semakin kaya. Logam mulia ini diperoleh dari surplus ekspor dan impor, ketika ekspor lebih besar dari impor, maka logam mulia yang masuk ke dalam negara tersebut akan semakin banyak.

Selanjutnya, pada abad 18 muncullah teori klasik yang bertepatan dengan terjadinya revolusi pada industri. Saat itu, sistem liberal sedang merajalela yang disebabkan oleh adanya pertumbuhan yang pesat dan bersaing antara kemajuan teknologi dengan pertumbuhan penduduk. Pada awalnya kemajuan teknologi lebih pesat dibandingkan dengan pertumbuhan penduduk, namun dalam perjalanannya terjadi sebaliknya, hingga perekonomian mengalami kemacetan. Para tokoh pencetus teori klasik ini menentang teori logam mulia yang dijadikan tolak ukur kemakmuran suatu negara. Mereka menyatakan bahwa logam mulia tidak mungkin ditumpuk dengan surplus ekspor karena penumpukan tersebut akan sia-sia (Apridar, 2009). Hal ini karena, ketika nilai ekspor naik maka logam mulia akan masuk ke dalam negeri sehingga mengakibatkan uang yang beredar dalam negeri semakin banyak, peredaran uang yang banyak dapat menyebabkan harga dalam negeri naik dan kemudian akan mengakibatkan logam mulia kembali lagi keluar sebagai akibat masuknya barang impor.

Sementara itu, Teori modern perdagangan internasional didasarkan pada teori Heckscher-Ohlin yang diperkenalkan pada

awal abad ke-20. Teori ini menekankan peran faktor *endowment*, seperti modal, sumber daya alam, juga tenaga kerja dalam menentukan keunggulan komparatif suatu negara dalam dunia perdagangan. Teori Heckscher-Ohlin menyatakan bahwa suatu negara akan mengekspor barang yang produksinya berlimpah dan akan mengimpor barang yang produksinya langka. Teori ini telah dikembangkan dan disempurnakan lebih lanjut dari waktu ke waktu, dengan model dan pendekatan baru yang diperkenalkan untuk menjelaskan kompleksitas perdagangan internasional dengan lebih baik.

1.1 Teori Klasik

Teori klasik perdagangan internasional didasarkan pada dua konsep utama: keunggulan absolut dan keunggulan komparatif. Teori keunggulan absolut diperkenalkan oleh Adam Smith dan menyatakan bahwa suatu negara harus berspesialisasi dalam memproduksi barang-barang yang dapat diproduksi lebih efisien dibandingkan negara lain. Sebaliknya, teori keunggulan komparatif dikemukakan oleh David Ricardo dan berpendapat bahwa suatu negara harus berspesialisasi dalam memproduksi barang-barang yang dapat diproduksi dengan biaya peluang yang lebih rendah dibandingkan negara lain. Teori ini menekankan pentingnya spesialisasi dan perdagangan dalam mendorong pertumbuhan dan efisiensi ekonomi.

1. Teori Klasik menurut Adam Smith

Adam Smith menghendaki tidak adanya campur tangan pemerintah dalam proses perdagangan bebas, serta menginginkan spesialisasi produk pada suatu negara. Adam Smith mengemukakan bahwa suatu negara akan memperoleh keuntungan dari perdagangan internasional ketika negara melakukan spesialisasi produk dan mengekspor produk.

Sebagai contohnya Amerika memproduksi produk A sebanyak 1000 unit sehari, sedangkan Kanada memproduksi produk A sebanyak 800 unit sehari. Maka dapat dikatakan bahwa Amerika memiliki keuntungan mutlak dalam menghasilkan produk A. Sementara itu,

dilihat dari jam kerja, Kanada dapat menghasilkan 20 unit selama 1 jam untuk memproduksi barang B, dan Amerika hanya menghasilkan 15 unit selama 1 jam untuk memproduksi barang B. Sehingga dalam kasus ini Kanada memiliki keuntungan mutlak dalam menghasilkan barang atau produk B.

Berdasarkan contoh tersebut, walaupun Amerika dan Kanada memproduksi dua jenis barang yang berbeda, tetapi mereka harus memilih barang mana yang lebih menguntungkan bagi mereka untuk diproduksi berdasarkan keuntungan mutlak. Keuntungan dapat terjadi ketika suatu negara memiliki keunggulan terhadap produk tertentu dengan indikator faktor biaya produksi lebih murah dibandingkan dengan faktor biaya produksi negara lain.

Adam Smith mengemukakan beberapa ide untuk mewujudkan teori keunggulan mutlak, yaitu :

- a. Terdapat pembagian pada kerja internasional untuk menghasilkan produk sejenis
Adanya pembagian ini akan membuat negara bisa memproduksi produk dengan harga yang relatif lebih murah. Sehingga keuntungan dapat terwujud jika dibandingkan dengan negara lain.
- b. Spesialisasi dan efisiensi ketika produksi
Spesialisasi berarti suatu negara akan memproduksi barang-barang tertentu yang memiliki keuntungan maksimal saja. Negara akan mengimpor produk yang apabila diproduksi sendiri tidak menguntungkan, dan akan mengekspor barang tertentu yang memiliki keuntungan mutlak dalam hal produksi jika dibandingkan dengan lainnya.

Namun teori yang dikemukakan Adam Smith ini memiliki kelemahan, hal ini karena dalam perdagangan internasional akan terjadi keunggulan absolut yang berbeda antar negara. Hanya terdapat satu negara yang memiliki keunggulan absolut untuk kedua jenis produk.

Kemudian, Masngudi secara lebih rinci menjelaskan kelemahan teori Adam Smith ini, diantaranya :

- 1) Teori keunggulan absolut tidak menjelaskan dengan mekanisme seperti apa dunia memperoleh keuntungan dan bagaimana dibagikan diantara penduduk masing-masing negara
- 2) Dalam teori tersebut juga tidak dijelaskan, bagaimana jika suatu negara telah melakukan spesialisasi tetapi negara lain tidak melakukannya
- 3) Terdapat *labor productivity* yang berbeda
- 4) Ama Smith tidak memikirkan negara yang sama sekali tidak memiliki keuntungan absolut.

2. Teori Klasik menurut David Ricardo

David menyatakan bahwa suatu negara akan memperoleh keuntungan dari perdagangan internasional jika melakukan spesialisasi dan mengekspor barang yang efisien diproduksi, serta mengimpor barang yang kurang efisien diproduksi oleh negara tersebut. Hal ini didasarkan David pada nilai tenaga kerja, yang menyatakan bahwa harga atau nilai suatu produk didasarkan pada jumlah waktu atau jam kerja yang digunakan untuk memproduksinya. Pernyataan David tersebut selanjutnya dikenal sebagai teori *cost comperative advantage (labor efficiency)*. Berikut ini contoh *hipotesis teori cost comperative advantage (labor efficiency)* oleh David Ricardo :

Negara	Produksi	
	1 (kg) Gula	1 (m) kain
Indonesia	6 hari kerja	8 hari kerja
Cina	12 hari kerja	10 hari kerja

Apabila contoh diatas dipandang dengan teori keunggulan mutlak oleh Adam Smith, maka Indonesia memiliki keunggulan karena *labor costnya* lebih efisien jika dibandingkan dengan Cina. Sehingga tentu seharusnya tidak akan terjadi perdagangan antara kedua negara jika berdasarkan pada teori Adam Smith ini.

Namun, berdasarkan teori David, meskipun Indonesia memiliki keunggulan absolut dibanding Cina, kedua produk diatas akan tetap dapat terjadi perdagangan internasional yang menguntungkan keduanya melalui spesialisasi serta memiliki *cost comperative advantage (labor efficiency)*. Berikut ini tabel perhitungan *cost comperative advantage (labor efficiency)*.

Perbandingan Cost	1 Kg Gula	1 m Kain
Indonesia Cina	6 / 8 hari kerja	8 / 10 hari kerja
Cina Indonesia	12/6 hari kerja	10/8 hari kerja

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa, tenaga kerja di Indonesia lebih efisien dibandingkan tenaga kerja Cina untuk memproduksi 1 kg gula. Sehingga dalam hal ini Indonesia dapat melakukan spesialisasi produksi dan ekspor gula.

1.2 Teori Modern

1. Teori Modern Heckscher-Ohlin (H-O)

Teori modern Heckscher-Ohlin (HO), juga dikenal sebagai teori proporsi faktor, merupakan perpanjangan dari model Ricardian dan menekankan peran perbedaan faktor endowmen antar negara sebagai pendorong perdagangan internasional. Teori ini didasarkan pada kelimpahan relatif faktor-faktor produksi, seperti modal dan tenaga kerja, serta perannya dalam membentuk keunggulan komparatif dan pola perdagangan. Model HO memberikan kerangka kerja untuk memahami bagaimana faktor endowmen mempengaruhi perdagangan dan telah menjadi bahan perdebatan di kalangan ekonom karena implikasinya terhadap pola perdagangan dunia nyata.

Menurut Heckscher-Ohlin, suatu negara dapat melakukan perdagangan internasional ketika negara tersebut memiliki keunggulan komparatif yang meliputi keunggulan dalam teknologi dan keunggulan faktor produksi. Dasar dari keunggulan komparatif tersebut adalah:

- a. Faktor *endowment* : faktor-faktor produksi di dalam suatu negara

- b. Faktor *intensity* : faktor teknologi yang digunakan dalam proses produksi pada negara tersebut.

Dalam teori ini menggunakan dua kurva yaitu kurva isocost dan kurva isoquant. Kurva isocost yaitu kurva yang memberikan gambaran total biaya produksi yang sama. Sementara kurva isoquant yaitu kurva yang memberikan gambaran total kuantitas produk yang sama. Berdasarkan teori ekonomi mikro kurva isocost akan bertemu dengan kurva isoquant pada suatu titik optimal. Sehingga dengan biaya minimal dapat diperoleh sejumlah produk tertentu.

Sejarah singkat teori H-O ini karena teori klasik tidak menjelaskan mengenai penyebab perbedaan produktivitas. Dalam hal ini teori klasik hanya menjelaskan bahwa perdagangan internasional dapat terjadi karena adanya perbedaan dalam produksi. Sehingga muncullah teori H-O yang mencoba memberikan penjelasan mengenai penyebab perbedaan produktivitas tersebut.

Teori H-O menyatakan penyebab perbedaan produktivitas yaitu karena adanya proporsi faktor produksi yang dimiliki oleh masing-masing negara berbeda, sehingga terjadi perbedaan harga barang yang dihasilkan. Negara yang memiliki faktor produksi relatif murah akan melakukan spesialisasi produksi untuk kemudian mengeksport barang tersebut.

Sama seperti teori sebelumnya, bahwa Teori H-O ini memiliki kelemahan dalam menjelaskan perdagangan internasional, salah satunya adalah dugaan bahwa kedua negara menggunakan teknologi yang sama dalam memproduksi yang mana dugaan ini merupakan dugaan yang tidak valid. Karena faktanya negara-negara di lapangan menggunakan teknologi yang berbedabeda.

1.3 Teori Keunggulan Kompetitif

Teori keunggulan kompetitif modern, yang diperkenalkan oleh Michael E. Porter, mengatasi keterbatasan teori keunggulan komparatif klasik yang diajukan oleh Ricardo dan model Heckscher-Ohlin. Hal ini menekankan sifat dinamis dari keunggulan komparatif dan peran faktor tingkat perusahaan dalam menentukan daya saing suatu negara dalam perdagangan internasional. Berbeda dengan

teori klasik, teori keunggulan kompetitif berfokus pada pentingnya faktor-faktor seperti teknologi, inovasi, dan kualitas sumber daya manusia dalam membentuk posisi kompetitif suatu negara di pasar global. Kerangka kerja Porter, khususnya konsep Analisis Rantai Nilai, memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang sumber keunggulan kompetitif dan strategi untuk menciptakan dan mempertahankannya. Teori modern ini telah memberikan kontribusi terhadap wawasan yang lebih mendalam mengenai kompleksitas perdagangan internasional dan telah menjadi landasan dalam bidang bisnis dan perdagangan internasional (Yusdja and Yusdja, 2016).

Untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam perdagangan internasional, perusahaan dapat fokus pada perlindungan dan pemanfaatan pengetahuan penting yang menjadi inti keunggulan kompetitif mereka. Hal ini dapat dilakukan melalui inovasi, penyelarasan perkembangan teknologi dengan pengetahuan bisnis yang saling melengkapi, dan peningkatan berkelanjutan terhadap posisi kompetitif mereka di pasar global. Kesuksesan jangka panjang terkait dengan kemampuan berinovasi, memotivasi karyawan, menciptakan kepercayaan dalam organisasi, dan mengidentifikasi serta mempromosikan aset tidak berwujud. Selain itu, membangun dan mensinergikan potensi dan sumber daya perusahaan, serta mempertahankan visi dan nilai bisnis yang kuat, sangat penting untuk mempertahankan bisnis yang luar biasa.

Keunggulan kompetitif dalam suatu bisnis berkaitan dengan manajemen strategis dan dapat dicapai dengan menciptakan produk atau layanan yang dianggap lebih berharga, berkualitas lebih tinggi, atau unik dibandingkan dengan pesaing. Hal ini dapat dilakukan melalui diferensiasi, kepemimpinan biaya, atau strategi fokus. Pada akhirnya, tujuannya adalah untuk memastikan bahwa perusahaan dapat bersaing dan berkembang dalam lingkungan bisnis.

Dalam konteks persaingan global, perusahaan dapat meningkatkan keunggulan kompetitif mereka melalui aliansi strategis, menciptakan keuntungan, dan pertumbuhan di pasar global. Hal ini melibatkan adaptasi terhadap lingkungan yang berubah dengan cepat, memperlakukan dunia sebagai sumber

penawaran dan permintaan, dan menyelaraskan kompetensi khusus dengan aliansi strategis perusahaan (Banani, 2020). Dua cara dasar untuk mencapai keunggulan kompetitif adalah melalui kepemimpinan biaya dan strategi diferensiasi produk.

Dalam teori keunggulan komparatif, suatu negara tetap dapat melakukan perdagangan internasional dan menghasilkan keuntungan meskipun negara tersebut tidak memiliki keunggulan absolut dalam memproduksi barang tertentu. Teori ini menekankan pentingnya spesialisasi dan efisiensi dalam perdagangan internasional, yang memungkinkan negara-negara memperoleh keuntungan dari perdagangan satu sama lain berdasarkan efisiensi relatif mereka.

Singkatnya, perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif dalam perdagangan internasional melalui inovasi, manajemen strategis, adaptasi terhadap pasar global, dan memanfaatkan kompetensi khusus dan aliansi strategis mereka. Upaya-upaya ini penting untuk keberhasilan jangka panjang dan keberlanjutan dalam lingkungan bisnis global yang semakin kompetitif dan dinamis.

Ada beberapa strategi yang dapat diterapkan perusahaan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif mereka dalam perdagangan internasional. Salah satu strateginya adalah fokus pada kepemimpinan biaya, yang melibatkan produksi atau penyediaan produk atau layanan dengan biaya lebih rendah dibandingkan pesaing. Strategi ini dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif mereka dalam perdagangan internasional dengan memungkinkan mereka menawarkan produk atau jasa dengan harga lebih rendah dibandingkan pesaing mereka. Hal ini dapat dicapai melalui berbagai cara, seperti pengurangan biaya produksi, perampingan operasi, dan optimalisasi manajemen rantai pasokan. Dengan menawarkan produk atau layanan dengan biaya lebih rendah, perusahaan dapat menarik pelanggan yang sensitif terhadap harga dan memperoleh pangsa pasar yang lebih besar. Namun, penting untuk dicatat bahwa strategi biaya rendah mungkin tidak selalu berkelanjutan dalam jangka panjang, karena pesaing juga dapat mengadopsi strategi serupa dan semakin menurunkan harga.

Strategi lainnya adalah diferensiasi, yang melibatkan penciptaan produk atau layanan yang dianggap lebih berharga, berkualitas lebih tinggi, atau unik dibandingkan dengan pesaing. Strategi ketiga adalah fokus pada segmen pasar tertentu, yang dikenal dengan strategi fokus. Perusahaan juga dapat melakukan inovasi, menyelaraskan perkembangan teknologi dengan pengetahuan bisnis yang saling melengkapi, dan terus meningkatkan posisi kompetitif mereka di pasar global. Selain itu, membangun dan mensinergikan potensi dan sumber daya perusahaan, serta mempertahankan visi dan nilai-nilai bisnis yang kuat, merupakan hal yang penting untuk mempertahankan bisnis yang luar biasa (Utama, 2003). Aliansi strategis, menciptakan keuntungan, dan pertumbuhan di pasar global juga penting untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dalam perdagangan internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Apridar (2009) *Ekonomi Internasional "Sejarah, Teori, Konsep dan Permasalahan dalam Aplikasinya*. Graha Ilmu.
- Banani, D.A. (2020) 'Bagaimana Menggapai Keunggulan Bersaing Yang Berkelanjutan', *Jurnal Fakultas Ekonomi Unsoed Jurusan Manajemen*, pp. 1–20. Available at: <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/viewFile/92/97>.
- Krugman, P.R. and M.O. (2003) *Ekonomi Internasional*.
- Utama, A. (2003) 'Upaya Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Perusahaan dalam era persaingan global melalui aliansi strategis', *Kajian bisnis*, (30), pp. 1–23.
- Yusdja, Y. and Yusdja, Y. (2016) 'Tinjauan Teori Perdagangan Internasional dan Keunggulan Kooperatif', *null* [Preprint]. doi:10.21082/fae.v22n2.2004.126-141.

BAB 2

TEORI PERDAGANGAN MODERN INTERNASIONAL

Oleh Maal Naylah

2.1 Pendahuluan

Pada pembahasan sebelumnya, dijelaskan teori Heckscher-Ohlin (H-O) mendasarkan keunggulan komparatif pada perbedaan faktor *endowment* antar negara yang terlibat dalam perdagangan. Namun, teori ini menyisakan sejumlah hal yang tidak dapat dijelaskan dalam perdagangan internasional saat ini. Dalam bab ini, kami mengisi kesenjangan ini dengan beberapa teori perdagangan baru yang saling melengkapi, yang mendasarkan sebagian besar arus perdagangan internasional pada skala ekonomi, persaingan yang tidak sempurna, dan perbedaan dalam pengembangan dan penyebaran teknologi baru dari waktu ke waktu antar negara.

2.2 Model Heckscher Ohlin dan Munculnya Teori Perdagangan Modern

Pada bagian ini, asumsi-asumsi yang dibangun teori Heckscher-Ohlin yang telah dibahas pada Bagian Teori Perdagangan Klasik akan dilonggarkan. Dengan melonggarkan asumsi-asumsi tersebut tidak akan mempengaruhi validitas model dasar Heckscher-Ohlin, namun akan menunjukkan perlunya teori-teori perdagangan modern yang saling melengkapi untuk menjelaskan bagian penting dari perdagangan internasional yang tidak dapat dijelaskan oleh teori Heckscher-Ohlin.

Melonggarkan asumsi pertama (hanya dua negara terlibat, dua komoditas, dan dua faktor produksi) dengan memasukkan lebih dari dua baik negara, komoditas, maupun faktor yang digunakan, meskipun tentu saja memperumit analisis, membuat model H-O pada dasarnya tetap valid, sepanjang jumlah komoditas sama atau lebih besar dari faktor yang digunakan. Salah satu kerumitan yang

muncul ketika berhadapan dengan lebih dari dua faktor adalah bahwa kita tidak bisa lagi mengklasifikasikan komoditas hanya sebagai L(labor/tenaga kerja) atau K(kapital/modal) intensif, tetapi akan membutuhkan konstruksi indeks intensitas faktor untuk memprediksi pola perdagangan. Hal ini bisa menjadi rumit tetapi masih bisa dilakukan.

Asumsi kedua bahwa kedua negara menggunakan teknologi yang sama secara umum tidak berlaku lagi. Artinya, kenyataannya masing-masing negara menggunakan teknologi yang berbeda. Teknologi dapat dianggap sebagai faktor produksi, sehingga perdagangan yang didasarkan pada perbedaan teknologi antar negara dapat dipandang sebagai bagian dari teori H-O. Akan tetapi, perdagangan yang didasarkan pada perubahan teknologi dari waktu ke waktu antar negara adalah masalah yang berbeda. Hal ini dijelaskan oleh model kesenjangan teknologi dan siklus produk. Meskipun model-model ini dapat dianggap sebagai perluasan dinamis dari model dasar H-O, namun sebenarnya model-model ini berbeda.

Asumsi ketiga, bahwa komoditas X adalah komoditas yang menggunakan banyak L (intensif), sementara komoditas Y adalah komoditas yang menggunakan K dengan proporsi lebih besar (intensif) di kedua negara, mengimplikasikan tidak berlaku kebalikan. Pembalikan intensitas faktor akan menyebabkan penolakan terhadap model H-O. Tampaknya paradoks Leontief dapat dihilangkan dengan memasukkan modal manusia, mengecualikan komoditas yang intensif dalam sumber daya alam, dan membandingkan rasio K/L dalam produksi versus konsumsi, bukan ekspor versus impor.

Meskipun teori H-O mengasumsikan adanya skala pengembalian yang konstan (asumsi ke-4), perdagangan dapat didasarkan pada skala ekonomi yang meningkat. *Increasing returns to scale* dapat dianggap sebagai pelengkap dari teori H-O karena mencoba menjelaskan sebagian dari perdagangan internasional yang tidak tercakup dalam teori H-O sebelumnya.

Asumsi kelima dari model H-O adalah spesialisasi yang tidak sempurna di kedua negara. Jika perdagangan membawa spesialisasi

penuh untuk produksinya di salah satu negara, harga komoditas relatif akan disamakan, tetapi harga faktor produksi tidak.

Asumsi ke-6 tentang selera yang sama kurang lebih telah dibuktikan secara empiris. Selera tentu saja tidak cukup berbeda di seluruh negara, untuk mengatasi perbedaan dalam ketersediaan faktor-faktor produksi fisik dalam menjelaskan perbedaan harga relatif komoditas dan perdagangan antar negara.

Asumsi yang terlalu longgar tentang persaingan sempurna di semua pasar produk dan faktor produksi akan lebih merepotkan. Tampaknya sebagian besar perdagangan barang-barang manufaktur antar negara industri didasarkan pada diferensiasi produk dan skala ekonomi, yang (setidaknya pada pandangan pertama) tampaknya tidak mudah direkonsiliasi dengan model *factor-endowment* H-O.

Asumsi ke-8 yang melonggarkan asumsi tidak adanya mobilitas faktor internasional akan sedikit berubah tetapi tidak menggugurkan model H-O. Seperti yang ditunjukkan pada Bagian sebelumnya, mobilitas faktor internasional dapat menjadi substitusi bagi perdagangan internasional dalam mewujudkan kesetaraan harga komoditas dan faktor produksi relatif antar negara. Dengan adanya mobilitas faktor internasional, meskipun tidak sempurna, volume perdagangan yang dibutuhkan untuk mewujudkan penyetaraan harga faktor dan komoditas relatif akan berkurang. Hal ini memodifikasi model dasar H-O tetapi tidak menghilangkan validitasnya.

Demikian pula, biaya transportasi dan penghalang nonprohibitif lainnya terhadap arus perdagangan internasional (asumsi ke-9) mengurangi volume dan manfaat dari perdagangan internasional, tetapi mereka hanya memodifikasi (dan tidak menyebabkan penolakan) teorema H-O dan teorema penyetaraan faktor.

Dengan sumber daya yang belum sepenuhnya digunakan (yaitu, melonggarkan asumsi ke-10), keunggulan komparatif potensial berdasarkan sumber daya yang belum atau kurang digunakan mungkin tidak akan terlihat atau mengemuka. Teori H-O kemudian akan keliru memprediksi pola perdagangan. Namun, selain resesi ekonomi sementara dan pengangguran friksional (yaitu

pengangguran yang muncul dalam proses pergantian pekerjaan), asumsi *full employment* sebagian besar terpenuhi, setidaknya di negara-negara industri.

Asumsi ke-11 yang diperlonggar, bahwa perdagangan internasional antar negara adalah berimbang, dapat membuat negara dengan defisit perdagangan mengimpor beberapa komoditas yang memiliki keunggulan komparatif dan pada kenyataannya akan melakukan ekspor dengan perdagangan yang berimbang. Karena sebagian besar ketidakseimbangan perdagangan pada umumnya tidak terlalu besar dalam konteks GNP, maka tuduhan bahwa model H-O tidak dapat memprediksi pola perdagangan dengan benar hanya berlaku untuk komoditas-komoditas yang hanya memiliki keunggulan komparatif yang sangat kecil.

Kesimpulannya, sebagian besar asumsi dari teori Heckscher-Ohlin dimodifikasi tetapi tidak menggugurkan validitas teori tersebut. Namun, melonggarkan asumsi skala ekonomi yang konstan dan persaingan sempurna membutuhkan teori perdagangan baru yang saling melengkapi untuk menjelaskan bagian penting dari perdagangan internasional yang tidak dapat dijelaskan oleh teori H-O. Perdagangan internasional yang berbasis pada perbedaan perubahan teknologi antar negara juga membutuhkan teori-teori perdagangan baru. Sekarang kita akan membahas teori-teori perdagangan baru yang saling melengkapi.

2.3 Skala Ekonomi dan Perdagangan Internasional

Dengan meningkatnya skala keuntungan, perdagangan yang saling menguntungkan dapat terjadi bahkan ketika kedua negara identik dalam segala hal. Ini adalah jenis perdagangan yang tidak dapat dijelaskan oleh model H-O.

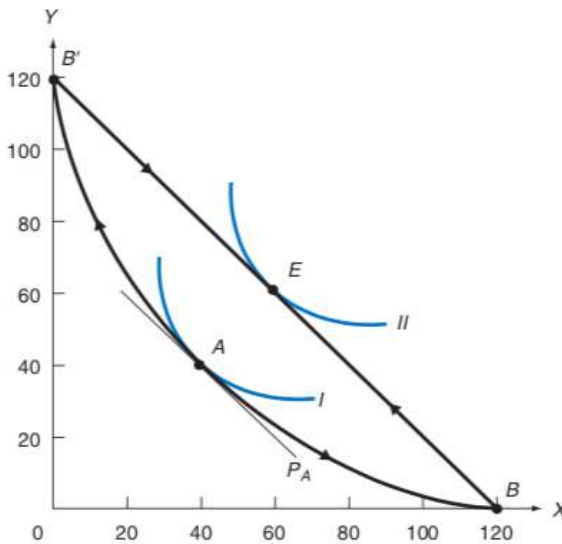
Increasing returns to scale adalah situasi di mana output tumbuh secara proporsional lebih besar daripada peningkatan input yang digunakan. Artinya, jika semua input dilipatgandakan, output akan meningkat lebih dari dua kali lipat. Jika semua input dilipatgandakan, output akan meningkat lebih dari tiga kali lipat.

Peningkatan skala ekonomi terjadi karena pada skala yang lebih besar, setiap pekerja dapat berspesialisasi dalam melakukan

tugas rutin yang sama dengan peningkatan produktivitas. Selain itu, skala operasi yang lebih besar dapat memungkinkan penggunaan mesin yang lebih terspesialisasi dan produktif dibandingkan dengan skala operasi yang lebih kecil. Antweiler and Trefler, (2002) menemukan bahwa sepertiga dari semua industri penghasil produk dicirikan oleh peningkatan skala ekonomis.

Gambar 2.1 menunjukkan bagaimana perdagangan yang saling menguntungkan dapat didasarkan pada peningkatan skala ekonomi. Jika kedua negara diasumsikan identik dalam segala hal, kita dapat menggunakan satu batas produksi dan satu peta indifferen untuk merujuk pada kedua negara. Meningkatnya hasil yang diperoleh dari skala produksi menghasilkan batas produksi yang cembung dari titik awal, atau melengkung ke dalam. Dengan batas produksi dan peta indifferen yang identik, maka harga komoditas relatif keseimbangan tanpa adanya perdagangan di kedua negara juga identik. Pada Gambar 2.1, ini adalah $PX / PY = PA$ di kedua negara dan ditunjukkan oleh kemiringan garis singgung kurva batas produksi dan kurva indifferen I di titik A.

Dengan perdagangan, Negara 1 dapat berspesialisasi sepenuhnya dalam produksi komoditas X dan berproduksi di titik B. Negara 2 kemudian berspesialisasi sepenuhnya dalam produksi Y dan berproduksi di titik B. Dengan menukarkan 60X dengan 60Y satu sama lain, masing-masing negara akan berakhir dengan mengkonsumsi di titik E pada kurva indifferen II, dengan demikian memperoleh 20X dan 20Y. Keuntungan dari perdagangan ini muncul dari skala ekonomi dalam produksi hanya satu komoditas di setiap negara. Jika tidak ada perdagangan, kedua negara tidak akan berspesialisasi dalam produksi satu komoditas saja karena masing-masing negara ingin mengkonsumsi kedua komoditas tersebut.



Gambar 2.1. Perdagangan Berdasar Skala Ekonomi
(Sumber : Salvatore, 2013)

Perhatikan pada titik keseimbangan tanpa perdagangan, poin A, jika Negara 1 bergerak ke kanan dari titik A di sepanjang kurva batas produksinya, harga relatif X (kemiringan kurva batas produksi) akan turun dan akan terus turun hingga Negara 1 benar-benar terspesialisasi dalam produksi komoditas X. Demikian pula, jika Negara 2 bergerak ke kiri dari titik A di sepanjang batas produksinya, P_X / P_Y akan naik (sehingga kebalikannya, P_Y / P_X , turun) hingga Negara 2 menjadi benar-benar terspesialisasi dalam produksi komoditas Y.

Beberapa aspek tambahan dari analisis sebelumnya dan Gambar 2.1 harus diklarifikasi. Pertama-tama, ini adalah masalah ketiadaan perbedaan dari kedua negara yang mengkhususkan diri dalam produksi komoditas X atau komoditas Y. Dalam dunia nyata, ini mungkin terjadi karena ketidaksengajaan. Kedua, harus jelas, setidaknya secara intuitif, bahwa kedua negara tidak harus identik dalam segala hal agar perdagangan yang saling menguntungkan dapat dihasilkan dari peningkatan skala ekonomi. Ketiga, jika skala ekonomi bertahan dalam rentang output yang cukup panjang, satu atau beberapa perusahaan di suatu negara akan menguasai seluruh

pasar untuk suatu produk, yang mengarah pada monopoli atau oligopoli.

Keempat, sejak awal tahun 1980-an, telah terjadi peningkatan tajam dalam perdagangan suku cadang dan komponen melalui *outsourcing* dan *offshoring*, dan ini adalah sumber skala ekonomi internasional yang baru dan cukup signifikan. *Outsourcing* mengacu pada pembelian suku cadang dan komponen oleh perusahaan di luar negeri untuk menekan biaya. Sebaliknya, *offshoring* mengacu pada perusahaan yang memproduksi di pabriknya sendiri di luar negeri beberapa suku cadang dan komponen yang digunakan dalam produknya.

2.4 Kompetisi Tidak Sempurna dan Perdagangan Internasional

Pada bagian ini, kami mengkaji hubungan antara kompetisi tidak sempurna dan perdagangan internasional, dari tingkat intuitif dan kemudian dengan model formal. Kami juga membahas sebuah metode untuk mengukur perdagangan intra-industri.

2.4.1 Perdagangan Berbasis pada Diferensiasi Produk

Sebagian besar output ekonomi modern saat ini melibatkan produk yang berbeda daripada produk yang homogen. Sehingga, di industri otomotif, Chevrolet tidak identik dengan Toyota, Volkswagen, Volvo, atau Renault. Akibatnya, banyak perdagangan internasional melibatkan pertukaran produk yang terdiferensiasi dari industri yang sama. Artinya, sebagian besar perdagangan internasional adalah perdagangan intra-industri untuk produk-produk yang berbeda, bukan perdagangan antar-industri untuk produk-produk yang sepenuhnya berbeda.

Perdagangan intra-industri muncul untuk mengambil keuntungan dari pentingnya skala ekonomi dalam produksi. Artinya, persaingan internasional memaksa setiap perusahaan atau pabrik di negara-negara industri untuk memproduksi hanya satu, atau paling banyak beberapa, jenis produk yang sama daripada banyak jenis yang berbeda untuk menjaga biaya unit tetap rendah. Negara kemudian mengimpor varietas lain dari negara lain. Perdagangan intra-industri menguntungkan konsumen karena

pilihan yang lebih luas (yaitu, variasi produk yang lebih beragam) yang tersedia dengan harga yang lebih rendah yang dimungkinkan oleh skala ekonomi yang dicapai dalam produksi.

Beberapa pertimbangan menarik lainnya harus ditunjukkan sehubungan dengan model perdagangan intra-industri yang dikembangkan oleh Helpman, Krugman, Lancaster, dan yang lainnya sejak tahun 1979. Pertama, perdagangan dalam model H-O didasarkan pada keunggulan komparatif atau perbedaan faktor *endowment* (tenaga kerja, modal, sumber daya alam, dan teknologi) antar negara, sedangkan perdagangan intra-industri didasarkan pada diferensiasi produk dan skala ekonomi. Kedua, dengan produk-produk yang berbeda yang diproduksi dengan skala ekonomi, harga komoditas relatif pra-perdagangan mungkin tidak lagi secara akurat memprediksi pola perdagangan. Secara khusus, sebuah negara besar dapat memproduksi sebuah komoditas dengan biaya yang lebih rendah daripada negara kecil tanpa adanya perdagangan karena skala ekonomi nasional yang lebih besar. Namun, dengan adanya perdagangan, semua negara dapat mengambil keuntungan dari skala ekonomi pada tingkat yang sama, dan negara yang lebih kecil dapat menjual lebih murah daripada negara yang lebih besar untuk komoditas yang sama.

Ketiga, berbeda dengan model H-O, yang memprediksi bahwa perdagangan akan menurunkan keuntungan dari faktor yang langka di suatu negara, dengan perdagangan intra-industri yang didasarkan pada skala ekonomi, semua faktor dapat memperoleh keuntungan.

Terakhir, perdagangan intra-industri terkait dengan peningkatan yang signifikan dalam perdagangan internasional untuk suku cadang dan komponen suatu produk, atau *outsourcing*. Perusahaan-perusahaan internasional sering kali memproduksi atau mengimpor berbagai bagian dari suatu produk di negara-negara yang berbeda untuk meminimalkan biaya produksi mereka (skala ekonomi internasional). Pemanfaatan keunggulan komparatif masing-masing negara untuk meminimalkan total biaya produksi dapat dianggap sebagai perluasan dari model dasar H-O untuk kondisi produksi modern. Pola ini juga menyediakan kesempatan kerja yang sangat dibutuhkan di beberapa negara berkembang.

Kesimpulan sementara yang dapat diambil adalah bahwa keunggulan komparatif tampaknya menentukan pola perdagangan antar-industri, sementara skala ekonomi pada produk yang berbeda menimbulkan perdagangan intra-industri. Kedua jenis perdagangan internasional ini terjadi di dunia saat ini. Semakin berbeda faktor endowment (seperti antara negara maju dan negara berkembang), semakin penting keunggulan komparatif dan perdagangan antar industri. Di sisi lain, perdagangan intra-industri cenderung menjadi dominan jika faktor endowment yang dimiliki lebih mirip (seperti di antara negara-negara maju). Namun, seperti yang ditunjukkan oleh Lancaster, (1980) bahkan dapat dikatakan bahwa perdagangan antar industri mencerminkan keunggulan komparatif alamiah, sementara perdagangan intra-industri mencerminkan keunggulan komparatif yang diperoleh.

2.4.2 Mengukur Perdagangan Intra-Industri

Tingkat perdagangan intra-industri dapat diukur dengan indeks perdagangan intra-industri (T):

$$T = 1 - \frac{X-M}{X+M} \dots \dots \dots (1)$$

di mana X dan M masing-masing mewakili nilai ekspor dan impor dari suatu industri atau kelompok komoditas tertentu dan batang vertikal pada pembilang Persamaan (1) menunjukkan nilai absolut. Nilai T berkisar antara 0 hingga 1. T = 0 ketika sebuah negara hanya mengekspor atau hanya mengimpor barang yang bersangkutan (yaitu, tidak ada perdagangan intra-industri). Di sisi lain, jika ekspor dan impor suatu barang sama, T = 1 (yaitu, perdagangan intra-industri maksimum).

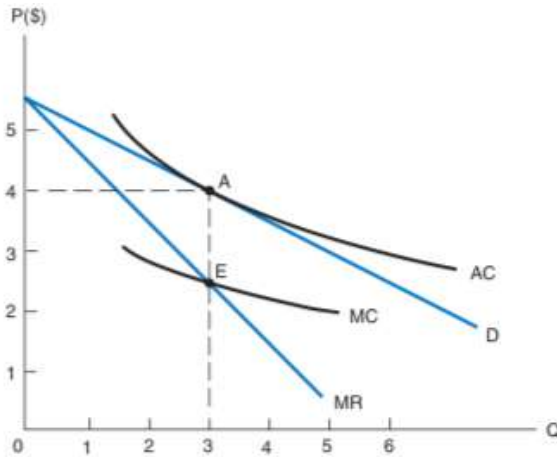
2.4.3 Model Formal Perdagangan Intra-Industri

Gambar 2.2 menjelaskan model formal perdagangan intra-industri. Karena banyak perusahaan lain yang menjual produk yang sama, kurva permintaan yang dihadapi oleh perusahaan tersebut cukup elastis. Ini berarti bahwa perubahan harga yang kecil akan mengakibatkan perubahan yang besar pada penjualan perusahaan. Bentuk pasar di mana terdapat banyak perusahaan yang menjual produk yang terdiferensiasi dan mudah untuk keluar masuk dari industri ini disebut dengan persaingan monopolistik. Karena

perusahaan harus menurunkan harga (P) pada semua unit komoditas jika ingin meningkatkan penjualan, maka kurva pendapatan marjinal perusahaan (MR) berada di bawah kurva permintaan (D), sehingga $MR < P$. Sebagai contoh, D menunjukkan bahwa perusahaan dapat menjual 2 unit dengan harga $P = \$4,50$ dan memiliki pendapatan total $\$9$ atau menjual 3 unit dengan harga $P = 4$ dan memiliki pendapatan total $\$12$. Dengan demikian, perubahan pendapatan total atau $MR = 3$, dibandingkan dengan $P = 4$ untuk unit ketiga komoditas yang dijual.

Dengan hanya memproduksi satu dari beberapa jenis produk, perusahaan juga menghadapi peningkatan skala pengembalian produksi, sehingga kurva biaya rata-rata (AC) juga melandai ke bawah (AC menurun seiring dengan peningkatan output). Akibatnya, kurva biaya marjinal (MC) perusahaan berada di bawah kurva AC . Alasannya adalah agar AC menurun, MC harus lebih kecil dari AC . Tingkat output terbaik bagi perusahaan adalah 3 unit dan diberikan oleh titik E , di mana kurva MR dan MC berpotongan (lihat Gambar 2.2).

Pada tingkat output yang lebih kecil, MR (yaitu pendapatan tambahan) melebihi MC (yaitu biaya tambahan) dan perusahaan harus menambah output. Di sisi lain, pada output yang lebih besar dari 3 unit, $MR < MC$ dan perusahaan harus mengurangi output. Dengan demikian, tingkat output (Q) terbaik adalah 3 unit. Perusahaan kemudian akan mengenakan harga $\$4$, yang ditunjukkan oleh titik A pada kurva D . Selanjutnya, karena semakin banyak perusahaan yang tertarik masuk ke dalam industri ini dalam jangka panjang setiap kali perusahaan-perusahaan dalam industri tersebut memperoleh keuntungan, maka kurva permintaan yang dihadapi perusahaan ini (D) akan bersinggungan dengan kurva AC , sehingga $P = AC = \$4$ pada $Q = 3$. Hal ini berarti perusahaan tersebut mencapai titik impas (yaitu, perusahaan tersebut hanya memperoleh laba normal atas investasi dalam jangka panjang).



Gambar 2.2. Pembentukan Harga dan Output pada Kompetisi Monopolistik
(Sumber : Salvatore, 2013)

2.5 Perdagangan Berdasarkan pada Perbedaan Dinamika Teknologi

Dinamika perubahan dalam teknologi antar negara menjadi faktor penentu perdagangan internasional. Hal ini dapat dilihat dari model kesenjangan teknologi dan siklus produk.

2.5.1 Model Kesenjangan Teknologi dan Siklus Produk

Menurut model kesenjangan teknologi yang dibuat oleh Posner, (1961), sebagian besar perdagangan antar negara industri didasarkan pada pengenalan produk baru dan proses produksi baru dan membuat perusahaan dan negara yang berinovasi menjadi monopoli sementara di pasar dunia. Monopoli sementara ini sering kali didasarkan pada paten dan hak cipta, yang diberikan untuk merangsang inovasi atau penemuan.

Sebagai negara dengan teknologi paling maju, Amerika Serikat mengeksport sejumlah besar produk teknologi tinggi. Namun, ketika produsen asing memperoleh teknologi baru, mereka akhirnya mampu menaklukkan pasar di luar negeri, dan bahkan pasar AS untuk produk tersebut, karena biaya tenaga kerja yang lebih rendah. Sementara itu, produsen AS mungkin telah memperkenalkan produk dan proses produksi yang lebih baru dan

mungkin dapat mengekspor produk ini berdasarkan kesenjangan teknologi baru yang terbentuk. Namun, kekurangan dari model ini adalah model ini tidak menjelaskan ukuran kesenjangan teknologi dan tidak mengeksplorasi alasan mengapa kesenjangan teknologi muncul atau bagaimana kesenjangan teknologi tersebut dihilangkan dari waktu ke waktu.

Sebuah generalisasi dan perluasan dari model kesenjangan teknologi adalah model siklus produk, yang sepenuhnya dikembangkan oleh Vernon, (1966). Menurut model ini, ketika sebuah produk baru diperkenalkan, biasanya produk tersebut membutuhkan tenaga kerja yang sangat terampil untuk memproduksinya. Ketika produk tersebut matang dan diterima secara massal, produk tersebut menjadi terstandarisasi; kemudian dapat diproduksi dengan teknik produksi massal dan tenaga kerja yang kurang terampil. Oleh karena itu, keunggulan komparatif dalam produk bergeser dari negara maju yang awalnya memperkenalkannya ke negara-negara yang kurang maju, di mana tenaga kerja relatif lebih murah. Hal ini dapat disertai dengan investasi asing langsung dari negara yang berinovasi ke negara dengan tenaga kerja yang lebih murah.

Vernon juga menunjukkan bahwa produk berpendapatan tinggi dan hemat tenaga kerja paling mungkin diperkenalkan di negara-negara kaya karena (1) peluang untuk melakukannya paling besar di sana, (2) pengembangan produk baru ini membutuhkan kedekatan dengan pasar sehingga dapat memanfaatkan umpan balik konsumen dalam memodifikasi produk, dan (3) ada kebutuhan untuk menyediakan layanan. Sementara model kesenjangan teknologi menekankan jeda waktu dalam proses peniruan, model siklus produk menekankan pada proses standarisasi. Menurut model-model ini, negara dengan tingkat industri yang tinggi diharapkan untuk mengekspor produk yang tidak terstandarisasi yang mengandung teknologi baru dan lebih maju dan mengimpor produk yang mengandung teknologi lama atau kurang maju. Dalam sebuah studi tahun 1967, Gruber, Mehta, dan Vernon menemukan korelasi yang kuat antara pengeluaran untuk penelitian dan pengembangan (R&D) dan kinerja ekspor. Para penulis menggunakan pengeluaran untuk penelitian dan

pengembangan sebagai proksi untuk kemajuan komparatif sementara yang diperoleh perusahaan dan negara dalam produk baru dan proses produksi baru. Dengan demikian, hasil studi ini mendukung model kesenjangan teknologi dan model siklus produk yang terkait erat.

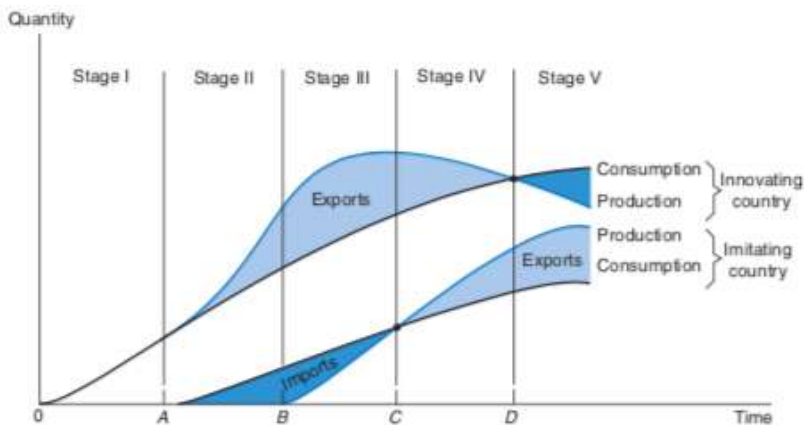
Perlu dicatat bahwa perdagangan dalam model-model ini pada awalnya didasarkan pada teknologi baru yang dikembangkan oleh faktor-faktor yang relatif melimpah di negara-negara industri (seperti tenaga kerja berketerampilan tinggi dan pengeluaran untuk penelitian dan pengembangan). Selanjutnya, melalui peniruan dan standarisasi produk, negara-negara yang kurang berkembang mendapatkan keunggulan komparatif berdasarkan tenaga kerja mereka yang relatif lebih murah. Dengan demikian, perdagangan dapat dikatakan didasarkan pada perubahan faktor relatif kelimpahan (teknologi) di antara negara-negara dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, model kesenjangan teknologi dan model siklus produk dapat dianggap sebagai perluasan dari model H-O dasar ke dalam dunia yang dinamis secara teknologi, bukan sebagai model perdagangan alternatif.

2.5.2 Ilustrasi Model Siklus Produk

Model siklus produk yang divisualisasikan dengan Gambar 2.4, yang mengidentifikasi lima tahap berbeda dalam siklus hidup suatu produk dari sudut pandang negara yang berinovasi dan negara yang meniru. Pada tahap I, atau tahap produk baru (O-A pada sumbu horizontal), produk diproduksi dan dikonsumsi hanya di negara yang berinovasi. Pada tahap II, atau fase pertumbuhan produk (A-B), produksi disempurnakan di negara yang berinovasi dan meningkat dengan cepat untuk mengakomodasi permintaan yang meningkat di dalam dan luar negeri. Pada tahap ini, belum ada produksi produk di luar negeri, sehingga negara yang berinovasi memiliki monopoli di pasar domestik dan ekspor.

Pada tahap III, atau tahap kematangan produk (B-C), produk menjadi terstandarisasi, dan perusahaan yang berinovasi mungkin merasa menguntungkan untuk memberikan lisensi kepada perusahaan domestik dan asing lainnya untuk juga memproduksi produk tersebut. Dengan demikian, negara yang meniru mulai

memproduksi produk untuk konsumsi domestik. Pada tahap IV (C-D), negara peniru, yang menghadapi biaya tenaga kerja dan biaya lainnya yang lebih rendah karena produk telah terstandarisasi dan tidak lagi membutuhkan keterampilan pengembangan dan rekayasa, mulai menjual lebih murah dari negara yang berinovasi di pasar ketiga, dan produksi produk di negara yang berinovasi menurun. Persaingan merek kini berganti menjadi persaingan harga. Akhirnya, pada tahap V (yaitu, melewati titik D), negara peniru mulai menjual lebih rendah dari negara yang berinovasi di pasar yang terakhir juga, dan produksi produk di negara yang berinovasi menurun dengan cepat atau runtuh. Tahap IV dan V sering disebut sebagai tahap penurunan produk. Difusi teknologi, standarisasi, dan biaya yang lebih rendah di luar negeri dengan demikian membawa akhir dari siklus hidup produk. Sekarang saatnya bagi negara yang berinovasi untuk memusatkan perhatian pada inovasi teknologi baru dan memperkenalkan produk baru.



Gambar 2.3. Model Siklus Produk
(Sumber : Salvatore, 2013)

2.6 Biaya Transportasi, Standar Lingkungan, dan Perdagangan Internasional

Biaya transportasi berdampak pada perdagangan internasional secara langsung dengan mempengaruhi harga komoditas yang diperdagangkan di negara pengekspor dan

pengimpor, dan secara tidak langsung dengan mempengaruhi lokasi produksi dan industri internasional.

2.6.1 Biaya Transportasi dan Komoditas yang Tidak Diperdagangkan

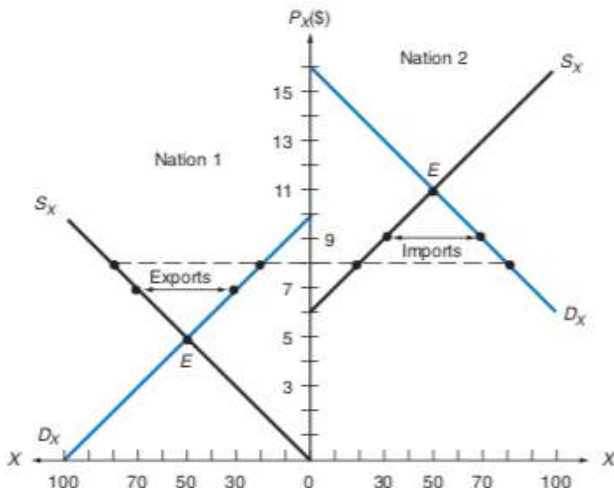
Biaya transportasi meliputi biaya pengangkutan, pergudangan, bongkar muat, premi asuransi, dan biaya bunga selama barang dalam perjalanan.

Sebuah barang yang sama akan diperdagangkan secara internasional hanya jika perbedaan harga pra-perdagangan di kedua negara melebihi biaya pengangkutan barang tersebut dari satu negara ke negara lain. Pertimbangan biaya transportasi dan logistik menjelaskan mengapa sebagian besar barang dan jasa tidak diperdagangkan secara internasional. Barang dan jasa ini disebut sebagai barang dan jasa yang tidak diperdagangkan (*non-tradable goods*). Barang dan jasa tersebut adalah barang dan jasa yang biaya transportasinya melebihi perbedaan harga antar negara. Dengan demikian, semen tidak diperdagangkan secara internasional kecuali di daerah perbatasan karena rasio bobot terhadap nilai yang tinggi. Demikian pula, rata-rata orang tidak melakukan perjalanan dari New York ke London hanya untuk memotong rambut.

Secara umum, harga komoditas yang tidak diperdagangkan ditentukan oleh kondisi permintaan dan penawaran dalam negeri, sedangkan harga komoditas yang diperdagangkan ditentukan oleh kondisi permintaan dan penawaran dunia. Pengurangan besar dalam biaya transportasi yang dihasilkan dari penggunaan truk dan kapal berpendingin mengubah banyak barang yang tidak diperdagangkan menjadi barang yang diperdagangkan. Perkembangan pengiriman kargo dalam peti kemas (yaitu pengemasan barang dalam peti kemas yang sangat besar dan terstandarisasi) sangat mengurangi biaya penanganan dan pengangkutan barang, sehingga mengubah banyak komoditas yang sebelumnya tidak diperdagangkan menjadi komoditas yang diperdagangkan.

Ada dua cara untuk menganalisis biaya transportasi. Salah satunya adalah dengan **analisis keseimbangan umum**, yang menggunakan kurva batas produksi atau kurva penawaran suatu

negara dan mengekspresikan biaya transportasi dalam bentuk harga komoditas relatif. Metode yang lebih sederhana adalah dengan menganalisis biaya transportasi absolut, atau dalam bentuk uang, dengan **analisis keseimbangan parsial**. Metode ini memegang nilai tukar konstan antara dua mata uang, tingkat pendapatan, dan semua hal lain di kedua negara, kecuali jumlah yang diproduksi, dikonsumsi, dan diperdagangkan dari komoditas yang dipertimbangkan.



Gambar 2.4. Analisis Keseimbangan Parsial Biaya Transportasi.
(Sumber : Salvatore, 2013)

Sumbu vertikal umum mengukur harga dolar dari komoditas X di kedua negara. Pergeseran ke kiri dari titik asal bersama mengukur peningkatan jumlah komoditas X untuk Negara 1. Dengan tidak adanya perdagangan, Negara 1 akan memproduksi dan mengkonsumsi 50X pada $P_X = \$5$. Bangsa 2 akan memproduksi dan mengkonsumsi 50X pada $P_X = \$11$. Dengan biaya transportasi sebesar \$2 per unit, $P_X = \$7$ pada Bangsa 1 dan $P_X = \$9$ pada Bangsa 2. Pada $P_X = \$7$, Negara 1 akan memproduksi 70X, mengkonsumsi 30X, dan mengekspor 40X. Pada $P_X = \$9$, Negara 2 akan memproduksi 30X, mengimpor 40X, dan mengkonsumsi 70X. Biaya transportasi dibagi rata oleh kedua negara. Secara umum, semakin

curam DX dan SX di Negara 1 relatif terhadap Negara 2, semakin besar pula bagian biaya transportasi yang dibayar oleh Negara 1.

2.6.2 Biaya Transportasi dan Lokasi Industri

Biaya transportasi juga mempengaruhi perdagangan internasional dengan mempengaruhi lokasi produksi dan industri. Industri dapat diklasifikasikan sebagai industri yang berorientasi pada sumber daya, industri yang berorientasi pada pasar, dan industri *footloose*. Industri yang berorientasi pada sumber daya adalah industri yang cenderung berlokasi di dekat sumber bahan baku yang digunakan oleh industri tersebut. Sebagai contoh, pertambangan jelas harus berlokasi di tempat di mana endapan mineral berada. Secara umum, industri yang berorientasi pada sumber daya adalah industri yang biaya pengangkutan bahan baku yang digunakan oleh industri tersebut jauh lebih tinggi daripada biaya pengiriman produk jadi ke pasar. Ini adalah industri seperti baja, bahan kimia dasar, dan aluminium, yang memproses bahan baku yang berat dan besar menjadi produk jadi yang lebih ringan. Sebaliknya, industri yang berorientasi pasar adalah industri yang berlokasi di dekat pasar untuk produk-produk industri. Industri ini adalah industri yang memproduksi barang yang menjadi lebih berat atau lebih sulit untuk diangkut selama proses produksi. Contoh yang sangat baik dari hal ini diberikan oleh perusahaan minuman ringan, yang mengirimkan sirup mereka yang sangat pekat ke pasar, di mana air ditambahkan dan pembotolan dilakukan.

Industri *footloose* adalah industri yang memproduksi barang yang tidak mengalami penambahan atau pengurangan berat badan yang besar selama proses produksi. Industri ini cenderung memiliki rasio nilai terhadap berat yang tinggi dan sangat mudah berpindah-pindah, atau *footloose*. Mereka cenderung mencari lokasi di mana ketersediaan input lain menghasilkan biaya produksi yang paling rendah secara keseluruhan. Contohnya adalah perusahaan-perusahaan komputer AS, yang mengirimkan komponen-komponen buatan AS ke daerah-daerah perbatasan Meksiko untuk dirakit oleh tenaga kerja Meksiko yang murah, sebelum diekspor kembali ke Amerika Serikat untuk dikemas ke dalam produk akhir yang akan dijual di pasar AS. Banyak pemerintah menawarkan perlakuan pajak

yang lebih baik kepada investor domestik dan asing untuk menarik industri *footloose*.

2.6.3 Standar Lingkungan, Lokasi Industri, dan Perdagangan Internasional

Lokasi industri dan perdagangan internasional juga dipengaruhi oleh standart lingkungan hidup yang berbeda di berbagai negara. Standar lingkungan mengacu pada tingkat polusi udara, polusi air, polusi termal (yaitu panas), dan polusi yang dihasilkan dari pembuangan sampah yang diizinkan oleh suatu negara. Polusi lingkungan terjadi ketika lingkungan digunakan (disalahgunakan) sebagai tempat pembuangan yang nyaman dan murah untuk semua jenis produk limbah yang timbul dari produksi, konsumsi, atau pembuangan barang dan jasa.

Pencemaran lingkungan dapat menyebabkan masalah perdagangan yang serius karena harga barang dan jasa yang diperdagangkan sering kali tidak sepenuhnya mencerminkan biaya lingkungan sosial. Sebuah negara dengan standar lingkungan yang lebih rendah dapat menggunakan lingkungan sebagai sumber daya alam atau sebagai faktor produksi untuk menarik perusahaan-perusahaan pencemar dari luar negeri dan mendapatkan keuntungan komparatif dalam memproduksi barang dan jasa. Pada kenyataannya, buruh AS menentang NAFTA karena khawatir banyak pekerjaan akan hilang di Amerika Serikat akibat perusahaan-perusahaan AS yang bermigrasi ke Meksiko untuk mengambil keuntungan dari hukum lingkungan yang jauh lebih longgar dan biaya pembersihan yang lebih rendah. Pertimbangan lingkungan sangat kuat sehingga perjanjian sampingan tentang lingkungan harus ditambahkan untuk memastikan pengesahan NAFTA oleh Kongres AS. Simposium Tingkat Tinggi tentang Perdagangan dan Lingkungan Hidup yang diselenggarakan di Jenewa pada bulan Maret 1999 sangat merekomendasikan agar perjanjian-perjanjian perdagangan tunduk pada analisis dampak lingkungan.

Sebuah studi Bank Dunia oleh Low, (1992) mengindikasikan bahwa industri yang berpolusi atau kotor dan ekspornya berkembang lebih cepat dibandingkan industri bersih dan

ekspornya di negara-negara berkembang yang miskin dibandingkan dengan negara-negara maju yang kaya. Namun, studi ini juga menemukan bahwa ketika negara-negara menjadi lebih kaya, mereka secara sukarela mengadopsi pendekatan yang lebih ramah lingkungan terhadap pembangunan ekonomi dan menjadi semakin peduli terhadap "pembangunan berkelanjutan".

DAFTAR PUSTAKA

- Antweiler, W. and Trefler, D. (2002) 'Increasing returns and all that: A view from trade', *American Economic Review*, 92(1), pp. 93–119. doi: 10.1257/000282802760015621.
- Gruber, W. Mehta, D. and Vernon, R. (1967) 'The R&D Factor in International Trade and Investment of United States Industries,' *Journal of Political Economy*, pp. 20–37.
- Lancaster, K. (1980) 'Intra-industry trade under perfect monopolistic competition', *Journal of International Economics*, 10(2), pp. 151–175. doi: 10.1016/0022-1996(80)90052-5.
- Low, P. (1992) International Trade and the Environment. *World Bank Discussion Papers*. Washington D.C. World Bank.
- Posner, M. . (1961) 'International Trade And Endogenous Technical Change', *Oxford Economic Papers*, 13(35), pp. 323–341.
- Salvatore, D. (2013) *International Economics*. 11th edn. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Vernon, R. (1966) 'International Investment and International Trade in The Product Cycle', *Oxford Journals*, 80(2), pp. 190–207.

BAB 3

KERJASAMA EKONOMI INTERNASIONAL

Oleh Muhammad Zulkarnain

3.1 Pendahuluan

Kerjasama ekonomi internasional adalah suatu bentuk hubungan antar negara yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan rakyat dan kepentingan negara dalam bidang ekonomi dengan prinsip saling menguntungkan dan adil (Curry, 2001; Tobergte and Curtis, 2013).

Kerjasama ekonomi internasional dilakukan dengan berbagai cara, seperti:

1. Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional adalah pertukaran barang dan jasa antar negara dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Perdagangan internasional dilakukan oleh individu, perusahaan, dan pemerintah. Ada dua jenis perdagangan internasional, yaitu (Ibrahim and Halkam, 2021; Agus Supandi Soegoto et al, 2024) :

- a. **Ekspor:** Kegiatan menjual barang dan jasa dari satu negara ke negara lain.
- b. **Impor:** Kegiatan membeli barang dan jasa dari negara lain.

2. Investasi Internasional

Investasi internasional adalah kegiatan penanaman modal di luar negeri. Investasi ini dapat dilakukan oleh individu, perusahaan, atau pemerintah. Ada dua jenis utama investasi internasional (Lesmana and Soetjipto, 2022; Setiyanto, 2022) :

- a. **Investasi Asing Langsung (IAL):** Pembelian aset yang ada di negara asing, investasi baru dalam properti,

pabrik, dan peralatan, dan partisipasi dalam usaha patungan dengan mitra lokal.

- b. Investasi Portofolio Asing (FPI):** Kepemilikan sekuritas pasif seperti saham, obligasi, atau aset keuangan asing lainnya, yang tidak memberikan manajemen dan pengendalian atas penerbit sekuritas oleh investor.

3. Bantuan Pembangunan

Bantuan pembangunan, atau bantuan teknis, bantuan internasional, bantuan luar negeri, bantuan pembangunan resmi, bantuan asing, adalah bantuan keuangan yang diberikan oleh pemerintah dan lembaga lainnya untuk membantu pembangunan ekonomi, lingkungan, sosial, dan politik negara berkembang. Ada beberapa jenis bantuan pembangunan, antara lain (Wahab, 2017) :

- a. Bantuan keuangan:** Bantuan keuangan yang diberikan dalam bentuk hibah atau pinjaman.
- b. Bantuan teknis:** Bantuan dalam bentuk keahlian dan pelatihan.
- c. Bantuan kemanusiaan:** Bantuan untuk membantu negara yang terkena bencana alam atau konflik.

4. Kerjasama Regional

Kerjasama regional adalah bentuk kerjasama yang dilakukan oleh negara-negara di suatu kawasan tertentu. Kerjasama ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemajuan masyarakat di kawasan tersebut. Kerjasama regional dapat dilakukan di berbagai bidang, seperti ekonomi, politik, sosial, budaya, dan keamanan. Berikut beberapa contoh kerjasama regional di Asia Tenggara (Wahab, 2017) :

- a. ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*):** ASEAN adalah organisasi regional yang beranggotakan 10 negara di Asia Tenggara. ASEAN memiliki berbagai program kerjasama di bidang ekonomi, politik, sosial, budaya, dan keamanan.

- b. **APEC (*Asia-Pacific Economic Cooperation*):** APEC adalah forum ekonomi regional yang beranggotakan 21 negara di Asia-Pasifik. APEC bertujuan untuk meningkatkan perdagangan dan investasi di kawasan Asia-Pasifik.
- c. **SAARC (*South Asian Association for Regional Cooperation*):** SAARC adalah organisasi regional yang beranggotakan 8 negara di Asia Selatan. SAARC memiliki berbagai program kerjasama di bidang ekonomi, politik, sosial, budaya, dan keamanan.

3.2 Tujuan Kerjasama Ekonomi Internasional

Kerjasama ekonomi internasional adalah suatu bentuk hubungan antar negara dalam bidang ekonomi dengan dasar kepentingan tertentu untuk dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi, pertumbuhan ekonomi, dan peningkatan struktur kegiatan ekonomi nasional.

Tujuan utama kerjasama ekonomi internasional adalah untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi negara-negara yang terlibat. Tujuan ini dapat dicapai melalui beberapa cara, antara lain (Salvatore, 2013):

1. **Meningkatkan perdagangan antar negara:** Kerjasama ekonomi internasional dapat membantu meningkatkan perdagangan antar negara dengan cara:
 - a. **Menerapkan tarif dan bea masuk yang rendah atau bahkan tanpa bea masuk:** Hal ini akan membuat harga barang dan jasa menjadi lebih murah dan terjangkau bagi konsumen di negara lain.
 - b. **Menghilangkan hambatan perdagangan non-tarif:** Hambatan perdagangan non-tarif seperti kuota, embargo, dan standar teknis yang berbeda dapat menghambat perdagangan antar negara. Kerjasama ekonomi internasional dapat membantu menghilangkan hambatan-hambatan ini.
 - c. **Meningkatkan promosi perdagangan:** Kerjasama ekonomi internasional dapat membantu meningkatkan promosi perdagangan antar negara melalui berbagai

kegiatan seperti pameran dagang, misi dagang, dan partisipasi dalam forum perdagangan internasional.

2. Meningkatkan investasi: Kerjasama ekonomi internasional dapat membantu meningkatkan investasi antar negara dengan cara:

- a. **Menciptakan iklim investasi yang kondusif:** Iklim investasi yang kondusif akan menarik investor asing untuk menanamkan modalnya di negara lain.
- b. **Memberikan insentif bagi investor:** Insentif bagi investor dapat berupa keringanan pajak, subsidi, dan akses ke pasar yang lebih luas.
- c. **Melindungi hak-hak investor:** Kerjasama ekonomi internasional dapat membantu melindungi hak-hak investor melalui berbagai instrumen hukum dan peraturan internasional.

3. Meningkatkan kerjasama keuangan: Kerjasama ekonomi internasional dapat membantu meningkatkan kerjasama keuangan antar negara dengan cara:

- a. **Membangun sistem keuangan internasional yang stabil:** Sistem keuangan internasional yang stabil akan membantu melancarkan arus modal antar negara.
- b. **Meningkatkan akses ke pembiayaan:** Kerjasama ekonomi internasional dapat membantu meningkatkan akses ke pembiayaan bagi negara-negara berkembang melalui berbagai program bantuan dan kerjasama keuangan.
- c. **Memperkuat kerjasama dalam hal regulasi keuangan:** Kerjasama dalam hal regulasi keuangan dapat membantu mencegah terjadinya krisis keuangan global.

4. Meningkatkan transfer teknologi: Kerjasama ekonomi internasional dapat membantu meningkatkan transfer teknologi antar negara dengan cara:

- a. **Memperkuat kerjasama dalam bidang penelitian dan pengembangan:** Kerjasama dalam bidang penelitian dan pengembangan akan membantu menghasilkan teknologi baru yang dapat bermanfaat bagi negara-negara yang terlibat.

- b. Memfasilitasi transfer teknologi:** Kerjasama ekonomi internasional dapat membantu memfasilitasi transfer teknologi antar negara melalui berbagai program dan mekanisme.
- c. Meningkatkan akses ke pendidikan dan pelatihan:** Kerjasama ekonomi internasional dapat membantu meningkatkan akses ke pendidikan dan pelatihan bagi negara-negara berkembang sehingga dapat meningkatkan kapasitas sumber daya manusianya.

3.3 Manfaat Kerjasama Ekonomi Internasional

Kerjasama ekonomi internasional merupakan hubungan antar negara dalam bidang ekonomi dengan dasar kepentingan tertentu untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi, pertumbuhan ekonomi, dan peningkatan struktur kegiatan ekonomi nasional. Banyak manfaat yang diperoleh dari kerjasama ekonomi internasional. Berikut beberapa manfaatnya (Zulkifli, 2014; Wahab, 2017; Nugraha, 2020):

1. Manfaat Ekonomi

- a. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi:** Kerjasama ekonomi internasional dapat membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara-negara yang terlibat melalui peningkatan perdagangan, investasi, dan transfer teknologi.
- b. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat:** Kerjasama ekonomi internasional dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan akses yang lebih luas terhadap barang dan jasa.
- c. Meningkatkan stabilitas ekonomi:** Kerjasama ekonomi internasional dapat membantu meningkatkan stabilitas ekonomi global melalui kerjasama dalam hal keuangan dan regulasi keuangan.
- d. Meningkatkan hubungan antar negara:** Kerjasama ekonomi internasional dapat membantu meningkatkan hubungan antar negara dan membangun saling pengertian antar bangsa.

2. Manfaat Non-Ekonomi

- a. **Memperkuat Hubungan Antar Negara:** Meningkatkan hubungan persahabatan dan kerjasama antar negara.
- b. **Menjaga Perdamaian Dunia:** Mendorong kerjasama dalam menyelesaikan masalah global seperti kemiskinan dan perubahan iklim.
- c. **Meningkatkan Stabilitas Ekonomi Global:** Membangun sistem ekonomi global yang lebih stabil dan adil.
- d. **Melestarikan Budaya dan Lingkungan:** Mendorong kerjasama dalam melestarikan budaya dan lingkungan.

3.4 Bentuk-bentuk Kerjasama Ekonomi Internasional

Kerjasama ekonomi internasional adalah suatu bentuk hubungan antar negara dalam bidang ekonomi dengan dasar kepentingan tertentu untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi, pertumbuhan ekonomi, dan peningkatan struktur kegiatan ekonomi nasional. Banyak bentuk kerjasama ekonomi internasional. Berikut beberapa bentuknya (Wahab, 2017; Krugman *et al.*, 2018):

1. Berdasarkan Sifat Kerjasama

- a. **Kerjasama Bilateral:** Kerjasama ekonomi antara dua negara. Contohnya: Perjanjian perdagangan bebas antara Indonesia dan Australia.
- b. **Kerjasama Regional:** Kerjasama ekonomi antar negara-negara dalam suatu kawasan tertentu. Contohnya: ASEAN Free Trade Area (AFTA).
- c. **Kerjasama Multilateral:** Kerjasama ekonomi antar negara-negara di seluruh dunia. Contohnya: Organisasi Perdagangan Dunia (WTO).

2. Berdasarkan Bidang Kerjasama

- a. **Kerjasama Perdagangan:** Pertukaran barang dan jasa antar negara. Contohnya: Ekspor impor.
- b. **Kerjasama Investasi:** Penanaman modal di negara lain. Contohnya: Penanaman modal asing (PMA) di Indonesia.
- c. **Kerjasama Keuangan:** Bantuan keuangan antar negara. Contohnya: Dana Moneter Internasional (IMF).

- d. **Kerjasama Teknologi:** Pertukaran teknologi antar negara. Contohnya: Transfer teknologi dari negara maju ke negara berkembang.
- e. **Kerjasama Tenaga Kerja:** Pertukaran tenaga kerja antar negara. Contohnya: Program tenaga kerja asing (TKA).

3.5 Tantangan Kerjasama Ekonomi Internasional

Kerjasama ekonomi internasional membawa banyak manfaat bagi negara-negara yang terlibat. Namun, terdapat pula beberapa tantangan yang harus dihadapi dalam menjalin kerjasama ekonomi internasional. Berikut beberapa tantangannya (Wahab, 2017) :

1. Tantangan Umum

- a. **Perbedaan Sistem Ekonomi dan Politik:** Perbedaan sistem ekonomi dan politik antar negara dapat menjadi hambatan dalam menjalin kerjasama.
- b. **Perbedaan Tingkat Pembangunan:** Perbedaan tingkat pembangunan antar negara dapat menyebabkan kesenjangan dan persaingan yang tidak sehat.
- c. **Perlindungan Pasar Domestik:** Kebijakan perlindungan pasar domestik dapat menghambat perdagangan dan investasi antar negara.
- d. **Fluktuasi Nilai Tukar:** Fluktuasi nilai tukar mata uang dapat mengganggu stabilitas ekonomi dan perdagangan internasional.
- e. **Dampak Lingkungan:** Kerjasama ekonomi internasional dapat menimbulkan dampak lingkungan yang negatif, seperti polusi dan kerusakan sumber daya alam.

2. Tantangan Bagi Indonesia

- a. **Ketergantungan pada Impor:** Ketergantungan pada impor barang dan jasa dapat menyebabkan kerentanan ekonomi terhadap gejolak ekonomi global.
- b. **Persaingan Global:** Persaingan global yang ketat dapat menghambat daya saing produk-produk Indonesia di pasar internasional.

- c. **Kualitas Tenaga Kerja:** Ketersediaan tenaga kerja yang terampil dan berkualitas masih menjadi tantangan bagi Indonesia.
- d. **Infrastruktur:** Keterbatasan infrastruktur, seperti transportasi dan logistik, dapat menghambat distribusi barang dan jasa.
- e. **Regulasi dan Birokrasi:** Regulasi dan birokrasi yang rumit dapat menghambat investasi asing di Indonesia.

Contoh Kasus

Untuk lebih memahami tantangan kerjasama ekonomi internasional, berikut adalah contoh kasusnya:

1. **Perang Dagang AS-China:** Perang dagang antara Amerika Serikat dan Cina telah menyebabkan tarif yang tinggi dan mengganggu rantai pasokan global (Sitorus, 2021; Ibnu Khaldun *et al.*, 2023).
2. **Pandemi COVID-19:** Pandemi COVID-19 telah menyebabkan resesi global dan mengganggu perdagangan dan investasi internasional (Alamsyah, 2023).
3. **Perubahan Iklim:** Perubahan iklim menimbulkan tantangan bagi kerjasama ekonomi internasional dalam transisi ke ekonomi yang lebih berkelanjutan (Gernowo *et al.*, 2012; Ainurrohman and Sudarti, 2022).
4. **Ketimpangan Digital:** Ketimpangan digital antara negara-negara maju dan berkembang dapat menghambat akses ke teknologi dan informasi (Hadiyat, 2014; Putri, 2023).

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Supandi Soegoto et al (2024) *Pemasaran International*. Cetakan 1. Bandung: Widina Media Utama.
- Ainurrohmah, S. and Sudarti, S. (2022) 'Analisis Perubahan Iklim dan Global Warming yang Terjadi sebagai Fase Kritis', *Jurnal Phi Jurnal Pendidikan Fisika dan Fisika Terapan*, 3(3), p. 1. doi:10.22373/p-jpft.v3i3.13359.
- Alamsyah, A.A. (2023) 'Tantangan APEC di Era Kontemporer dalam Ekonomi Digital dan Menghadapi Pandemi', *Jurnal Perdagangan Internasional*, 1(1), pp. 1–9. doi:10.33197/jpi.v1i1.1082.
- Curry, J.E. (2001) *Ekonomi Internasional*. Jakarta: PPM.
- Gernowo, R., Adi, K. and Arifin, Z. (2012) 'Studi Awal Dampak Perubahan Iklim Berbasis Analisis Variabilitas CO₂ dan Curah Hujan (Studi Kasus; Semarang Jawa Tengah)', *Berskala Fisika*, 15(4), pp. 101–104.
- Hadiyat, Y.D. (2014) 'Kesenjangan Digital di Indonesia (Studi Kasus di Kabupaten Wakatobi)', *Pekommas*, 17(2), pp. 81–90. Available at: <http://download.garuda.kemdikb>.
- Ibnu Khaldun, R., Sari, R. and Ismira, A. (2023) 'Retaliasi China terhadap Amerika Serikat dalam Konteks Perang Dagang', *Hasanuddin Journal of International Affairs*, 3(2), pp. 68–81. doi:10.31947/hjirs.v3i2.27661.
- Ibrahim, H.R. and Halkam, H. (2021) *Perdagangan Internasional & Strategi Pengendalian Impor*. Cetakan 1. Jakarta Selatan: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Krugman, P.R., Obstfeld, M. and Melitz, M.J. (2018) *International Economics, Theory and Policy*. Ed. ke-11, Pearson Education Limited. Ed. ke-11. Harlow: Pearson Education Limited.
- Lesmana, A. and Soetjipto, W. (2022) 'the Effect of Corporate Tax Policy on Foreign Direct Investment: Empirical Evidence From Asian Countries', *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, 25(4), pp. 647–672. doi:10.21098/bemp.v25i4.1729.

- Nugraha, A.I. (2020) 'Manfaat dan Tantangan Kerja Sama Bilateral dalam Penyelenggaraan Kegiatan Keantariksaan di Indonesia', *Prosiding Seminar Nasional Kebijakan Penerbangan dan Antariksa III (Sinaskpa-KPA-III) 2018*, pp. 39–55. doi:10.30536/p.sinaskpa.iii.3.
- Putri, N.Z. (2023) 'Konsep Kesenjangan Digital dan Faktor yang Mempengaruhi Kesenjangan Digital', *FTSP Series*, pp. 398–402.
- Salvatore, D. (2013) *International Economics*. 11th Ed., *Economics: The Definitive Encyclopedia from Theory to Practice*. 11th Ed. USA: John Wiley & Sons.
- Setiyanto, A. (2022) 'Foreign and Private Domestic Investments in Indonesia: Crowding-in or Crowding-Out?', *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, 25(4), pp. 623–646. doi:10.21098/bemp.v25i4.1674.
- Sitorus, D.S. (2021) 'Perang Dagang Amerika Serikat dan Tiongkok: Bagaimana Dampaknya Bagi Perekonomian Indonesia Tahun 2017 - 2020?', *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), p. 187. doi:10.23887/jjpe.v13i1.34192.
- Tobergte, D.R. and Curtis, S. (2013) *Ekonomi Internasional, Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Wahab, A. (2017) *Ekonomi Internasional*. Makassar: Pers Universitas Alauddin. Available at: [https://repository.uin-alauddin.ac.id/15549/1/Ekonomi Internasional.pdf](https://repository.uin-alauddin.ac.id/15549/1/Ekonomi%20Internasional.pdf).
- Zulkifli (2014) 'Kerjasama Internasional Sebagai Solusi Pengelolaan Kawasan Perbatasan Negara', *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 3(2), pp. 1–95.

BAB 4

KEBIJAKAN EKONOMI

PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Oleh Miswan

Di era globalisasi seperti saat ini, kecenderungan suatu negara tidak dapat lagi sepenuhnya memenuhi kebutuhan masyarakatnya sendiri tanpa kerja sama dengan negara lain (autarki), baik kerja sama secara *bilateral* maupun *regional*. Untuk keberlangsungan hidup bagi suatu negara maka diperlukan kerja sama dengan negara lain. Kerja sama tersebut dapat menjadi dorongan maupun hambatan dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara tersebut. Kerja sama tersebut salah satunya adalah dalam bentuk kerja sama dalam perdagangan internasional. Dalam melakukan kegiatan perdagangan internasional tersebut dapat melibatkan satu atau banyak negara. Kegiatan perdagangan internasional tersebut dapat dilakukan baik secara perorangan, kelompok atau perusahaan maupun oleh negara.

Dalam melakukan atau melaksanakan aktivitas perdagangan internasional, suatu negara yang terlibat dalam perdagangan internasional tersebut dapat menjalin hubungan kerja sama ekonomi dan dapat dilanjutkan kerja sama lainnya seperti politik dan keamanan. Hubungan kerja sama ekonomi yang semakin luas tersebut dapat meliputi beberapa macam bentuk hubungan kerja sama ekonomi yang meliputi :

1. Menciptakan hubungan ekonomi seperti bentuk hutang piutang antar negara.
2. Melakukan pertukaran hasil produksi barang maupun jasa antara negara yang terlibat kerja sama.
3. Melakukan pertukaran sarana-sarana produksi atau faktor-faktor produksi yang dimiliki dan diperlukan oleh masing-masing negara.

Hubungan ekonomi yang sangat luas dapat berdampak pada perekonomian suatu negara sehingga diatur dalam undang-undang atau peraturan dalam melakukan kebijakan perdagangan internasional. Kebijaksanaan dalam perdagangan internasional merupakan tindakan-tindakan dan aturan-aturan yang dijalankan oleh suatu negara, baik tindakan secara langsung maupun tidak langsung sehingga akan dapat mempengaruhi struktur, komposisi serta arah kegiatan perdagangan internasional tersebut baik dari dan ke suatu negara tersebut. Dengan kebijakan perdagangan tersebut maka akan dapat mempengaruhi perekonomian negara baik langsung maupun tidak langsung.

Era globalisasi seperti saat ini dan adanya kemajuan teknologi di dunia akan mendorong semakin berkembangnya aktivitas perdagangan internasional dan semakin mudah dalam melakukan perdagangan internasional, sehingga dengan mudah mempengaruhi perekonomian suatu negara. Misalnya, Jika kita ingin membeli barang dari luar negeri maka kita dapat melakukan dengan mudah dan dilakukan secara online melalui *marketplace* platform. Walaupun dapat dilakukan dengan mudah, namun bukan berarti dapat dilakukan secara bebas. Ada aturan dalam perdagangan internasional yang harus ditaati dan diikuti oleh para *stakeholder* yang terlibat dalam kegiatan perdagangan internasional tersebut.

Kebijakan perdagangan internasional adalah peraturan yang mengontrol, menjelaskan, dan memberikan koridor tentang cara suatu negara melakukan hubungan dagang dengan negara lain. Peraturan yang ada umumnya berupa perundang-undangan khusus atau instruksi pemerintah lainnya yang berkaitan dengan perdagangan internasional.

Kebijakan perdagangan Internasional ini mengatur jumlah, jenis, serta jalur perdagangan dengan negara-negara yang berbeda di dunia. Setiap negara tentu memiliki kebijakan dagang internasional yang berbeda beda, misalnya di Indonesia. Secara umum kebijakan perdagangan internasional ini diatur oleh Kementerian Perdagangan dan disahkan oleh Presiden. Kebijakan perdagangan internasional juga dapat berarti peraturan dan tata cara perdagangan antar negara yang

merujuk pada ketentuan yang disahkan oleh lembaga perdagangan internasional. Kedua lembaga tersebut adalah *World Trade Organization (WTO)* dan *International Monetary Fund (IMF)*.

Faktor-faktor yang dapat menjadi pendorong suatu negara melakukan aktivitas perdagangan internasional adalah sebagai berikut : (Grifen & Pustay, 2015)

1. Keinginan untuk membangun kerja sama dengan negara tujuan.
2. Barang tersebut tidak dapat diproduksi di dalam negeri sendiri, sehingga harus didatangkan dari luar negeri (impor).
3. Adanya keinginan untuk mendapatkan keuntungan dan meningkatkan devisa atau pendapatan negara.
4. Produksi di dalam negeri tidak atau belum mampu mencukupi atau memenuhi seluruh kebutuhan masyarakat di dalam negeri.
5. Produksi yang dihasilkan di dalam negeri melebihi konsumsi dalam negeri sehingga harus di ekspor ke luar negeri agar harga di dalam negeri tidak menurun dan keuntungan perusahaan meningkat.

Hambatan perdagangan internasional umumnya adalah adanya perbedaan nilai mata uang antar negara-negara yang melakukan aktivitas perdagangan internasional tersebut baik negara pengekspor maupun negara pengimpor. Selain perbedaan nilai mata uang di kedua negara, juga adanya peraturan dan kebijakan yang ditetapkan juga menjadi hambatan dalam perdagangan internasional.

4.1 Tujuan Kebijakan Perdagangan Internasional

Perdagangan Internasional merupakan aktivitas Ekspor dan Impor dari dan ke suatu negara. Kegiatan Ekspor dan Impor ini akan mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu negara baik dalam arus barang dan jasa maupun keuangan negara tersebut dan dilihat dari neraca pembayaran Internasional atau *balance of payment (BOP)*. Neraca pembayaran Internasional atau *balance of payment (BOP)* merupakan catatan secara sistematis tentang transaksi ekonomi internasional baik dalam bidang arus barang maupun jasa antar penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain

maupun antar negara dalam jangka waktu tertentu. Neraca pembayaran (BOP) yang dimiliki suatu negara memiliki keterkaitan yang erat dengan perkembangan dan kondisi ekonomi suatu negara baik pada sektor riil, fiskal, dan moneter. Dari neraca pembayaran Internasional tersebut (BOP) maka dapat terlihat besarnya cadangan devisa suatu negara sehingga dapat diketahui kemampuan suatu negara dalam melakukan pembayaran internasional.

Tujuan dari kebijakan perdagangan Internasional yang dilakukan suatu negara adalah: (Hady, 2002)

1. Untuk melindungi kepentingan ekonomi nasional suatu negara terhadap dampak negatif dari aktivitas perdagangan Internasional tersebut.
2. Untuk melindungi industri dalam negeri dari persaingan dengan industri luar negeri.
3. Untuk melindungi penciptaan lapangan kerja sehingga mengurangi pengangguran (*unemployment*)
4. Untuk menciptakan keseimbangan dan stabilitas *balance of payment* (BOP) atau neraca pembayaran internasional sehingga tercipta stabilitas ekonomi nasional.
5. Untuk menciptakan dan menjaga tingkat pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan menjaga stabilitas tingkat pertumbuhan.
6. Untuk Menjaga dan menciptakan stabilitas nilai mata uang suatu negara terhadap mata uang asing.

Contoh kebijakan-kebijakan dalam perdagangan internasional yang dilakukan oleh suatu negara seperti dilakukan oleh pemerintah Indonesia dapat dilihat seperti di bawah ini.

1. Pembatasan impor gula dan beras dalam rangka untuk meningkatkan produksi gula dan beras dalam negeri
2. Menaikkan bea impor produk tertentu untuk melindungi dan mendorong industri dalam negeri
3. Melarang masuknya beberapa jenis barang dari negara lain karena merugikan industri dalam negeri seperti barang bekas dari Singapura.
4. Melarang ekspor barang tertentu agar kebutuhan dalam negeri terpenuhi lebih dulu, setelah terpenuhi baru dilakukan ekspor

5. Mempermudah pengurusan dokumen fiskal bagi produk-produk kreatif
6. Memberi kemudahan bagi pengusaha kecil dan menengah untuk menembus pasar ekspor
7. Memberikan subsidi bagi barang-barang tertentu karena sangat dibutuhkan oleh masyarakat banyak seperti bahan pangan, maupun obat-obatan.
8. Membuka perdagangan baru dengan negara lain agar tidak tergantung pada volume perdagangan dengan satu negara saja.
9. Menutup akses perdagangan dengan suatu negara karena alasan tertentu. Misalnya menutup hubungan dagang dengan negara Israel karena alasan kemanusiaan.
10. Menurunkan tarif ekspor dan menaikkan tarif impor untuk menghemat anggaran negara dan mendorong industri dalam negeri.

Kebijakan dalam perdagangan internasional dapat dilakukan oleh suatu negara dan dapat dilakukan melalui kebijakan Ekspor maupun kebijakan Impor. Kebijakan ekspor dan Impor tersebut dapat dilakukan melalui berbagai kebijakan maupun tindakan yang dilakukan oleh suatu negara .

4.2 Kebijakan Ekspor

Aktivitas ekspor merupakan aktivitas perdagangan dengan mengirim barang ke negara lain atau ke luar negeri. Era globalisasi seperti saat ini, suatu negara cenderung melakukan perdagangan internasional baik melakukan ekspor maupun impor. Kegiatan ekspor dan impor ini akan mempunyai dampak terhadap ekonomi nasional suatu negara baik dampak positif maupun negatif. Aktivitas ekspor mempunyai dampak positif lebih besar dibandingkan dampak negatif terhadap perekonomian suatu negara. Sementara, aktivitas impor lebih besar dampak negatifnya dibandingkan dampak positif dalam perekonomian suatu negara. Oleh karena itu kebijakan perdagangan internasional yang dilakukan oleh suatu negara cenderung mendorong ekspor dan membatasi impor. Namun dalam pelaksanaannya, kegiatan ekspor banyak mengalami

kendala yang harus dihadapi seperti tarif bea masuk, *quota* maupun aturan lainnya yang diterapkan di negara tujuan ekspor.

Kebijakan ekspor suatu negara cenderung **mendorong pertumbuhan ekspor** barang dan jasa di negara tersebut melalui berbagai kebijakan. Kebijakan ekspor dapat dibedakan menjadi dua yaitu kebijakan ekspor di dalam negeri dan di luar negeri. (Salvatore, D. 2012)

4.2.1 Kebijaksanaan Ekspor di Dalam Negeri.

Kebijakan Ekspor dalam negeri adalah kebijakan yang dilakukan pemerintah di dalam negeri untuk mendorong ekspor. Kebijakan ekspor dalam negeri tersebut meliputi :

1. Kebijakan pajak ekspor atau keringanan pajak. Pada kebijakan ini pemerintah memberikan keringanan pajak kepada eksportir agar mampu bersaing di pasar internasional karena harga relatif lebih rendah dibandingkan dengan harga produk dari negara lain.
2. Fasilitas kredit yang murah untuk barang ekspor. Pada kebijakan ini pemerintah memberikan fasilitas kredit murah agar biaya produksi barang ekspor menurun sehingga harga jual relatif murah sehingga mampu bersaing di pasar internasional
3. Peraturan maupun prosedur untuk aktivitas ekspor lebih sederhana sehingga mempermudah para ekportir dalam melakukan ekspor.
4. Memberikan subsidi kepada perusahaan atau individual yang melakukan kegiatan ekspor serta memberikan sertifikasi ekspor.
5. Membentuk Asosiasi Ekspor di dalam negeri agar memberikan informasi tentang pasar di luar negeri.
6. Pembentukan kelembagaan seperti kawasan industri pulau Batam, dll
7. Larangan atau pembatasan ekspor. Kebijakan ini dilakukan apabila produk tersebut sangat dibutuhkan di dalam negeri sehingga tidak terjadi kelangkaan dan menyebabkan harga tinggi di dalam negeri.

4.2.2 Kebijakan Ekspor Di Luar Negeri

Kebijakan untuk mendorong ekspor di pasar luar negeri merupakan kebijakan yang harus dilakukan pemerintah maupun pihak non pemerintah. Kebijakan tersebut meliputi:

1. Membentuk *Internasional Trade Promotion Centre* (ITPC) di banyak negara sehingga produk dari negara tersebut dikenal di pasar internasional.
2. Memanfaatkan *General System Preferency* (GSP) dengan memanfaatkan fasilitas keringanan tarif bea masuk produk-produk yang berasal dari negara-negara berkembang ke negara-negara maju sehingga produk dari negara berkembang mampu bersaing di negara tersebut.
3. Turut serta menjadi anggota *Commodity Agreement Between Producer and Consumer* seperti *International Coffee Organization* dan organisasi internasional lainnya.

4.3 Kebijakan Impor

Kebijaksanaan impor adalah kebijaksanaan yang dilakukan oleh pemerintah baik secara langsung maupun tidak langsung dalam melindungi dan mendorong tumbuh dan berkembangnya industri-industri di dalam negeri sehingga mampu menghemat cadangan devisa yang dimiliki suatu negara. Kebijakan impor yang dilakukan pemerintah cenderung **Membatasi Impor**, agar produk tersebut tidak membanjiri pasar dalam negeri sehingga harga relatif menjadi murah. Harga murah tersebut menyebabkan produsen di dalam negeri tidak mampu bersaing sehingga banyak yang tutup dan akhirnya mempengaruhi perekonomian nasional. Kebijakan impor dapat diklasifikasikan menjadi 2 yaitu sebagai berikut: (Hady, 2004)

1. Kebijakan *tariff barrier* (hambatan tarif).
2. Kebijakan non *tariff barrier* atau (hambatan non tarif).

4.3.1 Kebijakan *Tariff Barrier*.

Kebijakan *tariff barrier* yaitu kebijakan yang dilakukan untuk menghambat laju pertumbuhan masuknya barang-barang impor ke suatu negara. Tujuan kebijakan ini adalah untuk melindungi produksi dalam negeri dan ekonomi nasional. Kebijakan *tariff*

barrier di era globalisasi seperti saat ini tidak pupulis karena akan meningkatkan harga sehingga konsumen yang dirugikan. Selain itu, kebijakan *tariff barrier* ini selalu menimbulkan perang tarif antar berbagai negara sehingga perlu pengawasan WTO

Tujuan yang paling utama kebijakan *tariff barrier* ini adalah untuk melindungi industri dalam negeri terhadap rendahnya harga barang sebagai akibat banyaknya barang-barang impor yang masuk ke negara tersebut. Pengenaan tarif bea masuk terhadap barang impor akan meningkatkan harga barang di dalam negeri sehingga produsen dalam negeri mampu bersaing. (Salvatore, 2014).”

Kebijakan *tariff barrier* dapat dilakukan oleh suatu negara adalah sebagai berikut:

1. Bebas Bea masuk atau tarif bea masuk rendah yaitu antara 0 – 5 %. Tarif ini biasanya untuk barang-barang kebutuhan pokok dan barang yang sangat penting atau sangat dibutuhkan. Contoh barang tersebut adalah barang-barang kebutuhan pokok seperti beras, mesin-mesin yang sangat dibutuhkan untuk industri maupun peralatan militer untuk keamanan negara.
2. *Tariff* bea masuk sedang yaitu antara 5 % - 20 %. Pengenaan tarif ini biasanya dikenakan terhadap barang impor setengah jadi dan barang-barang lainnya yang belum banyak atau cukup diproduksi sendiri di dalam negeri secara penuh.
3. *Tariff* tinggi di atas 20 % (>20 %). Pengenaan tarif ini biasanya diberlakukan untuk barang-barang mewah atau superior dan barang lainnya atau barang yang sudah banyak diproduksi di dalam negeri secara penuh.

Sistem Pungutan Tarif Bea Masuk.

Sistem pungutan tarif bea masuk atau pajak dapat dibedakan menjadi beberapa sistem yaitu:

1. Bea harga (*Advalorem Tariff*), yaitu besarnya pajak atau bea masuk ditentukan berdasarkan besarnya persentase tarif dikalikan dengan harga CIP barang tersebut.
Contoh : Harga barang ditetapkan \$ 1000, pajak 10 %, dan Rp 13.000/\$. Jadi besarnya pajak adalah : $10\% \times \$ 1000 \times \text{Rp. } 13.000 = \text{Rp. } 1.300.000$.

2. Bea Spesifik (*Spesific tariff*), yaitu besarnya pengenaan pajak didasarkan pada besarnya satuan atau ukuran barang tersebut. Contohnya seperti di bawah ini.
 - a. Tepung terigu Rp. 100.000/ ton
 - b. Tas Rp. 25.000/unit, dan lain-lain.
3. Bea campuran (*Compound tariff*), yaitu penetapan besarnya pajak atau bea masuk didasarkan campuran antara bea harga (*Advalorem Tariff*) dan Bea Spesifik (*Spesific tariff*).

Tujuan Dan Fungsi Tarif Bea Masuk.

1. Berdasarkan tujuan, pengenaan tarif bea masuk terhadap suatu barang maka dapat diklasifikasikan seperti di bawah ini :
 - a. Tarif Proteksi. Pengenaan tarif ini bertujuan untuk memberikan proteksi terutama kepada industri dalam negeri dengan cara mencegah/membatasi barang impor/masuk. Pembatasan barang masuk tersebut maka produsen dalam negeri mampu meningkatkan produksinya. Dampak negatifnya adalah keterbatasan suplai menyebabkan harga cenderung meningkat.
 - b. Tarif Revenue. Pengenaan tarif ini bertujuan untuk meningkatkan penerimaan negara sebagai sumber utama pembiayaan negara untuk pembiayaan pembangunan maupun pembiayaan lain seperti pengeluaran untuk subsidi kepada masyarakat sehingga kesejahteraan masyarakat dapat ditingkatkan.
2. Berdasarkan fungsinya, pengenaan tarif bea masuk dapat diklasifikasikan seperti di bawah ini :
 - a. Fungsi pengaturan (*Regulernd*). Fungsi tarif ini adalah untuk melindungi kepentingan ekonomi nasional dan mendorong pertumbuhan industri dalam negeri serta menjaga stabilitas perekonomian suatu negara. Dalam hal ini pemerintah mengatur tarif bea masuk dalam rangka menjaga pertumbuhan industri dalam negeri dan kepentingan ekonomi nasional.

- b. Fungsi *budgeter*. Fungsi tarif ini adalah tarif atau pajak sebagai sumber penerimaan negara dan dituangkan dalam anggaran pendapatan dan belanja negara (APBN). Fungsi Budgeter yaitu fungsi tarif sebagai sumber penerimaan negara, karena sumber utama penerimaan pemerintah adalah dari pajak.
- c. Fungsi Demokrasi. Fungsi demokrasi ini adalah besarnya tarif bea masuk didasarkan pada penetapan dan persetujuan DPR sebagai wakil rakyat.
- d. Fungsi pemerataan. Fungsi pemerataan ini adalah dengan adanya tarif terutama tarif atau pajak bersifat progresif dapat dijadikan untuk pemerataan pendapatan masyarakat. Barang-barang mewah dikenakan tarif bea masuk yang tinggi dan diberikan subsidi kepada barang publik yang digunakan terutama oleh golongan masyarakat menengah dan bawah.

3. Tarif Nominal Dan Tarif Efektif

- a. Tarif Nominal yaitu penetapan besarnya tarif yang dikenakan terhadap barang tertentu berdasarkan pada ketentuan buku tarif bea masuk yang ditetapkan oleh suatu negara. Di Indonesia didasarkan pada ketentuan buku tarif bea masuk Indonesia berdasarkan *harmonited system* (HS) dengan sistem 9 digit sesuai dengan kode internasional. Kode tersebut diberlakukan terutama kepada negara anggota *World Customs Organization* yang bemarkas di Brussel. Penerapan sistem 9 digit tersebut merupakan penggolongan terhadap suatu komoditas tertentu sehingga dapat mempermudah maupun dapat memperlancar arus perdagangan internasional karena sudah diatur dalam kesatuan kode komoditi tertentu untuk semua negara terutama pada negara yang sudah menjadi anggota *World Customs Organization* (WCO).
- b. Tarif Proteksi Efektif (*Effective Rate of Protection* =ERP)
Penaan tarif bea masuk yang rendah bahkan bebas bea masuk terhadap barang-barang impor terutama bahan

mentah maka akan dapat menurunkan biaya produksi yang akhirnya akan meningkatkan daya saing terhadap suatu produk di pasar internasional. Sebaliknya, jika pengenaan tarif bea masuk tinggi maka akan membebankan pada biaya produksi sehingga menjadi biaya produksi menjadi tinggi dan akan menurunkan daya saing terhadap barang tersebut di pasar internasional.

Pengenaan tarif bea masuk rendah terhadap bahan-bahan baku industri maka akan menurunkan biaya produksi dan sekaligus akan mendorong pertumbuhan industri dalam negeri dan dampaknya akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Rendahnya tarif bea masuk terhadap bahan-bahan mentah atau barang setengah jadi dibandingkan dengan tarif bea masuk yang tinggi terhadap barang jadi maka akan mendorong impor bahan mentah dan setengah jadi cenderung meningkat dan industri dalam negeri juga meningkat atau berkembang. Perkembangan dan peningkatan industri dalam negeri tersebut akan dapat meningkatkan *value added manufacturing* (VAM) industri di suatu negara.

Effektive Rate Of Protection (ERP) merupakan kenaikan *value added manufacturing* (VAM) yang disebabkan karena adanya perbedaan antara persentase (%) tarif nominal barang jadi atau Completely Built Up (CBU) dengan tarif nominal untuk barang setengah jadi atau bahan baku (*Completely Knock Down*=CKD).

$$ERP = \frac{t_j - a_{ij} \cdot t_i}{1 - a_{ij}} = \Delta VAM$$

Dimana

T_j = tariff bea masuk barang jadi (CBU)

A_{ij} = persentase komponen input impor

T_i = tarif bea masuk bahan baku (CKD)

Contoh :

- 1) Impor sebelum dikenakan pajak sebagai berikut :
 - a) Impor motor CBU = \$ 1.000 (100 %)

- b) Impor motor CKD = \$ 600 (60 %) => aij
- c) value add. M (VAM.1) \$ 400 (40 %)
- 2) Untuk menaikkan VAM, maka pengenaan tarif bea masuk adalah sebagai berikut :
 - a) Tarif bea masuk motor CBU = 20 % (tj)
 - b) Tarif bea masuk motor CKD = 5 % (ti)

Dengan adanya pengenaan perbedaan tarif bea masuk diperoleh VAM II :

Impor motor CBU = \$ 1.000 (1+20%) = \$ 1200 (100%)

Impor CKD = $\$ 600 \times (1+5 \%) = \$ 630 (52,5\%)$

VAM II = \$ 570 (47,5%)

$$\Delta VAM = \frac{VAM II - VAM}{VAM I} = \frac{570 - 400}{400} = 42,5 \%$$

Atau

$$ERP = \frac{tj - aij \cdot ti}{I - aij} = \frac{20 \% - (60 \% \times 5 \%)}{100 \% - 60 \%} = 42,5 \%$$

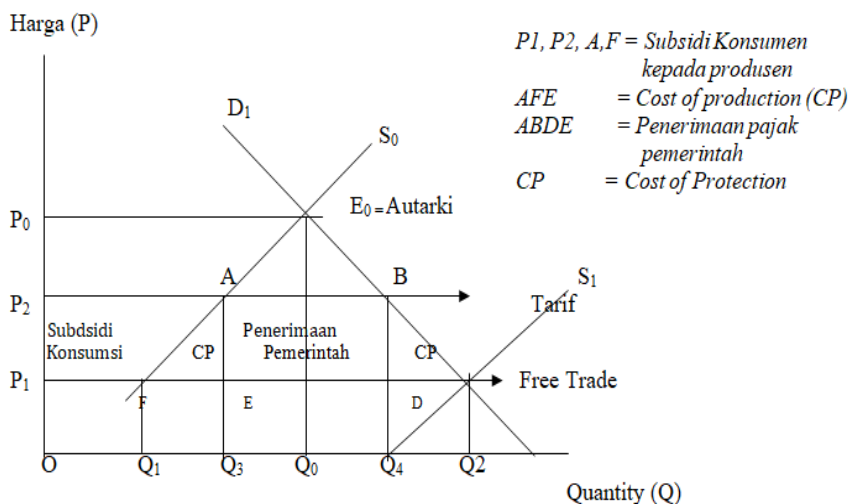
Jadi ERP = AVAM

4.3.2 Analisis Dampak Tariff.

Dampak dengan adanya tarif maka dapat berpengaruh pada kegiatan ekonomi nasional. Dengan adanya tariff maka dapat mengakibatkan keadaan sebagai berikut :

1. Produksi dalam negeri meningkat dan pertumbuhan ekonomi juga meningkat.
2. Pengangguran menurun dan pendapatan masyarakat meningkat
3. Harga dalam negeri naik dan konsumsi masyarakat menurun

Analisis dampak tarif seperti yang dikemukakan dapat digambarkan dalam grafis sebagai berikut



Grafis Analisis dampak tariff (Hady, 2001)

Keterangan :

1. **Free trade** adalah perdagangan di mana pemerintah tidak banyak ikut campur tangan. Semua diserahkan pada [mekanisme pasar](#). Jenis kebijakan ini dikenal juga dengan istilah [pasar bebas](#)
2. Perekonomian tanpa perdagangan (autarki) dimana produksi DN = Konsumsi DN, dengan tingkat harga P_0 dan konsumsi atau produksi Q_0
3. Perekonomian dengan perdagangan bebas (free trade) maka keadaanya menjadi :
 - a) Harga turun dari P_0 ke P_1
 - b) Produksi di dalam negeri menurun dari Q_0 ke Q_1 .
 - c) Konsumsi di dalam negeri meningkat dari Q_0 ke Q_2
 - d) Besarnya impor menjadi $Q_2 - Q_1$.
4. Karena harga turun dari P_0 ke P_1 , maka produsen dalam negeri banyak yang rugi dan tutup, sehingga perlu menaikkan harga melalui pengenaan bea masuk. Tarif bea masuk sebesar $P_2 - P_1$ sehingga harga menjadi P_2 . Kenaikan harga akibat tarif bea masuk menyebabkan keadaan ekonomi nasional menjadi :
 - a. Harga di dalam negeri mengalami peningkatan dari P_1 ke P_2

- b. Produksi di Dalam mengalami peningkatan dari Q1 ke Q3.
- c. Konsumsi di dalam negeri mengalami penurunan dari Q2 ke Q4.
- d. Jumlah barang di impor mengalami penurunan dari Q1 – Q2 menjadi Q3 – Q4.

4.3.3 Kebijakan Non Tariff Barrier (NTB).

Pengertian non tariff barrier (NTB) adalah kebijakan dalam bidang perdagangan internasional selain dari kebijakan pengenaan tariff bea masuk atau tariff barrier (TB). Dampak dari kebijakan *non tariff barrier* ini menyebabkan terjadinya distorsi sehingga mengurangi retensi manfaat dari aktivitas perdagangan internasional tersebut.

Kebijakan *non tariff barrier* (NTB) ini merupakan kebijakan yang diinginkan oleh lembaga perdagangan internasional seperti *World Trade Organization* (WTO) untuk menghindari perang tarif antar negara. Secara umum, kebijakan non tariff barrier atau NTB dapat dikelompokkan menjadi : (Dunn et.al, 2011)

1. Batasan Spesifik (*Spesifik Limitation*).
 Batasan spesifik ini meliputi :
 - a. Pelarangan Impor secara mutlak.
 - b. Batasan Impor barang (*Quota System*).
 - c. Aturan atau ketentuan teknis impor produk-produk tertentu.
2. Peraturan-peraturan bea cukai (*Costums Administration Rules*).
 Peraturan yang biasa dikeluarkan bea cukai (*Costums Administration Rules*) terdiri dari :
 - a. Tata laksana atau prosedur impor (*Procedur*)
 - b. Penetapan harga pabean (*Custome Value*).
 - c. Penetapan Harga Kurs Valuta asing (*Foreign Exchange Rate*).
3. *Government Participation*.
Government Participation terdiri dari:
 - a. Kebijakan dalam hal pengadaan untuk keperluan pemerintah.
 - b. Pemberian subsidi dan insentif kepada eksportir.

c. *Impor Charges*.

4.4 Sistem Quota dan Dampak Quota

Quota merupakan batasan fisik secara kuantitatif atas pemasukan barang (*quota impor*) dan pengeluaran atas barang (*quota ekspor*). Kebijakan seperti ini merupakan bentuk proteksi terhadap barang-barang di dalam negeri agar mampu bersaing dengan produk asing di dalam negeri. Dengan adanya kebijakan quota ini maka *supply* barang impor di dalam negeri semakin terbatas sehingga mampu di isi oleh produk-produk lokal.

Berdasarkan ketentuan WTO/GAAT maka sistem quota ini hanya bisa digunakan untuk kepentingan sebagai berikut :

1. Untuk melindungi produk-produk hasil pertanian.
2. Untuk menjaga keseimbangan dalam neraca pembayaran internasional atau balance of payment (BOP).
3. Untuk menjaga dan melindungi kepentingan ekonomi nasional dari dampak negatif quota.

Batasan impor (*Quota Impor*) adalah kebijakan pembatasan terhadap barang impor (*Quota Impor*) secara langsung atas barang impor yang diperbolehkan masuk ke suatu negara. Pembatasan ini umumnya dilakukan kepada kelompok individu atau perusahaan dengan cara memberikan lisensi.

Contoh; Pemerintah Amerika Serikat (AS) melakukan pembatasan impor keju. Hanya perusahaan – perusahaan tertentu saja yang diperbolehkan melakukan impor keju tersebut. Masing masing perusahaan tersebut diberikan jatah yang telah ditentukan untuk melakukan impor dan tidak boleh melebihi dari yang ditetapkan. Jumlah kuota keju yang di impor masing-masing perusahaan didasarkan pada jumlah keju yang di impor tahun sebelumnya.

4.4.1 Bentuk- Bentuk *Quota Impor*

Quota adalah batasan perdagangan internasional yang dilakukan oleh suatu negara melalui non tarif. Kebijakan *quota* ini diberlakukan oleh suatu negara dengan membatasi jumlah secara fisik barang baik yang di impor (barang masuk) maupun yang di

ekspor (barang keluar) dalam periode waktu tertentu. Kebijakan *quota* ini merupakan kebijakan *non tariff barrier*. Bentuk *Quota Impor* yang dapat dilakukan pemerintah dalam mengatur perekonomiannya adalah sebagai berikut: (Dunn et.al, 2011)

1. *Absolute* atau *Unilateral Quota*, yaitu bentuk penetapan *Quota* dilakukan dengan cara sepihak tanpa ada negosiasi.
2. *Negotiated Quota*, adalah *quota* yang dilakukan dengan cara kesepakatan atau perjanjian.
3. *Mixing Quota* yaitu bentuk penetapan *quota* dengan Kombinasi sistem *absolute* dan *negotiated quota*.

Tujuan penetapan *quota* adalah penetapan *quota* impor dengan cara membatasi impor bahan baku tertentu untuk melindungi untuk melindungi industri di dalam negeri.

4.4.2 Dampak *Quota* Terhadap Ekonomi Nasional

Dampak positif pembatasan jumlah barang impor yaitu mampu meningkatkan aktivitas produksi di dalam negeri sehingga perekonomian dalam negeri mengalami pertumbuhan. Adanya pembatasan jumlah impor, maka dampak positifnya pada perekonomian adalah :

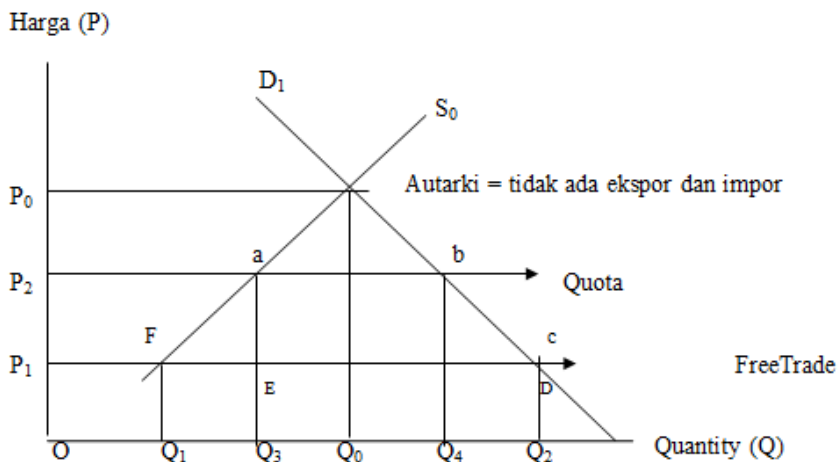
1. Peredaran produk lokal akan semakin meningkat sehingga produksi dalam negeri meningkat
2. Peningkatan produk domestik bruto (PDB).
3. Pertumbuhan ekonomi meningkat.
4. Lapangan kerja meningkat (terbuka).
5. Pendapatan masyarakat meningkat
6. Daya beli masyarakat meningkat.
7. Kesejahteraan masyarakat meningkat

Selain dampak positif, pembatasan jumlah barang impor juga mempunyai dampak negatif. Dampak negatif dari kuota impor adalah sebagai berikut :

1. Suplai barang di dalam negeri menurun.
2. Terjadi kenaikan harga barang di dalam negeri.
3. Penurunan konsumsi di dalam negeri.
4. Keuntungan hanya dimiliki pemilik atau pemegang kuota.

5. Terjadi redistribusi pendapatan dengan adanya subsidi dari produsen ke konsumen.
6. Impor mengalami penurunan.

Dampak *quota* impor seperti yang dikemukakan di atas maka dapat dilukiskan dalam grafis sebagai berikut :



Grafis Dampak Quota Ekonomi Nasional (Salvatore, D. 2012)

Keterangan.

1. Sebelum terjadi perdagangan (*autarki*), harga di P_0 dan produksi di Q_0 .
2. Perdagangan bebas (*free trade*) menyebabkan harga turun dari P_0 ke P_1 menyebabkan :
 1. Produk dalam negeri turun dari Q_0 ke Q_1
 2. Konsumsi dalam negeri naik dari Q_0 ke Q_2
 3. Impor sebesar $Q_1 - Q_2$, karena produksi turun sementara konsumsi naik.
3. Dengan adanya quota sebesar $Q_3 - Q_4$, maka keadaan perekonomian menjadi :
 - a. Peningkatan produksi dalam negeri dari Q_1 ke Q_3 .
 - b. Penurunan konsumsi dalam negeri dari Q_2 ke Q_4 .
 - c. Kenaikan harga dari P_1 ke P_2 .
 - d. Keuntungan dari kepemilikan quota ABDE.

- e. Besarnya subsidi dari konsumen kepada produsen yaitu P_1 , P_2 , A, F.
- f. Biaya proteksi yaitu sebesar A, E, F dan B, C, D.
- g. Penurunan impor dari Q_1 Q_2 ke Q_3 Q_4 .

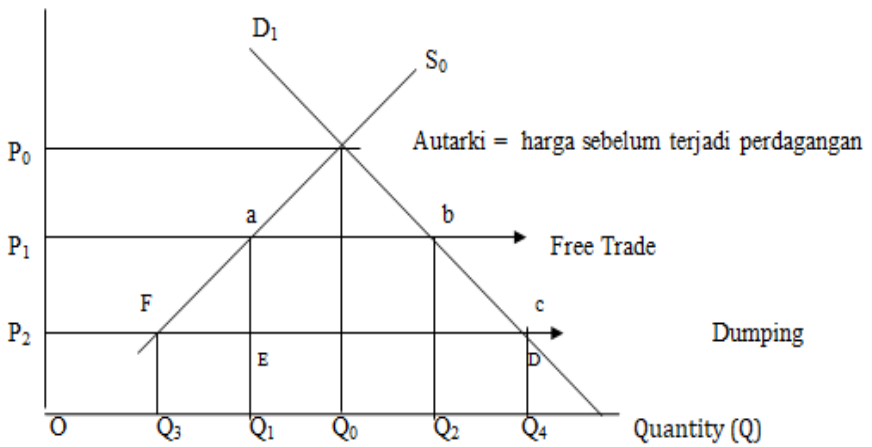
4.5 Dumping

Dumping merupakan kebijakan diskriminasi harga yang diberlakukan oleh suatu negara secara internasional (*International Price Diskrimination*) dengan menjual produk-produknya di luar negeri atau pasar internasional lebih murah dibandingkan di dalam negerinya sendiri.

Dumping yang bisa dilakukan oleh suatu negara dapat dibedakan menjadi tiga tipe *dumping* yaitu meliputi :

1. *Persistent Dumping*, yaitu adanya kecenderungan melakukan politik dumping secara berkelanjutan (*Continous*). Tujuan persiten damping ini adalah untuk merebut pasar di luar negeri. Untuk memperoleh keuntungan perusahaan hanya diharapkan di pasar dalam negeri (domestik) yang menjual dengan harga lebih mahal.
2. *Predatory Dumping*, yaitu melakukan penjualan barang atau produk dengan harga relatif lebih murah di pasar luar negeri atau internasional dibandingkan di pasar dalam negeri atau domestik. Tujuannya adalah menggusur atau menghancurkan produsen- produsen lain di pasar luar negeri. Setelah para produsen gulung tikar maka dapat memonopoli pasar luar negeri tersebut. Setelah menguasai pasar maka selanjutnya melakukan kebijakan menaikkan harga.
3. *Sporading dumping*, yaitu kebijakan penjualan barang ke luar negeri lebih murah dibandingkan di dalam negeri secara *sporadis*. Hal ini dilakukan karena terjadi kelebihan produksi di dalam negeri.

Secar grafis dampak kebijakan dumping terhadap produksi dalam negeri, misalnya produksi besi di Amerika Serikat (AS) dan Korea dapat dilukiskan sebagai berikut :



Grafis Dampak Quota Ekonomi Nasional (Salvatore, 2012)

Keterangan

1. Sebelum terjadi perdagangan harga besi di Amerika Serikat (AS) di P_0 dan produksi di Q_0 .
2. Terjadi perdagangan bebas maka Korea menjual barang (besi) ke Amerika Serikat, maka harga menjadi P_1 , dan impor AS sebesar $Q_1 - Q_2$, sementara produksi di dalam negeri AS turun dari $0 - Q_0$ menjadi $0 - Q_1$.
3. Korea melakukan dumping dengan menurunkan harga sampai P_2 , maka impor AS meningkat menjadi $Q_3 - Q_4$. Sementara, produksi AS turun lagi dari $0 - Q_1$ menjadi $0 - Q_3$. Dengan demikian maka industri dalam negeri AS lumpuh. Untuk mengatasi hal tersebut maka pemerintah AS melakukan kebijakan anti dumping. Anti dumping merupakan tindakan balasan dengan melakukan pengenaan bea masuk tambahan yang dikenakan pada produk-produk yang dijual di bawah harga normal dengan produk yang sama di negara yang melakukan ekspor dan impor.

Kebijakan dumping akan rasional (berhasil) apabila pasar dalam negeri telah dikuasai. Selain itu kebijakan dumping akan berhasil jika Elastisitas Permintaan (E_d) di pasar luar negeri lebih

besar dibandingkan dengan elastisitas permintaan di pasar dalam negeri. Jika elastisitas permintaan di luar negeri lebih besar maka penurunan harga jual di pasar luar negeri akan berpengaruh besar terhadap kenaikan permintaannya, sehingga penerimaan (TR) akan semakin meningkat jika melakukan kebijakan menurunkan harga.

4.6 Kartel Internasional.

Kartel Internasional merupakan suatu bentuk organisasi dari beberapa negara atau beberapa perusahaan yang melakukan aktivitas yang sama baik sebagai pemasok (*supplier*) atau produsen barang tertentu. Mereka secara bersama mengadakan kesepakatan (*aggrement*) dalam hal pembatasan produksi atau kuantitas ekspor agar dapat mengendalikan harga di pasar tanpa adanya persaingan baik harga maupun lainnya antar sesama mereka. Dengan kartel ini, diharapkan dapat memaksimumkan keuntungan mereka. Contoh organisasi kartel internasional adalah : OPEC (*Organization of Petroleum Exporting Countries*), IATA (*International Air Transport Association*), IBA (*International Bauxite Association*) dan lain sebagainya.

Dalam teori struktur pasar, kartel sama dengan bentuk struktur pasar oligopoli dengan kesepakatan baik produksi, harga, ekspor, dan lainnya. Kartel ini akan mengarah pada pembentukan pasar monopoli. Kartel pada dasarnya adalah untuk memaksimalkan keuntungan pelaku usaha. Dengan adanya kartel maka dapat menghindari munculnya persaingan sesama produsen dapat menaikkan harga di pasar. Kenaikan harga tersebut dapat merugikan masyarakat sebagai konsumen karena harga akan menjadi lebih mahal. Di banyak Negara, melarang munculnya kartel sehingga dituangkan dalam Undang-Undang anti kartel atau anti monopoli.

Dengan adanya kartel tersebut maka dapat menimbulkan kerugian bagi masyarakat. Kerugian yang dapat ditimbulkan kartel tersebut antara lain adalah In-efisiensi yang akhirnya ditanggung oleh konsumen. Kerugian yang ditimbulkan kartel tersebut dapat berupa *allocative in-eficiency*, *in-efisiensi produksi (productive in efficiency)* dan menghambat masuknya inovasi dan penggunaan teknologi baru (*barrier to entry*). Hal tersebut dapat menghambat

masukkan investor baru dan akhirnya dapat menghambat pertumbuhan ekonomi suatu negara. (Salvatore, 2012).

Praktik kartel di Indonesia sebenarnya sudah dilarang secara hukum, namun kegiatan kartel ini masih terus ada. Kegiatan kartel ini dibawa pengawasan langsung oleh Komisi Pengawasan persaingan Usaha (KPPU). Larangan praktik kartel ini tertulis pada undang-undang no 5 tahun 1999 yaitu tentang larangan praktik monopoli dan juga praktik persaingan usaha yang tidak sehat. Walaupun undang-undangnya sudah ada, namun di lapangan menunjukkan praktik kartel terselubung masih terus terjadi hingga saat ini.

1. Soal Latihan
2. Jelaskan pengertian kebijakan perdagangan Internasional dan apa tujuannya.
3. Jelaskan contoh-contoh Kebijakan Ekspor di dalam negeri dan di luar negeri.
4. Jelaskan pengertian kebijakan impor dan jelaskan perbedaan kebijakan *tariff barrier* dan *non tariff barrier* dalam perdagangan Internasional.
5. Sebutkan dan jelaskan alasan pengenaan tarif bea masuk di suatu Negara.
6. Sebutkan dan jelaskan dampak tarif terhadap ekonomi nasional.
7. Sebutkan dan jelaskan alasan pemerintah menerapkan kuota.
8. Sebutkan dan jelaskan bentuk-bentuk kuota dan dampak kuota terhadap ekonomi nasional.
9. Jelaskan alasan suatu negara melakukan anti dumping dalam perdagangan internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Dunn, Robert M & Ingram, James C, 2011. " International Economics." New York . Jhon Wiley & Sons, Inc.
- Grifen R, W. & Pustay M,W, 2015, Bisnis Internasional, Edisi 8, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Hady, H. 2001." Ekonomi Internasional ." Teori dan Kebijakan perdagangan Internasional. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- _____. 2002." Ekonomi internasional Buku 2 : teori dan kebijakan keuangan internasional" Ghalia Indonesia
- _____. 2004." Manajemen bisnis internasional" Teori dan Kebijakan / Hamdy Hady; Editor AnitaVidiayanti Jakarta : Ghalia Indonesia,
- Salvatore, D. 2012." International Economics. New York : MacMillan Publishing Company.
- Salvatore, D. 2014." International Economics. Terjemahan " Romi Bhaskti,Hartanto, Yanuar Heru Prakoso' Penerbit Salemba Empat, 2014.

BAB 5

TANTANGAN DALAM EKONOMI INTERNASIONAL

Oleh Ana Fitriyatul Bilgies

5.1 Pendahuluan

1 Latar Belakang

Perdagangan internasional terdiri dari transaksi antar pihak yang berasal lebih dari satu negara. Pihak-pihak yang melakukan transaksi tersebut adalah perorangan, pemilik perseorangan, kelompok atau badan/lembaga pemerintah (Griffin dan Pustay, 2015, p. 5). Secara historis, perdagangan internasional pertama kali terjadi dalam bentuk ekspor dan impor. Namun, dalam dunia bisnis internasional yang sangat kompleks saat ini, banyak bentuk bisnis internasional lainnya yang juga umum dilakukan.

Perdagangan internasional telah berkembang begitu pesat dalam dekade terakhir sehingga banyak ahli percaya bahwa kita semua hidup di era globalisasi. Griffin dan Pustay (2015, hlm. 9) Globalisasi dapat didefinisikan sebagai proses integrasi internasional yang dihasilkan dari pertukaran ide, produk, gagasan dunia dan aspek budaya lainnya.

Dunia ini sangat besar, namun jika menyangkut bisnis, dunia ini terlihat sangat kecil. Setiap industri dipengaruhi oleh bisnis internasional, baik perusahaan memproduksi barang dan mengekspornya atau karyawan memberikan jasa ke luar negeri. Penting bagi perusahaan untuk menemukan tempatnya di pasar bisnis global. Apa saja tantangan bisnis internasional? Apa sajakah cara untuk mengelola tantangan-tantangan ini? Akan dibahas secara lebih lanjut disini.

5.2 Tantangan dalam Ekonomi Internasional

5.2.1 Pengertian Ekonomi Internasional

Perdagangan internasional adalah kegiatan ekonomi di mana barang, jasa, dan modal dipertukarkan di antara bisnis di dua negara atau lebih. Contoh aktivitas bisnis internasional mencakup berbagai aspek, mulai dari mengimpor dan mengekspor barang hingga berinvestasi di pasar luar negeri.

Perdagangan internasional adalah perdagangan antar negara dan mencakup pemasaran internasional dan perdagangan internasional. Kegiatan ini dapat dilakukan oleh individu, perusahaan, kelompok bisnis, dan bahkan lembaga dan institusi pemerintah.

Perdagangan internasional mengacu pada pertukaran barang yang dilakukan oleh penduduk atau kelompok orang di suatu negara dengan penduduk yang tinggal di negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Melakukan bisnis internasional sebenarnya cukup kompleks dan sulit karena dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Menurut Donald A. Ball, bisnis internasional didefinisikan sebagai bisnis yang beroperasi melintasi batas-batas negara. Definisi ini mencakup pertumbuhan perdagangan internasional, manufaktur luar negeri, transportasi, pariwisata, periklanan, konstruksi, ritel, grosir, dan layanan media massa.

5.2.2 Tujuan Ekonomi Internasional

Dalam konteks ekonomi global, Ekonomi internasional memiliki beberapa tujuan.

1. Meningkatkan perekonomian

Pertama, tujuan perdagangan internasional adalah untuk meningkatkan perekonomian suatu negara melalui impor dan ekspor barang dan jasa. Dengan berpartisipasi dalam perdagangan internasional, negara-negara mendapatkan akses ke sumber daya, teknologi, dan pasar internasional yang lebih luas, sehingga meningkatkan produksi dan pertumbuhan ekonomi.

2. Diversifikasi Ekonomi

Melalui perdagangan internasional, negara-negara dapat mempelajari metode produksi yang lebih efisien dan metode manajemen yang lebih modern. Hal ini berkontribusi pada diversifikasi ekonomi dan mengurangi ketergantungan pada sektor-sektor ekonomi tertentu.

3. Dampak terhadap Stabilitas Harga Barang Ekspor

Stabilitas harga didefinisikan sebagai cara pemerintah untuk menjaga harga tetap tinggi ketika inflasi mulai meningkat. Inflasi sendiri adalah peningkatan ketersediaan uang, yang dapat menyebabkan kenaikan harga barang.

4. Meningkatkan hubungan persahabatan antar negara

Perdagangan internasional juga bertujuan untuk memperkuat hubungan persahabatan antar negara. Melalui kerja sama ekonomi, negara-negara dapat membangun hubungan yang saling menguntungkan dan memperkuat hubungan di tingkat global.

5. Penciptaan Lapangan Kerja

Tujuan lain dari ekonomi internasional adalah penciptaan lapangan kerja. Seiring berkembangnya pasar luar negeri, jumlah barang dan jasa yang diproduksi terus meningkat, dan kebutuhan akan tenaga kerja meningkat.

Seiring berkembangnya pembangunan ekonomi suatu negara, industri ekspor menerima pesanan dalam jumlah besar dan mungkin memerlukan pekerja tambahan untuk memenuhi pesanan konsumen. Dengan menambah angkatan kerja, industri juga akan membuka lapangan kerja baru yang dapat mengurangi tingkat pengangguran di dalam negeri, sehingga saling menguntungkan.

6. Memenuhi Kebutuhan di Negara Lain

Kerja sama perdagangan internasional memungkinkan negara lain yang tidak memiliki produk atau jasa yang diinginkan untuk mendapatkannya. Sebagai contoh, tidak seperti negara-negara Barat, Indonesia merupakan salah satu negara Asia yang mengolah tempe kedelai. Oleh karena itu, dengan bekerja sama dengan negara-negara Eropa dan Amerika, negara-negara tersebut dapat memenuhi kebutuhan para vegetarian dengan mengolah kedelai menjadi tempe dan sebaliknya.

Perdagangan internasional adalah perjanjian antara dua negara untuk bekerja sama memenuhi kebutuhan negara lain ketika kebutuhan negara lain tersebut tidak terpenuhi. Ada banyak alasan mengapa kebutuhan tersebut tidak dapat terpenuhi, salah satunya adalah iklim masing-masing negara.

7. Mencapai keuntungan internal dan eksternal

Tujuan dari kebijakan bisnis internasional ini tentu saja untuk mencapai keuntungan internal dan eksternal. Seperti yang telah kami jelaskan, jika sebuah negara tidak bekerja sama dengan negara lain dan hanya mengandalkan sumber daya pajak dan anggaran, maka negara tersebut tidak akan dapat memenuhi kebutuhan rakyatnya.

Oleh karena itu, negara-negara berupaya memanfaatkan kerja sama perdagangan internasional antar negara untuk memenuhi kebutuhan warga negaranya. Keuntungan internal adalah keuntungan yang diperoleh perusahaan dengan memesan barang dan jasa dalam jumlah besar dari luar negeri. Keunggulan eksternal adalah keunggulan spesialisasi yang dicapai melalui kegiatan internal untuk meningkatkan pemanfaatan faktor-faktor produksi.

8. Transfer Teknologi Modern

Perdagangan internasional juga dilakukan untuk menghasilkan keuntungan dari teknologi modern yang tidak dapat atau tidak dapat diproduksi atau diperoleh dari dalam negeri, sehingga memerlukan kerjasama dengan pihak eksternal. Transfer teknologi modern dapat berupa mesin dan barang lainnya. (Roshida, 2021)

5.2.3 Tahap Memasuki Ekonomi Internasional

Ketika suatu perusahaan memasuki Ekonomi internasional, biasanya dibagi menjadi beberapa fase mulai dari fase yang paling sederhana tanpa risiko hingga fase yang paling kompleks dengan risiko bisnis yang sangat tinggi.

Adapun tahap tersebut secara kronologis adalah sebagai berikut:

1. Ekspor Insidental (*Incident At Export*)

Untuk berpartisipasi lebih luas dalam dunia ekonomi internasional. Dimulai dengan keterlibatan pertama, pelaksanaan

ekspor yang tidak diinginkan. Tahap awal ini biasanya terjadi ketika ada orang asing yang datang ke negara kita, membeli barang, dan harus mengirimkannya ke luar negeri.

Ekspor ini memfasilitasi penjualan produk atau jasa di berbagai negara. Meski banyak fasilitas, namun kualitas harus selalu dipastikan agar bisa bersaing dengan produk global. Jangan lupa juga untuk meneliti negara tujuan ekspor Anda tentang kebutuhan masyarakat setempat. Misalnya, penduduk Negara tertentu biasanya vegetarian, tentunya sangat baik membawa sayuran organik ke sana.

2. Ekspor Aktif (Active Eksport)

Tahap sebelumnya kemudian berkembang dan hubungan bisnis yang teratur dan berkelanjutan terjalin dan kegiatan menjadi aktif dari waktu ke waktu. Pengoperasian hubungan dagang umumnya ditandai dengan peningkatan jumlah dan variasi barang dalam perdagangan internasional. Pada tahap kegiatan ini, badan usaha milik negara sendiri mulai secara aktif mengelola operasinya. Hal ini berbeda dengan tahap awal ketika pengusaha hanya bertindak pasif. Oleh karena itu, tahap ini sering disebut "tahap ekspor aktif", dan tahap pertama disebut tahap pembelian.

3. Penjualan Lisensi (*Licensing*)

Tahap selanjutnya adalah tahap penjualan lisensi. Pada tahap ini, negara imigrasi menjual produk kepada pemegang lisensi atau merek. Saat ini, hanya merek yang dijual, atau hanya lisensi yang memberikan negara penerima kontrol signifikan atas proses pemasaran dan produksi, termasuk bahan baku dan peralatan. Untuk menggunakan lisensi, perusahaan dan negara penerima harus membayar biaya lisensi kepada perusahaan asing.

Cara ini relatif sederhana, karena perusahaan pemberi lisensi menciptakan produk dan strategi pemasarannya sendiri. Merek asli perusahaan masih tersedia dan berpotensi populer di negara lain.

4. Franchising

Tahap selanjutnya adalah tahap yang lebih aktif. Artinya, badan usaha milik negara tidak hanya menjual lisensi dan merek dagang, tetapi juga seluruh atributnya. Meliputi peralatan, proses produksi, resep pencampuran proses produksi, pengendalian mutu, pengendalian mutu bahan baku dan produk jadi, serta bentuk jasa. Cara ini sering disebut dengan “Franchising”. Dalam bentuk Franchise ini, perusahaan penerima disebut “penerima waralaba (*Franchisee*)” dan perusahaan pemberi disebut “Franchisor”. Format ini biasanya berhasil untuk jenis perusahaan tertentu, seperti: Contoh: industri makanan, supermarket, restoran, pusat olah raga, dll. Pengolahan dan penggunaan bahan baku dalam sistem waralaba ini harus mematuhi peraturan pemberi waralaba. (Lutfatul Maliha, 2023)

5. Usaha Bersama

Usaha patungan adalah kemitraan antara perusahaan domestik dan perusahaan asing. Kedua mitra menginvestasikan modal dan kepemilikan saham serta kendali atas kemitraan tersebut. Usaha patungan membutuhkan komitmen yang lebih besar dari perusahaan dibandingkan dengan lisensi atau peluang ekspor lainnya. Risiko lebih besar dan fleksibilitas lebih sedikit.

Perusahaan domestik mungkin ingin membentuk usaha patungan karena beberapa alasan. Sebagai contoh, General Motors dan Toyota telah sepakat untuk menggunakan pabrik GM di California untuk menjual mobil kompak melalui dealer-dealer GM. Motivasi Toyota adalah untuk menghindari kuota impor AS kuota impor AS dan pajak untuk mobil yang tidak menggunakan suku cadang Amerika.

6. Investasi Langsung

Organisasi internasional dapat melakukan produksi dan distribusi skala penuh di luar negeri jika mereka menginginkannya. Jadi mereka berinvestasi di anak perusahaan yang dimiliki sepenuhnya. Organisasi yang menggunakan pendekatan ini melakukan investasi langsung di satu atau lebih negara asing. Organisasi yang terlibat dalam perizinan atau usaha

patungan tidak memiliki fasilitas produksi dan distribusi di luar negeri.

Dengan mendirikan anak perusahaan di luar negeri, MNE dapat bersaing lebih agresif karena berada “di dalam” pasar. Afiliasi, sebaliknya, memerlukan investasi yang lebih besar karena afiliasi bertanggung jawab atas semua aktivitas pemasaran di luar negeri. Meskipun fitur-fitur ini memungkinkan pengendalian aktivitas pemasaran, namun memiliki risiko yang signifikan. Strategi afiliasi memerlukan pemahaman lengkap tentang kondisi bisnis, praktik, pasar, tenaga kerja, dan faktor non-pasar lainnya.

7. Patnership (*Piggybacking*)

Secara harfiah, *Piggybacking* artinya membawa. Dalam hal ini, dua perusahaan non-pesaing berkolaborasi untuk menjual produk di negara sasaran. Cara ini dianggap berisiko rendah, namun pertimbangkan juga dua perusahaan yang bekerja sama untuk sukses di pasar global. Pastikan tidak ada masalah kepercayaan dengan perusahaan mitra. (Greatnusa, 2022)

8. Pemasaran ke Luar Negeri

Langkah selanjutnya adalah jenis pemasaran luar negeri. Bentuk ini memerlukan tingkat konsentrasi dan partisipasi manajemen yang lebih tinggi, karena perusahaan pendatang (*host country*) harus secara aktif dan mandiri mengelola pemasaran produknya di luar negeri (*home country*). Pengusaha asing harus mampu memahami perilaku negara tuan rumah (segmentasi) agar dapat melaksanakan program pemasaran yang efektif.

9. Produksi dan Pemasaran di Luar Negeri (*Total Internasional Business*)

Tahap terakhir adalah tahap yang paling intensif dalam partisipasi dalam perdagangan internasional. "Produksi dan penjualan di luar negeri". Tahap ini juga dikenal sebagai 'perdagangan internasional penuh'. Dari bentuk ini muncullah MNC (*Multy National Corporation*) atau perusahaan multinasional.

Pada tahap ini, perusahaan asing muncul, mendirikan modal mereka sepenuhnya di luar negeri, melakukan proses produksi di negara ini, dan menjual produk mereka di negara ini dan

mungkin juga di negara lain. Ekspor dari negara mitra. Format ini menguntungkan bagi negara berkembang karena tidak ada di negara tuan rumah. Membangun pabrik ini membutuhkan biaya yang sangat besar. Negara-negara berkembang masih kekurangan sumber daya untuk pembangunan nasional.

Negara-negara yang ingin melindungi industri dalam negerinya selalu mengenakan bea masuk yang tinggi terhadap produk yang diproduksi oleh industri asing. Hal ini wajar, karena jika tidak dilakukan, impor produk industri dari luar negeri akan bersaing dan menghancurkan industri dalam negeri. Bea masuk yang diterapkan terlalu tinggi, sehingga harga jual barang impor lebih tinggi dari harga produk yang dihasilkan industri dalam negeri. (Indra, 2020)

5.24 Manfaat Ekonomi dan Bisnis Internasional

Banyak penelitian menyoroti alasan kuat mengapa perusahaan tertarik untuk memasuki pasar luar negeri, meskipun menyadari bahwa bisnis internasional melibatkan risiko tinggi dan potensi keuntungan yang tinggi. melakukan. Untuk lebih memahami alasan-alasan yang mendasari langkah tersebut, berikut ini adalah ikhtisar manfaat utama yang memotivasi perusahaan untuk melakukan bisnis internasional.

1. Meningkatkan keuntungan dan penjualan

Semua perusahaan berada di bawah tekanan untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan. Ketika pasar domestik semakin matang, perusahaan mencari peluang di luar negeri. Membuka akses ke pasar internasional meningkatkan penjualan dengan meningkatkan pendapatan per kapita di banyak negara dan mempercepat pertumbuhan populasi dan ekonomi.

2. Meningkatkan Peluang Kerja

Peluang kerja meningkat seiring dengan perluasan pasar yang dimiliki oleh perusahaan domestik. Tentu saja, seiring dengan berkembangnya pasar yang tersedia dan pangsa pasar, kemampuan manufaktur dan jasa juga meningkat. Dengan

demikian, kelas pekerja akan memiliki lebih banyak kesempatan kerja.

3. Memperluas Target Pasar

Selain menciptakan lapangan kerja, target pasar yang diperluas memungkinkan perusahaan berproduksi tanpa rasa takut akan kelebihan produksi. Alasannya, kelebihan produk bisa dijual secara internasional. Setiap negara yang masuk dalam daftar perusahaan dalam negeri membawa peluang baru bagi pertumbuhan bisnis dan pertumbuhan penjualan.

4. Memiliki Manajemen Resiko yang Lebih baik

Selain target pasar yang lebih besar, perdagangan internasional memberikan peluang diversifikasi pasar. Jenis diversifikasi pasar ini mengurangi risiko kemerosotan ekonomi, peristiwa lingkungan hidup, pengaruh politik, dan faktor risiko lainnya. Karena perusahaan tidak terlalu bergantung pada satu pasar, mereka dapat mengurangi potensi risiko yang terkait dengan pasar inti mereka.

5. Perlindungan Terhadap Pasar

Perusahaan mungkin perlu melakukan ekspansi internasional untuk melindungi pangsa pasar domestiknya. Hal ini dapat terjadi dalam berbagai cara, seperti mengejar pelanggan penting atau mengganggu pasar domestik pesaing utama.

6. Akses ke Sumber Bahan Baku

Negara-negara berkembang seringkali kaya akan sumber daya alam. Untuk mengamankan pasokan bahan mentah, perusahaan seringkali harus berinvestasi di luar negeri.

Perdagangan internasional memberi produsen dalam negeri pilihan bahan baku yang lebih luas. Produsen dapat memperoleh bahan baku dengan harga murah dari negara lain sehingga mengurangi biaya produksi dan menjadikan produknya lebih kompetitif.

7. Menciptakan Hubungan yang Lebih Baik Antar Negara

Perdagangan internasional menghasilkan ketergantungan ekonomi yang besar, yang dapat menghasilkan kerja sama yang kuat di bidang lain. Negara-negara yang terlibat dalam

perdagangan internasional lebih mungkin menghindari konflik di wilayah lain.

8. Meningkatkan Reputasi Perusahaan
Perusahaan dapat memperkuat reputasinya di pasar internasional melalui perdagangan global. Bisnis yang sukses di suatu negara dapat secara signifikan memengaruhi bisnis di negara lain. Meskipun sulit untuk diukur, peningkatan kredibilitas bisnis dapat berdampak besar ketika menargetkan seluruh wilayah, bukan hanya satu negara. (Menurut Kumparan, 2023)
9. Pengembangan Keterampilan Teknologi dan Manajemen
Berinvestasi di luar negeri memberikan perusahaan akses ke teknologi dan keterampilan manajemen yang sulit atau mahal untuk diperoleh.
9. Diversifikasi Geografis
Strategi diversifikasi geografis internasional dapat membantu perusahaan mempertahankan penjualan dan laba yang stabil serta mengurangi risiko yang timbul dari fluktuasi pasar musiman.
10. Ambisi Manajemen untuk Ekspansi
Para pemegang saham sering kali menginginkan perusahaan mereka tumbuh dengan cepat, dan tim manajemen semakin melihat pasar internasional sebagai jalan menuju ekspansi yang cepat.

5.2.5 Faktor Pendorong Ekonomi Internasional/Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional bergantung pada beberapa faktor. Di bawah ini adalah empat faktor yang mendorong perdagangan internasional.

1. Perbedaan Sumber Daya Alam
Perbedaan sumber daya mengharuskan satu negara membeli produk dan jasa yang dijual negara lain. Oleh karena itu, dapat memenuhi kebutuhan rumah tangga.
2. Menghemat Biaya Produksi
Ada banyak produk yang membutuhkan ilmu pengetahuan dan teknologi canggih untuk memproduksinya. Sayangnya,

tidak semua negara memiliki kesempatan yang sama. Di negara-negara yang belum memiliki ilmu pengetahuan dan teknologi, pembuatan produk membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Lebih murah untuk berbelanja di negara lain.

3. Memenuhi kebutuhan suatu negara

Suatu negara mungkin tidak dapat menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan warganya. Oleh karena itu, negara memutuskan untuk membeli barang dan jasa dari negara lain untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri.

4. Perbedaan dalam akuisisi teknologi

Setiap negara memiliki kemampuan manajemen teknologi yang berbeda. Oleh karena itu, banyak negara yang akhirnya terlibat dalam perdagangan internasional untuk memenuhi kebutuhan warganya. Contoh perdagangan internasional antara Indonesia dan Jepang. Indonesia membeli mobil dari Jepang karena Negeri Matahari Terbit tersebut memiliki kapasitas produksi mobil yang lebih tinggi. (Nuraini, 2023)

5.2.6 Tantangan dalam Bisnis atau Ekonomi Internasional

Memahami dan mengatasi tantangan-tantangan ini adalah kunci keberhasilan perusahaan yang beroperasi di pasar global. Tantangan-tantangan bisnis/ekonomi internasional dapat diuraikan dalam beberapa poin berikut ini:

1. Kendala bahasa

Bertemu dengan orang-orang yang berbicara bahasa berbeda adalah hal biasa dalam bisnis internasional. Salah satu masalah terbesar dalam bisnis internasional adalah masalah bahasa. Oleh karena itu, sebagian besar bisnis internasional membutuhkan pekerja yang menguasai setidaknya satu bahasa asing.

Perlu diingat bahwa organisasi seringkali menghadapi kesulitan untuk menjelaskan tujuan mereka kepada pelanggan karena terjemahan tidak memiliki informasi yang diperlukan. Selain itu, bahasa yang digunakan oleh manajer dukungan pelanggan dan anggota tim harus sesuai dengan target pelanggan. Investasi besar pada penerjemah dan kepuasan karyawan

dengan penggunaan bahasa-bahasa utama di seluruh dunia memastikan bahwa bisnis berjalan dengan lancar.

Undang-undang ketenagakerjaan beberapa negara mengharuskan kontrak kerja ditulis dalam bahasa lokal. Meskipun demikian, perusahaan internasional menghadapi masalah mempekerjakan tenaga ahli di negara lain. Mempekerjakan warga lokal untuk memeriksa keabsahan dan kepatuhan kontrak adalah salah satu cara untuk mengatasi masalah ini.

2. Perbedaan budaya

Perbedaan budaya adalah salah satu tantangan terbesar dalam bisnis internasional, dan perbedaan budaya antar negara dapat memengaruhi operasi bisnis, komunikasi, pengambilan keputusan, dan perilaku konsumen. Perusahaan harus memahami norma, nilai, dan etika bisnis sosial setempat. Keberhasilan dalam bisnis internasional memerlukan pemahaman dan penghormatan terhadap budaya lokal dan penyesuaian strategi bisnis dengan lingkungan budaya yang berbeda.

3. Perbedaan Nilai Tukar Mata Uang dan Tingkat Inflasi

Perbedaan mata uang dapat mempengaruhi margin keuntungan suatu perusahaan. Jika mata uang lokal terdepresiasi terhadap mata uang asing, biaya impor barang dapat meningkat, sehingga mengurangi margin keuntungan. Sebaliknya, jika mata uang lokal menguat, margin keuntungan bisa meningkat.

Rendahnya nilai tukar rupee terhadap dolar dapat mempengaruhi ekspor dan impor barang. Semakin rendah rupee, semakin tidak stabil harga pembelian dan penjualan barang impor dan ekspor. Kondisi ini tentu dapat berdampak negatif terhadap permintaan barang dalam negeri.

Sangat disarankan untuk memahami tingkat inflasi dan nilai tukar di negara tempat operasi bisnis internasional dilakukan. Harga komoditas dan biaya tenaga kerja dipengaruhi oleh inflasi, yang pada akhirnya menentukan harga produk akhir. Melacak kedua tarif ini memberikan gambaran penting tentang

nilai pasar barang dan jasa di tempat yang berbeda secara historis.

4. Batasan Perdagangan dan Tarif Bea Cukai

Salah satu masalah terbesar dalam perdagangan internasional adalah pembatasan perdagangan dan tarif. Tarif bea cukai yang diterapkan pada perdagangan, baik ekspor maupun impor, dapat memengaruhi harga barang dan jasa serta keuntungan perusahaan. Selain itu, pembatasan perdagangan juga dapat membuat perdagangan internasional lebih sulit.

5. Hambatan Non-Tarif

Selain bea masuk, hambatan non-tarif seperti kuota impor, izin ekspor, persyaratan kualitas, standar sanitasi dan peraturan teknis lainnya juga dapat memperlambat perdagangan internasional. Hambatan seperti ini sering digunakan untuk membatasi impor dan melindungi produsen dalam negeri.

6. Hukum dan Regulasi

Setiap negara memiliki undang-undang, peraturan, dan aturan berbeda dalam menjalankan bisnis. Perusahaan harus mematuhi semua persyaratan perizinan, pajak, dan peraturan yang berlaku. Perbedaan aturan bisnis, pajak, kepemilikan asing, dan perlindungan konsumen dapat mempersulit berbisnis. Mengetahui undang-undang dan peraturan masing-masing negara dan bekerja sama dengan pengacara berpengalaman membantu mengelola risiko dan mematuhi peraturan yang berlaku.

7. Risiko Politik dan Ekonomi

Ketika sistem politik, kebijakan pemerintah, dan kebijakan politik berubah, hal itu dapat sangat memengaruhi operasi bisnis. Ketidakstabilan ekonomi di berbagai negara dapat mengganggu operasional dan hasil keuangan bisnis, dan ketidakstabilan politik dan keamanan di suatu negara dapat mengganggu kelancaran perdagangan internasional. Selain itu, perubahan kebijakan politik dan hukum di suatu negara juga dapat memengaruhi jalannya perdagangan internasional.

8. Masalah kepatuhan

Salah satu masalah yang semakin meningkat di seluruh dunia adalah peraturan perpajakan. Perusahaan multinasional harus

mengikuti peraturan bisnis, tarif pajak, dan biaya bisnis dari berbagai negara agar dapat beroperasi di seluruh dunia.

Jika suatu perusahaan tidak mematuhi peraturan, hal itu dapat menghambat pertumbuhan bisnis dan menyebabkan biaya kepatuhan yang tinggi. Artinya, untuk mematuhi peraturan global yang berubah-ubah, pemberi kerja harus melakukan penelitian mendalam dan membuat dokumen yang sah.

9. Tantangan dari Segi Operasional

Manajemen rantai pasokan yang kompleks dan logistik internasional adalah beberapa tantangan operasional yang dapat menjadi tantangan besar, terutama bagi perusahaan yang baru beroperasi di pasar internasional.

Salah satu masalah utama perdagangan internasional adalah manajemen rantai pasokan internasional. Impor, ekspor, transportasi, dan logistik khusus tunduk pada peraturan internasional dan peraturan internasional lainnya. Manajemen rantai pasokan dapat membahayakan bisnis internasional jika bisnis Anda membeli barang dan jasa dari luar negeri.

Setelah Anda memiliki strategi rantai pasokan yang solid, Anda harus memutuskan untuk berekspansi ke pasar internasional karena berdampak pada masa depan bisnis Anda. Strategi rantai pasokan Anda harus disesuaikan dengan kebutuhan bisnis Anda dan disesuaikan untuk berekspansi ke tempat lain. Ini termasuk memeriksa peraturan perdagangan, eksternalitas, rantai pasokan, dan ketersediaan bahan-bahan lokal

10. Bersaing di pasar baru

Dalam pasar bisnis yang kompetitif saat ini, tidak mungkin menawarkan produk atau layanan yang tidak ditawarkan oleh perusahaan lain. Jika Anda menjalankan bisnis di dalam negeri, bisnis Anda mungkin memiliki pesaing; berkembang secara internasional, jumlah perusahaan yang bersaing untuk pangsa pasar yang sama meningkat secara eksponensial.

Inovasi tumbuh dari persaingan, dan perusahaan harus mengikuti prinsip ini ketika berekspansi ke pasar global. Bedakan produk atau jasa Anda dengan produk atau jasa lain untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Menawarkan produk dan layanan unik. Yang terpenting adalah membangun

reputasi perusahaan Anda dengan mengembangkan hubungan bisnis yang kuat dengan pelanggan dan pemasok lokal, vendor, produsen, dan perusahaan pelayaran.

11. Masalah lingkungan dan keberlanjutan

Perubahan iklim mempengaruhi kita setiap hari. Mengingat pemanasan global dan permasalahan lingkungan lainnya menjadi perhatian utama setiap orang, maka penting bagi setiap perusahaan, termasuk perusahaan internasional, untuk berinvestasi sebesar-besarnya dalam pembangunan berkelanjutan.

Oleh karena itu, keberlanjutan menjadi prioritas perusahaan internasional terkemuka. Isu lingkungan hidup telah diangkat sebagai tantangan terhadap pertumbuhan global oleh Tujuan Pembangunan Berkelanjutan PBB. Proses bisnis yang lebih ramah lingkungan harus dikembangkan dan diterapkan oleh dunia usaha.

Agar Anda dapat memperluas bisnis Anda ke luar negeri dan menghindari masalah hukum dalam bisnis global, sangat penting untuk memahami peraturan lingkungan hidup di negara Anda. Ini menunjukkan bahwa metode produksi berkelanjutan dan sumber energi non-konvensional sangat penting dalam proses produksi.

12. Konsistensi merek

Perusahaan internasional memecahkan masalah yang berbeda untuk pelanggan yang berbeda di berbagai belahan dunia. Membangun konsistensi merek dan memanfaatkannya di pasar global merupakan sebuah tantangan. Konsistensi merek mengacu pada banyak faktor yang mempengaruhi pertumbuhan merek, seperti bahasa fungsional, logo, dan budaya kerja. Mengembangkan strategi perusahaan global sangat penting untuk kelangsungan merek Anda.

Sebagai merek internasional, Anda harus membedakan perusahaan Anda dari pesaing dengan merek yang mudah dikenali. Konsistensi merek adalah kunci untuk mencapai dan mempertahankan loyalitas pelanggan, terutama di pasar global yang sangat kompetitif.

Merek suatu perusahaan membedakannya dengan perusahaan lain karena merupakan merek dagang dari perusahaan tersebut. Tantangan kesinambungan merek lainnya adalah perusahaan Anda perlu mempertahankan rantai pasokannya. Jika bisnis berhasil, nilai ingatan merek meningkat, sehingga menghasilkan peningkatan keuntungan secara eksponensial.

13. Sektor Industri yang Rentan

Beberapa industri Indonesia juga rentan dan rentan karena masih bergantung pada impor bahan baku dan produk setengah jadi. Proses produksi tidak dapat berjalan maksimal jika bahan baku tidak diisi dengan benar.

Di saat yang sama, perusahaan masih belum bisa menggunakan bahan baku dalam negeri. Keadaan ini dapat menyebabkan terhambatnya proses produksi dan ketersediaan produk jadi.

14. Hambatan bisnis yang Meningkat

Tantangan perdagangan internasional adalah proteksionisme. Ini juga merupakan hambatan perdagangan yang nyata.

Proteksionisme mempunyai banyak bentuk, seperti anti-penipuan, perlindungan bersubsidi, penerapan tarif dan lisensi impor wajib dari negara-negara mitra. Permasalahan lingkungan dan kelestarian alam juga kerap menjadi penyebab proteksionisme.

15. Perubahan Perilaku Konsumen

Perdagangan internasional juga dapat menyebabkan perubahan perilaku konsumen. Sikap konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih produk, termasuk tingkat keamanan dan kebersihan pangan. Selain itu, di era teknologi ini, model bisnis di ekosistem digital juga harus berubah.

16. Kemungkinan Terjadinya Defisit dan Penurunan Ekonomi

Adanya konflik di suatu negara dapat menghambat perdagangan global. Konflik-konflik ini termasuk kudeta, perang, protes dan kerusuhan. Seperti yang Anda ketahui, hal seperti itu sering terjadi di berbagai negara. Keduanya didasarkan pada topik keuangan dan non-keuangan.

Perang dagang yang semakin meningkat antara Tiongkok dan Amerika Serikat merupakan salah satu tantangan yang dihadapi perdagangan internasional. Semakin sulit bagi gerakan

Indonesia untuk berpartisipasi dalam perdagangan bebas. Pada saat yang sama, beberapa negara maju telah mengumumkan bahwa mereka akan berada di ambang resesi mulai tahun 2020.

17. Organisasi Satu Regional

Banyak wilayah di dunia memiliki organisasi yang mencakup negara-negara tertentu, seperti ASEAN. Organisasi ini memiliki kebijakan yang mengatur kepentingan bisnis internasional. Salah satu prinsipnya menyatakan bahwa hanya anggota organisasi yang dapat mengimpor dan mengeksport produk.

Adanya kebijakan ini menguntungkan para anggotanya, khususnya negara-negara berkembang. Negara ini bisa lebih mudah menguasai pasar dalam negeri karena persaingan yang tidak cukup kuat. Meski pada akhirnya terkadang produk menjadi tidak terkendali karena tidak adanya persaingan di pasar.

Selain itu, kebijakan ini dinilai kurang efektif karena tidak memberikan peluang bagi negara selain anggota organisasi tersebut untuk melakukan impor barang. Bahkan, bisa saja produk dari negara lain lebih berkualitas dan lebih murah.

18. Kualitas Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan salah satu unsur penting yang menunjang proses produksi berbagai industri. Jika Anda memiliki orang-orang berbakat, Anda akan selalu menghasilkan produk yang berharga. Produk yang berkualitas dan bernilai tinggi dapat lebih mudah bersaing dalam perdagangan internasional. Mempekerjakan dan mempertahankan karyawan yang berkualitas merupakan bagian penting dari ekspansi internasional.

Keunggulan suatu organisasi adalah karyawan yang berbakat dan termotivasi dengan pengetahuan dan pengalaman industri yang diperlukan di bidang tertentu. Jika perusahaan Anda kekurangan staf berpengalaman untuk menempatkan lokasi-lokasi ini, ekspansi internasional Anda mungkin menghadapi tantangan. Tantangan ini semakin diperparah ketika terjadi merger atau akuisisi perusahaan.

Sayangnya, tidak semua negara memiliki talenta berkualitas. Sekalipun sumber daya alam berlimpah, namun jika tidak ada

keseimbangan sumber daya manusia, maka produk yang dihasilkan tidak akan maksimal.

19. Logistik dan Infrastruktur

Logistik dan infrastruktur yang tidak efisien atau kurang berkembang dapat menjadi tantangan dalam perdagangan internasional. Transportasi yang tidak dapat diandalkan, kurangnya pasokan energi atau infrastruktur yang buruk dapat mempengaruhi arus barang dan jasa serta meningkatkan biaya operasional. Memahami dan mengelola tantangan-tantangan ini melalui perencanaan logistik yang cermat dan bermitra dengan penyedia layanan logistik yang andal sangatlah penting.

20. Mengelola Tim Global

Tantangan lain dalam bisnis internasional adalah mengelola karyawan yang tinggal di berbagai belahan dunia. Bekerja sebagai sebuah tim dapat menjadi sebuah tantangan mengingat adanya hambatan bahasa, perbedaan budaya, zona waktu dan tingkat ketersediaan dan ketergantungan teknologi yang berbeda-beda.

Kerja keras diperlukan untuk mengembangkan dan mengelola tim internasional yang berhasil. Mengelola tim di seluruh dunia menjadi lebih sulit karena variasi undang-undang bisnis internasional, seperti undang-undang ketenagakerjaan, pengupahan, kepatuhan, perpajakan, hak-hak karyawan, dan ketersediaan teknologi yang beragam.

Untuk menjaga hubungan kerja yang kuat dengan tim di seluruh dunia, perusahaan harus memastikan adanya check-in secara teratur, idealnya melalui platform konferensi video yang memungkinkan komunikasi secara real-time. Menurut berbagai penelitian, karyawan yang sering berbicara dengan manajer mereka tiga kali lebih mungkin untuk tetap fokus pada pekerjaan daripada mereka yang tidak berbicara sama sekali.

Oleh karena itu, komunikasi dan kolaborasi yang baik sangat penting agar karyawan merasa dihargai dan produktif.

21. Tantangan Penggajian

Ekspansi global memiliki konsekuensi. Masalah penggajian dapat meningkat jika tidak ditangani dengan baik. Ingatlah bahwa masalah penggajian global tumbuh seiring dengan

jumlah negara tempat perusahaan beroperasi. Setiap negara memiliki hukum dan peraturan yang berbeda terkait pajak, perencanaan pensiun, dan persyaratan perawatan kesehatan, sehingga mengelola semua faktor ini bisa jadi sangat sulit ketika pindah ke negara baru.

Tetapi Anda tidak perlu khawatir, karena KeroiN memperhitungkan semua faktor ini. Tangani semua penggajian, pajak, tunjangan, dan persyaratan asuransi lokal Anda di seluruh dunia tanpa harus mendirikan kantor lokal di negara tempat Anda mengembangkan bisnis.

5.2.7 Strategi Mengembangkan Ekonomi Go Internasional

Terdapat beberapa strategi yang harus dilakukan untuk mengembangkan Ekonomi Go Internasional sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas produk

Hal pertama yang perlu diperhatikan oleh para pebisnis untuk dapat sukses di dunia internasional adalah kualitas produk yang mereka hasilkan. Kualitas produk yang baik akan berdampak besar pada keberhasilan proyek Anda.

Karena pasar luar negeri cenderung mencari produk yang berkualitas tinggi dan harga yang terjangkau, maka kami sangat selektif terhadap produk yang kami beli. Oleh karena itu, cobalah untuk meningkatkan kualitas produk Anda.

2. Pelajari Selera Pasar

Langkah selanjutnya adalah meneliti preferensi pasar di negara target sebelum memperluas penawaran produk Anda ke luar negeri. Apa saja yang harus Anda pertimbangkan saat meriset preferensi pasar? Banyak hal mulai dari kebutuhan dasar, karakteristik, dan kebiasaan.

Hal ini memungkinkan produk untuk disesuaikan dengan kebutuhan bahan baku di negara target. Anda juga bisa belajar dari pesaing Anda tentang mekanisme pasar yang berlaku di negara tersebut.

3. Pahami negara tersebut

Sebelum memasuki pasar internasional, sangat penting untuk memahami negara yang Anda tuju. Hal ini membutuhkan

penelitian ekstensif tentang budaya, adat istiadat, preferensi konsumen, hukum, peraturan, serta faktor ekonomi dan politik suatu negara. Hal ini akan membantu Anda menyesuaikan produk dan layanan Anda dengan pasar lokal dan menghindari kesalahan yang tidak perlu.

4. Perhatikan Konsistensi Produksi

Selanjutnya, pastikan bahwa perusahaan dapat menjaga konsistensi produksi dan kualitas produk atau layanan saat menyediakan produk atau layanan.

5. Kembangkan strategi pasar yang matang

Pemasaran domestik tidak selalu berhasil di pasar internasional. Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan kebutuhan lokal. Hal ini mencakup rebranding, iklan yang disesuaikan, dan cara berbicara yang mempertimbangkan aspek bahasa, budaya, dan regional.

6. Teliti kebijakan perdagangan ekspor dari negara-negara yang relevan.

Setiap negara memiliki kebijakan dan aturan perdagangan ekspor yang berbeda. Anda perlu memahami aturan-aturan ini agar produk Anda dapat sampai ke pasar sasaran tanpa masalah hukum atau regulasi. Ini termasuk peraturan, lisensi, bea, pajak, dan aturan lain yang terkait dengan perdagangan internasional.

7. Memiliki manajemen yang baik

Sebelum memasuki pasar internasional, pastikan bahwa manajemen perusahaan Anda kuat dan terorganisir. Hal ini mencakup manajemen keuangan yang efektif, tim yang kompeten, sistem akuntansi yang baik, dan struktur organisasi yang sesuai dengan ukuran bisnis internasional Anda. Saat bekerja di luar negeri, manajer yang baik dapat membantu Anda mengatasi masalah.

5.3 Penutup

Bisnis adalah suatu kegiatan atau kegiatan yang dilakukan oleh perorangan atau perusahaan dengan tujuan memperoleh keuntungan melalui berbagai hal seperti produksi, distribusi, jual beli. Dalam berbisnis, ada tujuan yang harus kita perjuangkan, salah

satunya adalah menciptakan lapangan kerja, memperoleh keuntungan, dan memenuhi kebutuhan hidup. dan mencari pengalaman baru.

Tidak mudah membangun perusahaan yang kita jalankan, pasti ada tantangan dalam bisnis ini. Tantangan perdagangan internasional adalah proteksionisme. Ini juga merupakan hambatan perdagangan yang nyata. Proteksionisme mempunyai banyak bentuk seperti anti-penipuan, perlindungan bersubsidi, penerapan tarif dan perizinan wajib impor dari negara mitra. Perdagangan internasional juga dapat menyebabkan perubahan perilaku konsumen. Konflik-konflik ini termasuk kudeta, perang, protes dan kerusuhan. Seperti yang Anda ketahui, hal seperti itu sering terjadi di berbagai negara. Meningkatnya perang dagang antara Tiongkok dan Amerika Serikat merupakan salah satu tantangan yang dihadapi perdagangan internasional. Banyak wilayah di dunia memiliki organisasi yang mencakup negara-negara tertentu, seperti ASEAN. Organisasi ini memiliki aturan mengenai kepentingan bisnis internasional. Adanya kebijakan ini menguntungkan para anggotanya, khususnya negara-negara berkembang. Negara ini bisa lebih mudah menguasai pasar dalam negeri karena persaingan yang kurang kuat. Selain itu, kebijakan ini dinilai kurang efektif karena tidak memberikan peluang bagi negara selain anggota organisasi tersebut untuk melakukan impor barang. Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penting penunjang proses produksi di berbagai industri.

Produk berharga pasti dapat dibuat dengan bantuan sumber daya manusia yang berkualitas. Organisasi ini memiliki keunggulan dalam tenaga kerja yang berbakat dan termotivasi yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang diperlukan dalam bidang tertentu. Sumber daya manusia yang baik tidak tersedia di semua negara, sayangnya. Dalam perdagangan internasional, infrastruktur dan logistik yang tidak efisien atau belum berkembang dapat menjadi masalah. Mengelola karyawan yang tinggal di berbagai belahan dunia adalah tantangan tambahan dalam bisnis internasional. Mengembangkan dan mengelola tim internasional yang sukses membutuhkan kerja keras. Perusahaan harus memastikan check-in rutin, idealnya melalui platform konferensi

video yang memungkinkan komunikasi dalam real-time, untuk mempertahankan hubungan kerja yang kuat dengan tim di seluruh dunia. Karyawan yang berkomunikasi dengan atasannya secara teratur memiliki kemungkinan tiga kali lebih besar untuk berkontribusi pada pekerjaannya dibandingkan dengan karyawan yang tidak berkomunikasi. Oleh karena itu, komunikasi dan kolaborasi yang baik sangat penting agar karyawan merasa dihargai dan produktif. Ekspansi global memiliki konsekuensi; jika tidak ditangani dengan baik, masalah gaji dapat meningkat. Perlu diingat bahwa setiap masalah gaji di seluruh dunia dikalikan dengan jumlah negara yang dilayani oleh perusahaan. Namun, Anda tidak perlu khawatir karena Kerroin memperhatikan setiap aspek.

DAFTAR PUSTAKA

- Tantangan dan Peluang Bisnis Internasional.* (2023). Lspr.ac.id. Diakses pada 23 Desember 2023. <<https://www.lspr.ac.id/tantangan-peluang-bisnis-internasional/> >
- Bisnis Internatinal: Pengertian, tantangan, dan tahapannya.* (2023). Binus.ac.id. Diakses pada 23 Desember 2023. <<https://binus.ac.id/malang/2023/09/bisnis-internasional-pengertian-tantangan-dan-tahapannya/> >
- Tantangan Bisnis Internasional.* (2022). Squad. Diakses pada 24 Desember 2023.<https://www.skuad-io.translate.goog/blog/international-business-challenges?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc >
- 5 Common Challenges of International Business You Should Consider.* (2020). Hbs.edu. Diakses pada 26 Desember 2023. <<https://online.hbs.edu/blog/post/challenges-of-international-business> >
- Internatinal Business Challenges.* (2023). Usemultiplier.com. Diakses pada 26 Desember 2023.<<https://www.usemultiplier.com/blog/challenges-in-international-business> >
- Bisnis Internasional: Pengertian, Hambatan & Tahapan Memulai.* (2023). Ocbc.id. Diakses pada 27 Desember 2023. <<https://www.ocbc.id/id/article/2023/11/30/bisnis-internasional-adalah> >
- Manfaat Bisnis Internasional bagi Perusahaan dan Negara.* (2023). Kumparan.com. Diakses pada 27 Desember 2023. < <https://m.kumparan.com/amp/berita-bisnis/manfaat-bisnis-internasional-bagi-perusahaan-dan-negara217Yt86AtYx>>
- Tahapan Bisnis Internasional.* (2020). Scribd.com. Diakses pada tanggal 28 Desember 2023. <<https://id.scribd.com/document/479564981/tahapan-bisnis-internasional> >

- Mengenal Bisnis Internasional, Manfaat dan Tips Suksesnya.* (2023). Bee.id. Diakses pada 28 Desember 2023. <
<https://www.bee.id/blog/mengenal-bisnis-internasional-manfaat-dan-tips-suksesnya/> >
- 6 *Cara dan Strategi Memasuki Pasar Internasional.* (2023). Pintu.co.id. Diakses pada 28 Desember 2023. <
<https://pintu.co.id/blog/cara-memasuki-pasar-internasional> >
- Burnett, John. 6.5:The Stages of Going International.* n.d. biz-libretexts-org. Diakses pada 28 Desember 2023. <
[https://biz-libretexts-org.translate.goog/Bookshelves/Marketing/Introducing_Marketing_\(Burnett\)/06%3A_Marketing_in_Global_Markets/6.05%3A_The_stages_of_going_international?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc](https://biz-libretexts-org.translate.goog/Bookshelves/Marketing/Introducing_Marketing_(Burnett)/06%3A_Marketing_in_Global_Markets/6.05%3A_The_stages_of_going_international?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc) >
- 6 *Cara Memasuki pasar Global yang Bisa Dilakukan.* (2022). greatnusa.com. Diakses pada 28 Desember 2023. <
<https://greatnusa.com/artikel/cara-memasuki-pasar-global/> >
- Fauziyah, Rosyda Nur. *Perdagangan Internasional: Pengertian, Tujuan, Manfaat dan Contohnya.* (2021). Gramedia.com. Diakses pada 28 Desember 2023. <
<https://www.gramedia.com/literasi/perdagangan-internasional/> >
- Nuraini. *Manfaat Perdagangan internasional, Tujuan, dan Faktor Pendorongnya.* (2023). m.bisnis.com. <
<https://m.bisnis.com/amp/read/20230521/620/1657676/manfaat-perdagangan-internasional-tujuan-dan-faktor-pendorongnya> >

BAB 6

NERACA PEMBAYARAN

INTERNASIONAL

Oleh Abdurohim

6.1 Pendahuluan

Neraca Pembayaran (*Balance of Payments*, BOP) adalah laporan sistematis yang mencatat semua transaksi ekonomi yang terjadi antara penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain dalam jangka waktu tertentu, umumnya satu tahun. BOP mencerminkan kegiatan ekonomi suatu negara dalam konteks global, mencatat semua arus masuk dan keluar dana, baik dalam bentuk transaksi perdagangan barang dan jasa, transfer pendapatan dari investasi, maupun transfer unilateralis seperti remitansi dari pekerja migran dan bantuan asing. Dengan mencatat semua aktivitas ekonomi internasional ini, BOP menyediakan gambaran menyeluruh tentang posisi ekonomi suatu negara di dunia (Bolt dkk., 2022).

Dalam konteks perdagangan barang dan jasa, BOP mencatat nilai total ekspor dan impor. Ekspor barang dan jasa membawa arus masuk dana ke dalam negeri, sementara impor menyebabkan arus keluar dana ke luar negeri. Dengan demikian, neraca perdagangan yang merupakan bagian dari BOP mencerminkan keseimbangan antara ekspor dan impor. Surplus dalam neraca perdagangan berarti suatu negara mengekspor lebih banyak barang dan jasa daripada yang diimpornya, yang biasanya menunjukkan daya saing ekonomi yang kuat (Agbanyo dkk., 2023). Sebaliknya, defisit perdagangan menunjukkan bahwa negara tersebut lebih banyak mengimpor daripada mengekspor, yang bisa menjadi indikator ketergantungan pada barang asing.

BOP juga mencakup pendapatan yang diperoleh dari investasi luar negeri, seperti dividen, bunga, dan laba yang dikirim pulang oleh perusahaan multinasional (Diawati dkk., 2023). Pendapatan ini,

yang disebut pendapatan primer, mencerminkan kemampuan ekonomi suatu negara untuk menghasilkan pendapatan dari aset yang dimiliki di luar negeri. Sebagai contoh, negara yang memiliki investasi signifikan di luar negeri akan mencatat arus masuk pendapatan primer, yang dapat membantu menyeimbangkan defisit dalam perdagangan barang dan jasa. Oleh karena itu, pendapatan primer menjadi komponen penting dalam analisis BOP.

Transfer unilateralis, seperti remitansi dari pekerja migran dan bantuan asing, juga merupakan bagian dari BOP. Transfer ini tidak melibatkan pertukaran barang atau jasa, tetapi tetap memainkan peran penting dalam stabilitas ekonomi suatu negara. Remitansi, misalnya, adalah sumber pendapatan utama bagi banyak negara berkembang dan sering kali digunakan untuk mendukung konsumsi domestik dan investasi. Bantuan asing, di sisi lain, dapat membantu negara yang menghadapi krisis ekonomi atau bencana alam untuk menstabilkan ekonominya (Carnegie dkk., 2022).

Salah satu indikator utama yang disajikan oleh BOP adalah bagaimana suatu negara berinteraksi dengan ekonomi global. Dalam dunia yang semakin terhubung, perubahan dalam BOP dapat mencerminkan perubahan pola perdagangan internasional, aliran investasi, dan kebijakan ekonomi global. Misalnya, peningkatan defisit dalam BOP dapat menunjukkan bahwa suatu negara semakin bergantung pada impor atau mengalami penurunan daya saing ekspor. Sebaliknya, peningkatan surplus mungkin menunjukkan peningkatan permintaan internasional terhadap barang dan jasa negara tersebut (Cuevas Valenzuela dkk., 2023).

BOP (Cao dkk., 2023) adalah alat penting bagi pemerintah dan analis ekonomi untuk memahami kekuatan dan kelemahan ekonomi suatu negara. Analisis yang tepat atas BOP dapat membantu mengidentifikasi ketidakseimbangan ekonomi dan mengarahkan kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing internasional, menstabilkan nilai tukar mata uang, dan menjaga stabilitas ekonomi secara keseluruhan. Misalnya, jika defisit BOP terus meningkat, pemerintah mungkin perlu mempertimbangkan kebijakan devaluasi mata uang atau insentif untuk meningkatkan ekspor.

Komponen utama BOP terdiri dari akun berjalan (*current account*) dan akun modal dan finansial (*capital and financial account*). Akun berjalan mencakup transaksi barang dan jasa, pendapatan primer, dan transfer unilateralis. Ini mencerminkan interaksi ekonomi sehari-hari suatu negara dengan dunia luar. Akun modal dan finansial, di sisi lain, mencakup investasi asing langsung, investasi portofolio, dan perubahan cadangan devisa. Komponen ini mencerminkan arus investasi jangka panjang dan penyesuaian finansial lainnya yang mempengaruhi ekonomi suatu negara (Acquah dkk., 2024).

Perubahan dalam akun-akun BOP dapat mencerminkan berbagai dinamika ekonomi. Misalnya, peningkatan arus investasi asing langsung ke dalam suatu negara dapat menunjukkan kepercayaan investor terhadap prospek ekonomi negara tersebut. Sebaliknya, peningkatan arus keluar investasi mungkin menunjukkan ketidakpastian atau risiko yang lebih tinggi. Demikian pula, perubahan dalam cadangan devisa dapat menunjukkan upaya bank sentral untuk mempertahankan stabilitas nilai tukar atau menanggulangi krisis ekonomi (Adetuyi dkk., 2024).

Analisis BOP (*Balance of Payments*) memiliki peran yang sangat krusial dalam mengevaluasi posisi ekonomi suatu negara di tengah perekonomian global. Sebagai catatan komprehensif yang mencakup semua transaksi ekonomi antara penduduk domestik dan luar negeri, BOP memberikan indikasi tentang bagaimana arus barang, jasa, dan modal berinteraksi dalam suatu perekonomian. Ini tidak hanya melibatkan data kuantitatif tentang ekspor, impor, dan investasi, tetapi juga mencerminkan kebijakan ekonomi yang diadopsi oleh pemerintah. Sebagai contoh, surplus atau defisit dalam BOP dapat memberikan gambaran mengenai keberhasilan atau kegagalan strategi perdagangan dan kebijakan moneter yang diterapkan (Bagis, 2022).

Lebih dari sekadar catatan statistik, BOP adalah cerminan langsung dari kondisi pasar internasional dan dinamika perdagangan global. Ketika suatu negara mengalami perubahan dalam neraca pembayarannya, hal itu seringkali mencerminkan pergeseran dalam daya saing global, perubahan harga komoditas, atau bahkan perubahan preferensi konsumen internasional.

Misalnya, defisit dalam akun berjalan mungkin menunjukkan ketergantungan tinggi pada impor atau kelemahan dalam ekspor, sementara surplus mungkin menunjukkan keunggulan kompetitif yang kuat. Dengan demikian, analisis yang cermat atas BOP dapat membantu mengidentifikasi tren dan pola yang mendasar dalam perekonomian global (Aysan & Kayani, 2022).

Memahami komponen-komponen BOP dan bagaimana berubah dari waktu ke waktu memungkinkan pemerintah dan pembuat kebijakan untuk merumuskan strategi yang lebih efektif dalam menghadapi tantangan ekonomi. Misalnya, jika suatu negara mengalami defisit BOP yang terus-menerus, mungkin diperlukan tindakan korektif seperti devaluasi mata uang untuk meningkatkan daya saing ekspor, atau pembatasan impor untuk mengurangi arus keluar mata uang asing. Di sisi lain, surplus BOP dapat digunakan untuk memperkuat cadangan devisa, yang dapat memberikan perlindungan terhadap guncangan ekonomi eksternal dan stabilitas keuangan yang lebih baik. Kebijakan yang dirancang berdasarkan analisis BOP memungkinkan negara untuk meningkatkan daya saing internasionalnya dan mencapai stabilitas ekonomi yang berkelanjutan (Acquah dkk., 2024).

Pada akhirnya, BOP adalah salah satu alat yang paling penting dan komprehensif dalam ekonomi internasional, yang menyediakan wawasan mendalam tentang interaksi ekonomi suatu negara dengan dunia luar. Ini mencerminkan kekuatan ekonomi yang mendasarinya dan memberikan indikasi awal tentang potensi masalah yang perlu ditangani. Dalam era globalisasi yang cepat berubah, di mana arus modal dan perdagangan lintas batas semakin intensif, pemahaman yang mendalam tentang BOP dan kemampuannya untuk dikelola dengan efektif adalah kunci untuk menjaga stabilitas dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Bagi pembuat kebijakan, analisis ekonomi, dan pemangku kepentingan lainnya, BOP bukan hanya alat pengukuran, tetapi juga panduan strategis untuk navigasi di lautan kompleksitas ekonomi global (Fan & Wang, 2024).

6.2 Struktur dan Komponen Neraca Pembayaran

Akun berjalan adalah salah satu komponen utama dalam neraca pembayaran dan memainkan peran penting dalam menggambarkan kondisi ekonomi suatu negara. Akun ini mencakup beberapa sub-komponen yang mencerminkan transaksi ekonomi yang terjadi antara suatu negara dengan mitra dagangnya di luar negeri. Salah satu sub-komponen utama dari akun berjalan adalah neraca barang dan jasa, yang mengukur nilai total ekspor dan impor barang serta jasa. Ketika nilai ekspor barang dan jasa suatu negara lebih tinggi daripada nilai impornya, negara tersebut mengalami surplus perdagangan, yang seringkali dianggap sebagai indikator kesehatan ekonomi yang baik (Ebeling, 2020). Sebaliknya, defisit perdagangan terjadi ketika nilai impor melebihi ekspor, yang dapat mengindikasikan ketergantungan yang tinggi pada produk asing atau kurangnya daya saing di pasar internasional (Barros dkk., 2024).

Selain neraca barang dan jasa, akun berjalan juga mencakup pendapatan primer, yang mencerminkan aliran pendapatan dari investasi luar negeri. Pendapatan ini meliputi dividen dari kepemilikan saham, bunga dari pinjaman dan obligasi, serta pendapatan lain yang diperoleh dari aset yang dimiliki di luar negeri. Pendapatan primer juga mencakup gaji yang diperoleh oleh warga negara domestik yang bekerja di luar negeri. Komponen ini penting karena mencerminkan kemampuan suatu negara untuk menghasilkan pendapatan dari investasinya di luar negeri, yang pada gilirannya dapat membantu menyeimbangkan defisit perdagangan barang dan jasa (Dachito Chigeto, 2024).

Sub-komponen lain dari akun berjalan adalah pendapatan sekunder, yang sering kali disebut sebagai transfer unilateralis. Transfer ini mencakup bantuan internasional, remitansi yang dikirim oleh pekerja migran kepada keluarga di negara asal, dan transfer lain yang dilakukan tanpa imbalan langsung. Dalam banyak kasus, terutama di negara-negara berkembang, remitansi dari pekerja migran menjadi sumber pendapatan yang signifikan bagi ekonomi domestik. Transfer ini membantu meningkatkan daya beli dan konsumsi di dalam negeri, serta dapat berfungsi sebagai

mekanisme stabilisasi ekonomi dalam menghadapi guncangan eksternal atau krisis ekonomi (Lombana-Coy dkk., 2022).

Keseluruhan transaksi yang dicatat dalam akun berjalan memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana suatu negara memperoleh pendapatan dari luar negeri dan bagaimana pendapatan tersebut dibelanjakan. Dengan menganalisis akun berjalan, pembuat kebijakan dapat memahami pola perdagangan, arus pendapatan dari investasi, dan transfer dana internasional yang mempengaruhi perekonomian domestik. Informasi ini sangat berharga dalam merumuskan kebijakan ekonomi yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing internasional, mengurangi ketergantungan pada impor (Amin dkk., 2024), dan memperkuat posisi keuangan negara di pasar global. Dengan demikian, akun berjalan tidak hanya mencerminkan kondisi ekonomi saat ini, tetapi juga memberikan wawasan tentang potensi tantangan dan peluang di masa depan.

6.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Neraca Pembayaran

Banyak faktor yang mempengaruhi neraca pembayaran suatu negara, dan faktor-faktor ini dapat dikategorikan sebagai faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal biasanya mencakup elemen-elemen yang berada di luar kendali langsung pemerintah suatu negara, seperti fluktuasi harga komoditas di pasar internasional. Harga komoditas yang berubah-ubah dapat memiliki dampak besar pada neraca pembayaran, terutama bagi negara-negara yang sangat bergantung pada ekspor atau impor komoditas tertentu. Misalnya, kenaikan harga minyak global dapat memperburuk defisit neraca pembayaran bagi negara-negara pengimpor minyak karena biaya impor yang lebih tinggi. Sebaliknya, bagi negara pengekspor minyak, kenaikan harga minyak dapat meningkatkan surplus neraca pembayaran (Bölükbaşı & Civcir, 2024).

Selain harga komoditas, kondisi ekonomi global juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap neraca pembayaran suatu negara. Peristiwa ekonomi global, seperti resesi atau pertumbuhan ekonomi yang cepat di negara-negara mitra dagang utama, dapat

secara langsung mempengaruhi permintaan terhadap ekspor suatu negara. Misalnya, ketika ekonomi global mengalami resesi, permintaan untuk produk ekspor dapat menurun drastis, mengakibatkan penurunan penerimaan ekspor dan potensi defisit dalam neraca pembayaran. Sebaliknya, ketika ekonomi global tumbuh, permintaan untuk produk ekspor cenderung meningkat (Akter dkk., 2024), yang dapat memperbaiki surplus neraca pembayaran. Perubahan dalam kebijakan perdagangan internasional, seperti tarif dan kuota, juga dapat mempengaruhi akses pasar suatu negara, sehingga berdampak pada neraca pembayaran.

Di sisi lain, faktor internal, terutama kebijakan ekonomi dalam negeri, memainkan peran penting dalam menentukan kondisi neraca pembayaran suatu negara. Kebijakan fiskal dan moneter yang diterapkan oleh pemerintah dapat memengaruhi berbagai aspek ekonomi, termasuk nilai tukar mata uang, inflasi, dan daya saing produk domestik di pasar internasional. Misalnya, kebijakan moneter yang longgar, seperti penurunan suku bunga, dapat menyebabkan pelemahan nilai tukar mata uang, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing ekspor karena produk menjadi lebih murah bagi pembeli luar negeri. Di sisi lain, kebijakan fiskal yang ketat mungkin diperlukan untuk mengendalikan defisit perdagangan dan menyeimbangkan neraca pembayaran (Abdulai dkk., 2024).

Faktor politik juga memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi neraca pembayaran. Stabilitas pemerintahan, kebijakan perdagangan, dan hubungan diplomatik dapat memengaruhi aliran modal masuk dan keluar dari suatu negara. Misalnya, ketidakstabilan politik atau ketidakpastian dalam kebijakan pemerintah dapat mengurangi kepercayaan investor asing, sehingga menghambat aliran investasi masuk dan berpotensi menyebabkan defisit dalam akun modal. Sebaliknya, kebijakan perdagangan yang proaktif dan stabilitas politik yang kuat dapat menarik investasi asing langsung dan portofolio, yang dapat membantu menyeimbangkan neraca pembayaran. Dengan demikian, memahami dan mengelola faktor-faktor ini secara efektif

sangat penting untuk menjaga stabilitas ekonomi dan keuangan suatu negara di pasar global yang dinamis (Abdolmaleki dkk., 2023).

6.4 Implikasi dan Analisis Neraca Pembayaran

Surplus atau defisit dalam neraca pembayaran (*Balance of Payments*, BOP) memiliki implikasi ekonomi yang sangat penting dan dapat memengaruhi berbagai aspek ekonomi suatu negara. Surplus dalam BOP berarti bahwa suatu negara mengekspor lebih banyak barang dan jasa daripada yang diimpornya, yang sering kali diinterpretasikan sebagai tanda ekonomi yang kuat dan kompetitif di tingkat global. Negara yang mengalami surplus BOP memiliki pendapatan yang lebih tinggi dari ekspor dibandingkan pengeluaran untuk impor, yang dapat memperkuat posisi ekonomi negara tersebut. Surplus ini juga dapat meningkatkan cadangan devisa negara, yang dapat digunakan untuk stabilisasi nilai tukar mata uang dan sebagai penyangga terhadap guncangan ekonomi eksternal (Ebeling, 2020).

Namun, surplus yang berkelanjutan juga bisa membawa implikasi negatif. Salah satu dampaknya adalah apresiasi mata uang, yang terjadi ketika permintaan terhadap mata uang domestik meningkat akibat aliran masuk dana dari hasil ekspor. Apresiasi mata uang ini dapat membuat barang dan jasa domestik menjadi lebih mahal di pasar internasional, yang pada gilirannya dapat mengurangi daya saing ekspor negara tersebut. Dalam jangka panjang, apresiasi yang berlebihan dapat menekan pertumbuhan ekonomi dengan melemahkan sektor ekspor, mengurangi pendapatan dari perdagangan internasional, dan memperburuk neraca perdagangan (Truong & Van Vo, 2023).

Di sisi lain, defisit dalam BOP menunjukkan bahwa negara tersebut mengimpor lebih banyak barang dan jasa daripada yang diekspornya, yang bisa menjadi tanda ketergantungan tinggi pada barang impor atau kurangnya daya saing industri lokal. Defisit ini mungkin mencerminkan kekuatan konsumsi domestik, di mana permintaan untuk barang dan jasa impor tinggi. Namun, defisit yang berkelanjutan juga bisa menandakan masalah struktural dalam perekonomian, seperti ketidakmampuan industri lokal untuk memenuhi permintaan domestik atau kurangnya diversifikasi

ekonomi (Abuzayed & Al-Fayoumi, 2023). Ketergantungan yang berlebihan pada impor bisa membuat negara rentan terhadap fluktuasi harga dan pasokan barang dari luar negeri.

Defisit BOP juga dapat berdampak negatif pada stabilitas ekonomi, terutama terkait dengan nilai tukar mata uang dan cadangan devisa. Negara yang menghadapi defisit yang berkelanjutan mungkin harus menggunakan cadangan devisa untuk menutupi kekurangan tersebut, yang pada akhirnya dapat mengurangi stabilitas keuangan negara. Jika cadangan devisa mulai menipis, negara mungkin terpaksa mencari pinjaman dari pasar internasional atau lembaga keuangan internasional, yang dapat meningkatkan beban utang dan mempengaruhi kedaulatan ekonomi. Oleh karena itu, manajemen neraca pembayaran yang hati-hati dan terencana sangat penting untuk memastikan stabilitas ekonomi jangka panjang dan menjaga kepercayaan investor internasional. Mengelola surplus dan defisit dengan bijak membantu menciptakan keseimbangan ekonomi yang mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan dan stabilitas keuangan (Allen dkk., 2022).

6.5 Studi Kasus: Analisis Neraca Pembayaran di Beberapa Negara

Analisis neraca pembayaran Amerika Serikat menunjukkan adanya defisit perdagangan yang berkelanjutan, yang sebagian besar disebabkan oleh ketergantungan negara tersebut pada impor barang konsumen dan bahan baku. Amerika Serikat adalah salah satu negara dengan tingkat konsumsi tertinggi di dunia, dan permintaan terhadap produk-produk seperti elektronik, pakaian, dan kendaraan bermotor sangat besar. Ketergantungan pada impor ini mencerminkan kemampuan negara untuk memenuhi kebutuhan konsumen domestik melalui barang-barang impor, yang mengarah pada defisit perdagangan yang terus-menerus. Defisit ini sering kali dipandang sebagai kelemahan karena menunjukkan bahwa negara lebih banyak membeli dari luar negeri daripada menjual produk-produknya di pasar internasional (Damanik dkk., 2023).

Namun, beberapa ekonom berpendapat bahwa defisit perdagangan Amerika Serikat juga mencerminkan aspek-aspek

positif dari ekonomi negara tersebut. Kekuatan dolar AS sebagai mata uang cadangan global memungkinkan Amerika Serikat untuk mempertahankan defisit perdagangan yang besar tanpa mengalami krisis mata uang. Dolar yang kuat menarik investasi asing langsung (Foreign Direct Investment, FDI) dan investasi portofolio dari seluruh dunia, yang membantu menutupi defisit perdagangan ini. Investasi ini tidak hanya memperkuat nilai dolar tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi domestik dengan menciptakan lapangan kerja dan memperkuat infrastruktur keuangan. Dengan demikian, meskipun defisit perdagangan menunjukkan ketergantungan pada impor, Amerika Serikat tetap menjadi magnet investasi global (Carbó-Valverde dkk, 2020).

Sebaliknya, Tiongkok sering mengalami surplus dalam neraca pembayaran, yang sebagian besar disebabkan oleh surplus perdagangan yang signifikan. Dalam beberapa dekade terakhir, Tiongkok telah berfokus pada industrialisasi cepat dan meningkatkan kapasitas manufakturnya untuk memenuhi permintaan global. Strategi ekspor yang agresif, didukung oleh kebijakan pemerintah yang pro-ekspor dan lingkungan bisnis yang kompetitif, telah menjadikan Tiongkok sebagai salah satu eksportir terbesar di dunia. Produk-produk seperti elektronik, tekstil, dan barang-barang manufaktur lainnya mendominasi pasar internasional, menciptakan surplus perdagangan yang besar dan mendukung posisi neraca pembayaran Tiongkok.

Namun, surplus perdagangan dan strategi ekspor agresif Tiongkok juga menimbulkan ketegangan di arena internasional, terutama dengan Amerika Serikat. Ada kritik yang beredar bahwa Tiongkok menggunakan praktik perdagangan yang tidak adil, seperti manipulasi mata uang dan subsidi industri, yang memberi keuntungan tidak adil bagi produk-produk Tiongkok di pasar global. Amerika Serikat dan negara-negara lain telah menuduh Tiongkok memanfaatkan kebijakan ini untuk mengikis daya saing industri domestik di negara-negara mitra dagang. Ketegangan ini memuncak dalam bentuk perang dagang antara kedua negara, yang melibatkan penerapan tarif yang saling menghambat dan peraturan perdagangan yang lebih ketat. Perbandingan antara Amerika Serikat dan Tiongkok menunjukkan bagaimana strategi ekonomi yang

berbeda—ketergantungan pada impor versus orientasi ekspor—dapat memengaruhi neraca pembayaran dan menciptakan dinamika yang kompleks dalam hubungan ekonomi internasional (Shahbaz dkk., 2021).

6.6 Kebijakan Ekonomi untuk Menjaga Keseimbangan Neraca Pembayaran

Untuk mengatasi defisit neraca pembayaran, negara-negara sering kali menerapkan berbagai strategi kebijakan ekonomi. Penyesuaian fiskal dan moneter sering digunakan untuk mengurangi defisit. Misalnya, devaluasi mata uang dapat membuat ekspor lebih kompetitif dan impor lebih mahal, yang pada akhirnya membantu mempersempit defisit perdagangan. Selain itu, kebijakan pengetatan moneter dapat menurunkan permintaan domestik untuk barang impor (Bölükbaşı & Civcir, 2024).

Promosi ekspor dan substitusi impor juga merupakan bagian dari strategi untuk mencapai keseimbangan neraca pembayaran. Pemerintah dapat memberikan insentif kepada industri lokal untuk meningkatkan produksi dan kualitas barang yang dapat diekspor. Selain itu, kebijakan yang mendorong inovasi dan diversifikasi ekonomi dapat membantu negara mengurangi ketergantungan pada impor dan memperkuat daya saing di pasar internasional. Peran lembaga internasional seperti IMF dan Bank Dunia sering kali penting dalam menyediakan dukungan keuangan dan kebijakan bagi negara-negara yang menghadapi masalah neraca pembayaran (Bölükbaşı & Civcir, 2024).

6.7 Masa Depan Neraca Pembayaran dalam Ekonomi Global

Dalam era globalisasi, neraca pembayaran menjadi semakin kompleks dengan adanya arus modal yang cepat dan lintas batas. Kemajuan teknologi dan digitalisasi juga telah mengubah cara transaksi internasional dilakukan, memperkenalkan tantangan baru dan peluang dalam pengelolaan BOP. Perusahaan e-commerce global (Abu Elbeh, 2024), misalnya, mempengaruhi arus masuk dan

keluar modal dengan cara yang belum pernah terjadi sebelumnya, yang membutuhkan pengawasan dan regulasi yang lebih ketat.

Di masa depan, tantangan lain yang dihadapi neraca pembayaran termasuk proteksionisme dan ketidakpastian ekonomi global. Perang dagang dan kebijakan proteksionis dapat mempengaruhi arus perdagangan dan investasi secara signifikan. Selain itu, peristiwa ekonomi yang tidak terduga, seperti krisis keuangan global, dapat memiliki dampak besar pada stabilitas neraca pembayaran negara. Oleh karena itu, kebijakan ekonomi yang adaptif dan berbasis data akan menjadi kunci dalam mengelola neraca pembayaran di era yang dinamis ini (Idrus dkk., 2023).

6.8 Kesimpulan

Bab ini telah memberikan gambaran menyeluruh tentang konsep dan pentingnya neraca pembayaran internasional, yang sering disebut sebagai Balance of Payments (BOP), dalam konteks perekonomian global. BOP tidak hanya mencerminkan arus barang, jasa, dan modal antara suatu negara dengan negara lain, tetapi juga memberikan gambaran tentang kekuatan dan kelemahan ekonomi negara tersebut. Dengan menganalisis BOP, kita dapat melihat bagaimana sebuah negara berinteraksi dengan perekonomian global, baik dalam hal perdagangan barang dan jasa maupun dalam hal aliran investasi. Pemahaman yang mendalam tentang BOP memungkinkan pembuat kebijakan dan ekonom untuk menilai posisi ekonomi suatu negara dan menentukan kebijakan yang tepat untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi (Ren dkk., 2023).

Memahami komponen-komponen dalam BOP, seperti akun berjalan, akun modal, dan akun finansial, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya, adalah kunci untuk menginterpretasikan data ekonomi yang disajikan oleh BOP. Misalnya, faktor eksternal seperti fluktuasi harga komoditas dan kondisi ekonomi global dapat mempengaruhi neraca pembayaran suatu negara. Begitu juga dengan kebijakan domestik yang mencakup kebijakan fiskal, moneter, dan perdagangan yang dapat memengaruhi arus masuk dan keluar modal. Dengan menganalisis bagaimana faktor-faktor ini berinteraksi, pembaca dapat memperoleh wawasan yang lebih

dalam tentang dinamika ekonomi internasional dan potensi risiko serta peluang yang dihadapi oleh suatu negara (Liu dkk., 2023).

Neraca pembayaran tidak hanya berfungsi sebagai alat statistik untuk mencatat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai alat kebijakan yang vital dalam pengambilan keputusan ekonomi. Pemerintah dan pembuat kebijakan dapat menggunakan data dari BOP untuk merumuskan kebijakan yang mendukung stabilitas ekonomi, seperti penyesuaian nilai tukar, kebijakan fiskal yang lebih bijak, atau strategi promosi ekspor. Misalnya, jika analisis BOP menunjukkan defisit yang berkelanjutan, langkah-langkah korektif seperti pengendalian impor atau dorongan untuk meningkatkan ekspor mungkin perlu diterapkan untuk mengembalikan keseimbangan ekonomi. Oleh karena itu, BOP menjadi instrumen penting dalam perumusan kebijakan ekonomi yang efektif dan berkelanjutan (Sun, 2024).

Kesimpulannya, pengelolaan neraca pembayaran yang efektif memerlukan pendekatan kebijakan ekonomi yang komprehensif dan adaptif terhadap perubahan dinamika ekonomi global. Pemerintah dan pembuat kebijakan harus terus memantau perubahan dalam BOP dan siap menyesuaikan strategi untuk memastikan keseimbangan neraca pembayaran. Hal ini tidak hanya penting untuk menjaga stabilitas ekonomi domestik, tetapi juga untuk memperkuat daya saing internasional. Pengetahuan yang mendalam tentang BOP juga menjadi aset penting bagi para profesional bisnis dan investor dalam membuat keputusan strategis terkait perdagangan internasional dan investasi, karena perlu memahami bagaimana arus global barang, jasa, dan modal dapat mempengaruhi operasi dan peluang investasi. Dengan demikian, BOP menjadi pilar penting dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif (Gateri & K'Akumu, 2023).

DAFTAR PUSTAKA

- Abdolmaleki, H., Pizzo, A. D., Baker, B. J., Mahmoudi, A., & Ghahfarokhi, E. A. (2023). Esports in Emerging Markets: A Balanced Scorecard Approach to LAN Gaming Centers in Iran. *Journal of Global Sport Management*. Scopus. <https://doi.org/10.1080/24704067.2023.2261444>
- Abdulai, M. G., Dary, S. K., & Domanban, P. B. (2024). Adoption of digital payment platforms and trade credit activities among informal firms in Ghana. *Heliyon*, 10(11). Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e32302>
- Abu Elbeh, I. M. (2024). E-Commerce and Digital Currencies Risk Management Challenges. Dalam *Studies in Systems, Decision and Control* (Vol. 489, hlm. 343–354). Scopus. https://doi.org/10.1007/978-3-031-36895-0_28
- Abuzayed, B., & Al-Fayoumi, N. (2023). Diversification and hedging strategies of green bonds in financial asset portfolios during the COVID-19 pandemic. *Applied Economics*, 55(36), 4228–4238. Scopus. <https://doi.org/10.1080/00036846.2022.2128178>
- Acquah, I. S. K., Quaicoe, J., & Gatsi, J. G. (2024). Modelling circular economy capabilities and sustainable manufacturing practices for environmental performance: Assessing linear (PLS-SEM) and non-linear (fsQCA) effects. *Technological Forecasting and Social Change*, 205, 123501. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123501>
- Adetuyi, A., Adebowale, A., Olamide, O., Uche-Ugwu, C. M., & Borode, D. (2024). Housing Crisis in England: A Comparative Policy Paper on the Ministry of Housing, Communities and Local Government (MHCLG). *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 21, 1055–1063. Scopus. <https://doi.org/10.37394/23207.2024.21.88>
- Agbanyo, G. K., Ofori, C., Prah, G. J., & Chin, T. (2023). Exploring the energy–economy–environment paradox through Yin–Yang harmony cognition. *Heliyon*, 9(9), e19864. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19864>

- Akter, T., Ratna, T. S., Ahmed, F., Babu, Md. A., & Hossain, S. F. A. (2024). Forecasting and Unveiling the Impeded Factors of Total Export of Bangladesh using nonlinear Autoregressive Distributed Lag and Machine Learning Algorithms. *Heliyon*, e36274. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e36274>
- Allen, K. D., Whitledge, M. D., & Winters, D. B. (2022). Community bank liquidity: Natural disasters as a natural experiment. *Journal of Financial Stability*, 60. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.jfs.2022.101002>
- Amin, S. B., Jamasb, T., Khan, F., & Nepal, R. (2024). Electricity Access, Gender Disparity, and Renewable Energy Adoption Dynamics: The Case of Mountain Areas of Bangladesh. *Economics of Energy and Environmental Policy*, 13(1), 155–172. Scopus. <https://doi.org/10.5547/2160-5890.13.1.sami>
- Aysan, A. F., & Kayani, F. N. (2022). China's transition to a digital currency does it threaten dollarization? *Asia and the Global Economy*, 2(1). Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.aglobe.2021.100023>
- Bagis, B. (2022). Digital Currencies and Monetary Policy in the New Era. *Insight Turkey*, 24(3), 189–211. Scopus. <https://doi.org/10.25253/99.2022243.12>
- Barros, T. S., Cárdenas, J., & Hott, A. R. (2024). Shortening the distance between firms for M&A: the influence of small-world network structure on mergers and acquisitions. *International Journal of Emerging Markets*, 19(6), 1521–1541. Scopus. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-11-2021-1792>
- Bolt, W., Lubbersen, V., & Wierds, P. (2022). Getting the balance right: Crypto, stablecoin and central bank digital currency. *Journal of Payments Strategy and Systems*, 16(1), 39–50. Scopus.
- Bölükbaşı, H., & Civcir, I. (2024). Imported Inputs, Balance of Payments and Economic Growth: A model and a test on the case of Turkey. *Structural Change and Economic*

- Dynamics*, 70, 319–332.
<https://doi.org/10.1016/j.strueco.2024.02.013>
- Cao, Q., Zhu, T., Yu, W., & Tan, H. (2023). Off-balance sheet business development and bank efficiency: A financial innovation matching perspective. *Heliyon*, 9(6), e16093. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16093>
- Carbó-Valverde, S., Cuadros-Solas, P. J., & Rodríguez-Fernández, F. (2020). The Effect of Banks' IT Investments on the Digitalization of their Customers. *Global Policy*, 11(S1), 9–17. Scopus. <https://doi.org/10.1111/1758-5899.12749>
- Carnegie, A., Howe, K., Lichtenheld, A., & Mukhopadhyay, D. (2022). The effects of foreign aid on rebel governance: Evidence from a large-scale US aid program in Syria. *Economics and Politics*, 34(1), 41–66. Scopus. <https://doi.org/10.1111/ecpo.12178>
- Cuevas Valenzuela, H., Torres-Salinas, R., Grosser, G., Félez-Bernal, J., & Budrovich, J. (2023). Port-city symbiosis and uneven development: A critical essay on forestry exports and maritime trade from Coronel, Chile. *Maritime Economics and Logistics*, 25(2), 381–405. Scopus. <https://doi.org/10.1057/s41278-022-00246-6>
- Dachito Chigeto, A. (2024). Relative responses of trade in goods and services to currency devaluation: Evidence from Ethiopia. *Heliyon*, 10(9), e30223. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e30223>
- Damanik, H. M., Musran Munizu, Slamet Riyadi, Abdurrohim, & Ilham. (2023). The Effect of Empowerment, Work Environment and Work Motivation on Satisfaction of Credit Union Employees. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(3), 736–740. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i3.1131>
- Diawati, P., Weraman, P., Destiana, R., Nasution, M. A., & Abdurrohim, A. (2023). The Analysis Role of Profitability as Moderating Variable in Relationship Between Free Cash Flow, Managerial Ownership, Dividend Policy and Opportunity Investment. *Journal of Economic, Bussines*

- and Accounting (COSTING)*, 6(2), 2193–2205.
<https://doi.org/10.31539/costing.v6i2.6107>
- Ebeling, F. (2020). Chapter 3—Assessing the macroeconomic effects of sustainable energy transitions in Costa Rica and Chile: A multisectoral balance-of-payments-constrained growth approach. Dalam L. Noura Guimarães (Ed.), *The Regulation and Policy of Latin American Energy Transitions* (hlm. 39–58). Elsevier.
<https://doi.org/10.1016/B978-0-12-819521-5.00003-6>
- Fan, L., & Wang, D. (2024). Natural resource efficiency and green economy: Key takeaways on clean energy, globalization, and innovations in BRICS countries. *Resources Policy*, 88. Scopus.
<https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2023.104382>
- Gateri, C. W., & K'Akumu, O. A. (2023). Highway engineering and land use change in peri-urban Nairobi: Assessing inclusive development outcomes for host communities in the Northern Bypass corridor. *Local Economy*, 38(2), 139–154. Scopus.
<https://doi.org/10.1177/02690942231191981>
- Idrus, S., Ismuhadi, Musran Munizu, Pipin Sri Sudewi, & Abdurohim. (2023). The Effect of Organizational Commitment, Employee Engagement and Training on Employee Performance of Energy Supply Chain Company. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(4), 1192–1198. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1267>
- Liu, H., Jafri, M. A. H., Zhu, P., & Hafeez, M. (2023). Fiscal policy-green growth nexus: Does financial efficiency matter in top carbon emitter economies? *Environment, Development and Sustainability*. Scopus.
<https://doi.org/10.1007/s10668-023-03478-5>
- Lombana-Coy, J., Ovalle, M. C., & Santiago, A. E. M. (2022). Economic crisis in colombia due to covid-19: From pandemic to post-pandemic actions. Dalam *Handbook of Research on Global Networking Post COVID-19* (hlm. 110–129). Scopus. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8856-7.ch006>

- Ren, D., Guo, H., & Jiang, T. (2023). Managed anonymity of CBDC, social welfare and taxation: A new monetarist perspective. *Applied Economics*, 55(42), 4990–5011. Scopus.
<https://doi.org/10.1080/00036846.2022.2133896>
- Shahbaz, M., Trabelsi, N., Tiwari, A. K., Abakah, E. J. A., & Jiao, Z. (2021). Relationship between green investments, energy markets, and stock markets in the aftermath of the global financial crisis. *Energy Economics*, 104. Scopus.
<https://doi.org/10.1016/j.eneco.2021.105655>
- Sun, T. (2024). Role of Inclusive Finance on oil Resource production targets: How Fiscal Pressures influence natural resources policy and green recovery in Gulf countries? *Resources Policy*, 88. Scopus.
<https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2023.104337>
- Truong, L. D., & Van Vo, D. (2023). The asymmetric effects of exchange rate on trade balance of Vietnam. *Heliyon*, 9(4), e14455. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14455>
- Abate, T. G., & Elofsson, K. (2024). Environmental taxation of plastic bags and substitutes: Balancing marine pollution and climate change. *Journal of Environmental Management*, 359, 120868. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2024.120868>
- Abbas, J., Balsalobre-Lorente, D., Amjid, M. A., Al-Sulaiti, K., Al-Sulaiti, I., & Aldereai, O. (2024a). Financial innovation and digitalization promote business growth: The interplay of green technology innovation, product market competition and firm performance. *Innovation and Green Development*, 3(1). <https://doi.org/10.1016/j.igd.2023.100111>
- Abbas, J., Balsalobre-Lorente, D., Amjid, M. A., Al-Sulaiti, K., Al-Sulaiti, I., & Aldereai, O. (2024b). Financial innovation and digitalization promote business growth: The interplay of green technology innovation, product market competition and firm performance. *Innovation and Green Development*, 3(1), 100111. <https://doi.org/10.1016/j.igd.2023.100111>
- Abebe Mamo, Y., Mesele Sisay, A., Dessalegn WoldeSilassie, B., & Worku Angaw, K. (2024). Corporate social responsibilities contribution for sustainable community development:

- Evidence from industries in Southern Ethiopia. *Cogent Economics and Finance*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2024.2373540>
- Abhyankar, N., Mohanty, P., Deorah, S., Karali, N., Paliwal, U., Kersey, J., & Phadke, A. (2023). India's path towards energy independence and a clean future: Harnessing india's renewable edge for cost-effective energy independence by 2047. *Electricity Journal*, 36(5). <https://doi.org/10.1016/j.tej.2023.107273>
- Afzal, A., Rasoulinezhad, E., & Malik, Z. (2022). Green finance and sustainable development in Europe. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 35(1), 5150–5163. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2021.2024081>
- Ağca, A., Uçar, O., & Ufuk Uladi, Ş. (2024). Linking economic growth and international trade taxes in Turkey: A Fourier approach. *Heliyon*, 10(7), e28741. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e28741>
- Agung Nugroho, D. N., & Dawam, M. (2021). *Waste management model at Bugel Village—Kulonprogo District, Yogyakarta Special Province*. 819(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/819/1/012088>
- Akhtar, S., Tian, H., Alsedrah, I. T., Anwar, A., & Bashir, S. (2024). Green mining in China: Fintech's contribution to enhancing innovation performance aimed at sustainable and digital transformation in the mining sector. *Resources Policy*, 92. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2024.104968>
- Al-Ghalabi, R. R., Alsheikh, G. A. A., Al-Shamaileh, L. R., & Altarawneh, A. (2024). Impact of digital HR technology between green human resources and environmental performance in Jordanian banks. *Heritage and Sustainable Development*, 6(1), 267–286. <https://doi.org/10.37868/hsd.v6i1.512>
- Alhassan, G. N., Alola, A. A., & Bekun, F. V. (2023). Examining obesity kuznets curve in the United States from the perspective of globalization and biocapacity. *Heliyon*, 9(9), e19569. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19569>
- Ali, S., Yan, Q., Irfan, M., Ameer, W., Atchike, D. W., & Acevedo-Duque, Á. (2022). Green Investment for Sustainable Business

- Development: The Influence of Policy Instruments on Solar Technology Adoption. *Frontiers in Energy Research*, 10. <https://doi.org/10.3389/fenrg.2022.874824>
- Antunes, J. J. M., Neves, J. C., Elmor, L. R. C., Araujo, M. F. R. D., Wanke, P. F., & Tan, Y. (2023). A new perspective on the U.S. energy efficiency: The political context. *Technological Forecasting and Social Change*, 186. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122093>
- Aradhna, X., Kumar, S., & Shukla, A. K. (2023). Role of multimedia innovative technology in green banking. Dalam *Contemporary Studies of Risks in Emerging Tech.: Part B* (hlm. 275–297). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/978-1-80455-566-820231015>
- Armah, M., Bossman, A., & Amewu, G. (2023). Information flow between global financial market stress and African equity markets: An EEMD-based transfer entropy analysis. *Heliyon*, 9(3), e13899. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13899>
- Arora-Jonsson, S., & Gurung, J. (2023). Changing business as usual in global climate and development action: Making space for social justice in carbon markets. *World Development Perspectives*, 29. <https://doi.org/10.1016/j.wdp.2022.100474>
- Asad, M., Majali, T., Aledeinat, M., Abdelkarim Almajali, D., & Akhorshaideh, A. H. O. (2023). Green entrepreneurial orientation for enhancing SMEs financial and environmental performance: Synergetic moderation of green technology dynamism and knowledge transfer and integration. *Cogent Business and Management*, 10(3). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2278842>
- Azimi, M. N., & Rahman, M. M. (2024). Renewable energy and ecological footprint nexus: Evidence from dynamic panel threshold technique. *Heliyon*, 10(13), e33442. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e33442>
- Beninger, S. (2022). Markets, Businesses, and Consumption in Refugees Settlements: A Review and Future Research

- Trajectory. *Markets, Globalization and Development Review*, 7(3). <https://doi.org/10.23860/MGDR-2022-07-03-03>
- Bhubalan, K., Tamothran, A. M., Kee, S. H., Foong, S. Y., Lam, S. S., Ganeson, K., Vigneswari, S., Amirul, A.-A., & Ramakrishna, S. (2022). Leveraging blockchain concepts as watermarkers of plastics for sustainable waste management in progressing circular economy. *Environmental Research*, 213. <https://doi.org/10.1016/j.envres.2022.113631>
- Black, S., Samson, D., & Ellis, A. (2024). Moving beyond ‘proof points’: Factors underpinning AI-enabled business model transformation. *International Journal of Information Management*, 77, 102796. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2024.102796>
- Buckley, R. P., & Trzecinski, M. (2023). Central Bank Digital Currencies and the global financial system: The dollar dethroned? *Capital Markets Law Journal*, 18(2), 137–171. <https://doi.org/10.1093/cmlj/kmad007>
- Che, S., Tao, M., Silva, E., Sheng, M. S., Zhao, C., & Wang, J. (2024). Financial misallocation and green innovation efficiency: China’s firm-level evidence. *Energy Economics*, 136. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2024.107697>
- Chen, X., Xu, H., & Anwar, S. (2024). Bank competition, government interest in green initiatives and carbon emissions reduction: An empirical analysis using city-level data from China. *North American Journal of Economics and Finance*, 72. <https://doi.org/10.1016/j.najef.2024.102144>
- Faieq, H. T., & Cek, K. (2024). Enhancing Kurdistan’s manufacturing companies’ sustainable waste management: A norm activation approach to green accounting, CSR, and environmental auditing oversight. *Heliyon*, 10(12), e32725. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e32725>
- German, J. D., Redi, A. A. N. P., Ong, A. K. S., & Liwanag, J. L. (2023). The impact of green innovation initiatives on competitiveness and financial performance of the land transport industry. *Heliyon*, 9(8), e19130. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19130>

- Iftikhar, H., Ullah, A., & Pinglu, C. (2024). From regional integrated development toward sustainable future: Evaluating the Belt and Road Initiative's spillover impact between tourism, Fintech and inclusive green growth. *Clean Technologies and Environmental Policy*. <https://doi.org/10.1007/s10098-024-02890-3>
- Kharel, M., Dahal, B. M., & Raut, N. (2022). Good agriculture practices for safe food and sustainable agriculture in Nepal: A review. *Journal of Agriculture and Food Research*, 10, 100447. <https://doi.org/10.1016/j.jafr.2022.100447>
- Lajoie-O'Malley, A., Bronson, K., van der Burg, S., & Klerkx, L. (2020). The future(s) of digital agriculture and sustainable food systems: An analysis of high-level policy documents. *Ecosystem Services*, 45. <https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2020.101183>
- Lulovicova, A., & Bouissou, S. (2024). Life cycle assessment as a prospective tool for sustainable agriculture and food planning at a local level. *Geography and Sustainability*, 5(2), 251–264. <https://doi.org/10.1016/j.geosus.2024.01.008>
- Shkarupa, O., Vlasenko, D., Vesperis, S., Treus, A., & Juhaszova, Z. (2021). Strategic management for sustainable decisions in business: A case of greening the transport companies. *Problems and Perspectives in Management*, 19(4), 311–324. [https://doi.org/10.21511/ppm.19\(4\).2021.25](https://doi.org/10.21511/ppm.19(4).2021.25)
- Susanto, T. D., & Maulana, M. D. (2024). Evaluating the Influence of Attitude versus Knowledge and Individual Factor versus Intervention Factor on Information Security Awareness in Local Government. *Procedia Computer Science*, 234, 1428–1434. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.03.142>

BAB 7

MANAJEMEN PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Oleh Widhy Wahyani

7.1 Pendahuluan

Pendahuluan dalam bab ini akan memperkenalkan konsep perdagangan internasional sebagai salah satu elemen kunci dalam ekonomi global. Perdagangan internasional memungkinkan negara-negara untuk saling bertukar barang, jasa, dan teknologi, yang tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi tetapi juga memperluas akses konsumen terhadap produk dari seluruh dunia. Namun, di balik peluang ini, terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan yang ingin bersaing di pasar internasional. Pendahuluan akan menjelaskan pentingnya manajemen yang tepat dalam perdagangan internasional untuk mengatasi tantangan ini dan memanfaatkan peluang yang ada.

Perdagangan internasional merupakan salah satu pilar utama yang menopang ekonomi global, di mana barang, jasa, teknologi, dan modal mengalir melintasi batas-batas negara. Dalam era globalisasi, interaksi ekonomi antarnegara telah mencapai tingkat yang belum pernah terjadi sebelumnya, yang memicu pertumbuhan ekonomi signifikan, menciptakan lapangan kerja, serta memperluas pilihan bagi konsumen di seluruh dunia. Namun, tantangan yang muncul dalam perdagangan internasional sangat kompleks dan memerlukan manajemen yang cermat dari perusahaan-perusahaan yang ingin berhasil di pasar global. “Perdagangan internasional membawa peluang besar, tetapi juga tantangan yang memerlukan strategi manajemen yang matang untuk dapat memanfaatkannya secara optimal” (Hill & Jones, 2022).

Manajemen perdagangan internasional melibatkan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mengoptimalkan operasi bisnis di pasar global, termasuk pemahaman tentang

regulasi perdagangan, manajemen risiko, dan pengelolaan hubungan internasional. Setiap negara memiliki kebijakan perdagangan yang unik, yang mencakup tarif, kuota, dan standar yang harus dipatuhi oleh perusahaan asing. Ketidakpatuhan terhadap regulasi ini tidak hanya dapat mengakibatkan penolakan produk di negara tujuan, tetapi juga dapat menimbulkan sanksi hukum yang serius. “Dalam perdagangan internasional, memahami dan mematuhi regulasi di setiap pasar adalah langkah pertama dan paling krusial dalam memastikan kesuksesan ekspor” (Robbins & Coulter, 2023).

Selain itu, perdagangan internasional juga penuh dengan risiko yang dapat berdampak signifikan terhadap operasi bisnis. Fluktuasi nilai tukar, perubahan kebijakan pemerintah, serta perbedaan budaya dan preferensi konsumen, semuanya merupakan risiko yang harus dikelola dengan hati-hati. Manajemen risiko dalam perdagangan internasional melibatkan identifikasi dan analisis potensi risiko, serta pengembangan strategi untuk mengurangi dampak negatifnya. “Manajemen risiko yang efektif dalam perdagangan internasional bukan hanya tentang menghindari kerugian, tetapi juga tentang memanfaatkan peluang di tengah ketidakpastian pasar” (Cameron & Green, 2021).

Di sisi lain, keberhasilan dalam perdagangan internasional tidak hanya bergantung pada pemahaman regulasi dan manajemen risiko, tetapi juga pada kemampuan perusahaan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan mitra internasional. Pentingnya negosiasi yang efektif, pemahaman tentang budaya bisnis lokal, dan pembangunan kepercayaan adalah elemen penting yang dapat menentukan keberhasilan atau kegagalan bisnis di pasar global. “Hubungan yang kuat dengan mitra internasional adalah fondasi yang memungkinkan perusahaan tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang di pasar global yang kompetitif” (Hovland & Janis, 2023).

Pemasaran global juga merupakan aspek penting dalam manajemen perdagangan internasional. Perusahaan harus menyesuaikan strategi pemasaran mereka dengan kondisi pasar di negara tujuan, termasuk preferensi konsumen, harga, promosi, dan distribusi. Pemasaran global memerlukan pendekatan yang berbeda dari

pemasaran domestik, di mana penyesuaian terhadap budaya dan kebiasaan lokal menjadi faktor kunci dalam menarik konsumen. “Keberhasilan pemasaran global tidak hanya tergantung pada produk yang baik, tetapi juga pada kemampuan perusahaan untuk memahami dan beradaptasi dengan budaya dan preferensi lokal” (Perloff, 2023).

Dalam bab ini, kita akan menjelajahi lebih lanjut tentang bagaimana perusahaan dapat mengelola perdagangan internasional dengan efektif, mulai dari memahami regulasi perdagangan, mengelola risiko, hingga membangun hubungan internasional yang kuat dan mengembangkan strategi pemasaran global yang tepat. Dengan menggabungkan teori dengan contoh nyata dan studi kasus, bab ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif tentang manajemen perdagangan internasional dan bagaimana perusahaan dapat mencapai kesuksesan di pasar global yang semakin kompetitif. “Pemahaman yang mendalam dan penerapan strategi yang tepat adalah kunci untuk meraih sukses dalam perdagangan internasional” (Hill & Jones, 2022).

7.2 Regulasi Perdagangan Internasional

Regulasi perdagangan internasional adalah serangkaian aturan, standar, dan kebijakan yang ditetapkan oleh masing-masing negara untuk mengatur aliran barang dan jasa melintasi batas-batas nasional (Hill & Hult, 2021). Regulasi ini mencakup berbagai aspek seperti tarif impor dan ekspor, kuota perdagangan, serta standar kesehatan dan keselamatan produk yang harus dipenuhi oleh perusahaan yang ingin beroperasi di pasar global. Setiap negara memiliki kebijakan perdagangan yang unik yang disesuaikan dengan kepentingan nasional mereka, yang dapat mencakup proteksi industri domestik, perlindungan konsumen, dan keamanan nasional. Perbedaan dalam regulasi antar negara sering kali menciptakan tantangan bagi perusahaan yang ingin memperluas operasi mereka ke pasar internasional (Czinkota & Ronkainen, 2021).

Sebagai contoh, Uni Eropa (UE) memberlakukan standar kesehatan dan keselamatan pangan yang sangat ketat untuk semua produk makanan yang diimpor ke wilayahnya (WTO, 2022).

Perusahaan yang ingin mengeksport produk makanan ke Uni Eropa harus memastikan bahwa produk mereka memenuhi semua persyaratan yang ditetapkan oleh UE, termasuk proses produksi yang higienis, penggunaan bahan yang aman, dan pelabelan yang jelas mengenai kandungan nutrisi dan alergen (Kotabe & Helsen, 2020). Kegagalan untuk mematuhi standar ini dapat mengakibatkan penolakan produk di perbatasan, denda, atau bahkan larangan permanen terhadap produk tertentu.

Studi kasus yang relevan adalah sebuah perusahaan kecil dari Asia Tenggara yang berusaha mengeksport produk makanan khas mereka ke pasar Eropa (Hill & Hult, 2021). Awalnya, produk mereka ditolak oleh otoritas Eropa karena tidak memenuhi standar kesehatan dan keamanan pangan yang berlaku. Produk tersebut ditemukan mengandung bahan pengawet yang tidak diizinkan oleh regulasi Uni Eropa, serta tidak ada informasi yang memadai tentang kandungan alergen pada label produk. Setelah kegagalan ini, perusahaan tersebut melakukan penyesuaian besar-besaran dalam proses produksinya, termasuk mengganti bahan pengawet dengan alternatif yang disetujui dan memperbaiki pelabelan produk. Mereka juga memperoleh sertifikasi dari lembaga yang diakui oleh Uni Eropa untuk memastikan bahwa produk mereka memenuhi semua persyaratan yang berlaku. Hasilnya, perusahaan tersebut berhasil memasuki pasar Eropa dan melihat peningkatan signifikan dalam penjualan, yang tidak hanya meningkatkan pendapatan tetapi juga memperkuat reputasi mereka sebagai produsen makanan berkualitas tinggi (Rugman & Collinson, 2021).

Regulasi perdagangan internasional, meskipun sering dianggap sebagai hambatan oleh perusahaan yang ingin berekspansi, sebenarnya bertujuan untuk melindungi konsumen, menjaga standar produk, dan memastikan perdagangan yang adil di pasar global (WTO, 2022). Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang regulasi di negara tujuan dan kepatuhan yang ketat terhadap standar yang berlaku adalah kunci untuk sukses dalam perdagangan internasional (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2022).

7.3 Manajemen Risiko dalam Perdagangan Internasional

Manajemen risiko dalam perdagangan internasional adalah proses penting yang melibatkan identifikasi, analisis, dan mitigasi berbagai risiko yang dihadapi oleh perusahaan ketika beroperasi di pasar global. Risiko ini dapat berupa fluktuasi nilai tukar, perubahan kebijakan pemerintah, risiko politik, dan perbedaan budaya yang dapat memengaruhi operasi bisnis secara signifikan. Setiap jenis risiko memerlukan pendekatan yang berbeda dalam pengelolaannya, dan perusahaan harus mengembangkan strategi yang komprehensif untuk mengatasi tantangan-tantangan ini agar dapat bertahan dan berkembang di lingkungan global yang dinamis.

Fluktuasi nilai tukar, misalnya, merupakan salah satu risiko terbesar yang dihadapi perusahaan dalam perdagangan internasional. Nilai tukar mata uang dapat berubah secara drastis dan tak terduga, yang dapat berdampak langsung pada biaya dan keuntungan dari transaksi lintas negara. Untuk mengelola risiko ini, perusahaan sering menggunakan teknik hedging, seperti kontrak forward atau opsi mata uang, yang memungkinkan mereka untuk mengunci nilai tukar pada tingkat yang diinginkan sehingga mengurangi ketidakpastian dan melindungi keuntungan mereka (Jorion, 2021; Hull, 2022).

Selain itu, risiko politik dan kebijakan pemerintah juga dapat menjadi tantangan signifikan dalam perdagangan internasional. Perubahan mendadak dalam kebijakan perdagangan, seperti penerapan tarif baru atau pembatasan impor, dapat mengganggu rantai pasokan dan menyebabkan kerugian besar bagi perusahaan yang beroperasi di pasar global. Untuk mengatasi risiko ini, perusahaan harus melakukan analisis politik dan ekonomi secara berkala dan membangun hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan lokal untuk memitigasi dampak negatif dari perubahan kebijakan tersebut (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2022; Bremmer, 2021).

Perbedaan budaya juga dapat menimbulkan risiko yang tidak terduga dalam perdagangan internasional. Misalnya, kesalahpahaman budaya dalam negosiasi atau pemasaran dapat menyebabkan kegagalan bisnis di negara lain. Untuk mengatasi

risiko ini, perusahaan harus melibatkan ahli budaya dan pelatihan lintas budaya untuk memastikan bahwa mereka memahami norma-norma dan harapan budaya di pasar yang mereka masuki (Hofstede, Hofstede, & Minkov, 2010; Meyer, 2020).

Contoh studi kasus yang relevan adalah sebuah perusahaan manufaktur yang berbasis di Amerika Serikat yang mengalami kerugian besar akibat fluktuasi nilai tukar yang tidak terduga ketika bertransaksi dengan mitra di Eropa. Perusahaan tersebut kemudian mengadopsi strategi hedging dengan menggunakan kontrak forward untuk mengunci nilai tukar di masa depan, yang akhirnya membantu mereka mengurangi risiko nilai tukar dan menjaga stabilitas keuangan mereka dalam jangka panjang (Jorion, 2021; Hull, 2022).

Manajemen risiko yang efektif dalam perdagangan internasional adalah kunci untuk menjaga keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis di pasar global yang penuh dengan ketidakpastian. Dengan menerapkan strategi yang tepat, perusahaan dapat mengurangi dampak negatif dari berbagai risiko dan memanfaatkan peluang yang muncul di pasar internasional yang dinamis.

7.4 Hubungan dan Negosiasi Internasional

Mengelola hubungan dan negosiasi dalam konteks internasional adalah komponen kunci yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam perdagangan global. Hubungan bisnis internasional tidak hanya mencakup transaksi komersial, tetapi juga mencakup pemahaman mendalam tentang budaya, nilai, dan norma lokal yang dapat memengaruhi cara bisnis dilakukan di berbagai negara. Negosiasi internasional sering kali memerlukan pendekatan yang lebih halus dan adaptif dibandingkan dengan negosiasi domestik, karena berbagai faktor budaya dan kebiasaan bisnis yang berbeda.

Dalam konteks negosiasi internasional, pemahaman tentang perbedaan budaya sangatlah penting. Setiap negara memiliki pendekatan unik dalam bernegosiasi, yang dipengaruhi oleh budaya dan tradisi setempat. Misalnya, di negara-negara Asia Timur seperti Tiongkok dan Jepang, membangun hubungan personal atau "guanxi" sangat penting dalam proses negosiasi. Perusahaan yang

gagal memahami pentingnya hubungan ini mungkin menghadapi kesulitan dalam mencapai kesepakatan yang menguntungkan. Sebagai contoh, sebuah perusahaan teknologi Amerika yang mencoba masuk ke pasar Tiongkok mungkin akan menemui hambatan jika tidak menghormati pentingnya *guanxi*. Dalam situasi ini, membangun kepercayaan melalui hubungan jangka panjang dan menghormati nilai-nilai lokal adalah langkah penting yang perlu diambil untuk berhasil dalam negosiasi (Lewicki, Saunders, & Barry, 2021; Hofstede, Hofstede, & Minkov, 2010).

Contoh nyata yang menggambarkan pentingnya pemahaman budaya dalam negosiasi internasional adalah kasus perusahaan otomotif dari Eropa yang berusaha memperluas operasinya di India. Pada awalnya, perusahaan tersebut mencoba menggunakan pendekatan negosiasi yang cepat dan langsung, seperti yang biasa mereka lakukan di Eropa. Namun, mereka segera menyadari bahwa pendekatan ini tidak efektif di India, di mana proses negosiasi cenderung lebih kolaboratif dan memerlukan waktu lebih lama untuk membangun konsensus. Akibatnya, perusahaan tersebut mengalami kegagalan dalam mencapai kesepakatan yang diinginkan. Setelah menyadari kesalahan ini, mereka mengadopsi pendekatan yang lebih kolaboratif dan fokus pada membangun hubungan personal dengan mitra India mereka. Hasilnya, mereka berhasil memperkuat hubungan bisnis dan meningkatkan kehadiran mereka di pasar India (Meyer, 2020).

Negosiasi internasional juga sering kali memerlukan tingkat fleksibilitas dan kesabaran yang tinggi. Berbeda dengan negosiasi domestik, di mana keputusan bisnis mungkin dibuat dengan cepat, negosiasi internasional dapat melibatkan proses yang lebih lambat dan berlapis-lapis. Hal ini terutama berlaku di beberapa negara Timur Tengah, di mana keputusan bisnis sering kali dibuat melalui proses konsultasi panjang yang melibatkan banyak pemangku kepentingan. Sebagai contoh, sebuah perusahaan infrastruktur dari Eropa yang mencoba menjalin kesepakatan di Arab Saudi menemukan bahwa proses negosiasi jauh lebih lama dari yang mereka harapkan. Dengan menunjukkan kesabaran dan kesiapan untuk menyesuaikan diri dengan proses lokal, perusahaan tersebut

akhirnya berhasil membangun hubungan yang kuat dan mencapai kesepakatan yang menguntungkan (Bremmer, 2021).

Dapat disimpulkan bahwa, mengelola hubungan dan negosiasi internasional memerlukan pemahaman yang mendalam tentang budaya dan kebiasaan bisnis lokal, serta kemampuan untuk menyesuaikan strategi negosiasi dengan konteks yang berbeda. Dengan memperhatikan perbedaan budaya, membangun hubungan personal yang kuat, dan menunjukkan fleksibilitas dalam proses negosiasi, perusahaan dapat meningkatkan peluang mereka untuk sukses di pasar internasional.

7.5 Strategi Pemasaran Global

Strategi pemasaran global adalah proses yang melibatkan perencanaan, implementasi, dan pengelolaan strategi pemasaran yang dapat beradaptasi dengan berbagai pasar di seluruh dunia. Dalam pasar global yang semakin terintegrasi, perusahaan harus mampu menyesuaikan strategi mereka untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang berbeda di berbagai negara. Ini mencakup penyesuaian produk, harga, distribusi, dan promosi agar sesuai dengan kondisi lokal, serta mempertimbangkan faktor-faktor seperti budaya, regulasi, dan persaingan di setiap pasar. Strategi pemasaran global yang efektif memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan mereka dan meningkatkan pangsa pasar di berbagai wilayah.

Salah satu aspek utama dari strategi pemasaran global adalah penyesuaian produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen di berbagai negara. Produk yang sukses di satu negara mungkin tidak cocok untuk pasar lain tanpa modifikasi tertentu. Sebagai contoh, perusahaan makanan cepat saji McDonald's menyesuaikan menu mereka di berbagai negara untuk mencerminkan preferensi lokal. Di India, misalnya, McDonald's menawarkan berbagai pilihan vegetarian yang disesuaikan dengan budaya dan selera lokal, seperti McAlloo Tikki dan Paneer Burger. Penyesuaian ini tidak hanya menarik konsumen lokal tetapi juga menunjukkan komitmen perusahaan untuk menghormati dan memahami budaya di negara tempat mereka beroperasi (Kotabe & Helsen, 2020).

Selain penyesuaian produk, strategi harga juga harus disesuaikan dengan kondisi ekonomi dan daya beli di setiap pasar. Perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti pendapatan rata-rata, persaingan, dan elastisitas harga ketika menetapkan harga produk di pasar internasional. Misalnya, perusahaan elektronik Samsung menyesuaikan harga smartphone mereka di berbagai negara berdasarkan daya beli lokal dan tingkat persaingan di pasar tersebut. Di negara-negara berkembang, Samsung sering kali menawarkan varian produk dengan fitur yang lebih sederhana namun tetap memenuhi kebutuhan konsumen lokal, sehingga dapat bersaing dengan produk lain yang lebih murah (Czinkota & Ronkainen, 2021).

Distribusi juga merupakan komponen kunci dari strategi pemasaran global. Perusahaan harus memilih saluran distribusi yang paling efektif untuk menjangkau konsumen di berbagai pasar. Dalam beberapa kasus, perusahaan mungkin perlu membangun kemitraan dengan distributor lokal untuk memastikan bahwa produk mereka tersedia secara luas dan dapat diakses oleh konsumen. Sebagai contoh, Coca-Cola menggunakan jaringan distribusi yang luas di seluruh dunia, bekerja sama dengan distributor lokal untuk memastikan produk mereka tersedia di berbagai lokasi, mulai dari toko kelontong kecil hingga supermarket besar. Pendekatan ini memungkinkan Coca-Cola untuk menjaga kehadiran global yang kuat dan memenuhi permintaan konsumen di berbagai pasar (Kotler & Keller, 2022).

Promosi adalah elemen lain yang harus disesuaikan dalam strategi pemasaran global. Kampanye pemasaran yang sukses di satu negara mungkin tidak efektif di negara lain karena perbedaan budaya, kebiasaan media, dan preferensi konsumen. Perusahaan harus mengembangkan pesan yang disesuaikan dengan audiens lokal dan memilih media yang tepat untuk menyampaikan pesan tersebut. Sebagai contoh, Nike telah berhasil mengadaptasi kampanye pemasaran mereka di berbagai negara dengan fokus pada olahraga yang populer di masing-masing wilayah, seperti sepak bola di Eropa dan Amerika Latin, atau kriket di India. Dengan menyesuaikan pesan mereka agar relevan dengan audiens lokal,

Nike mampu membangun hubungan emosional yang kuat dengan konsumen di berbagai pasar (De Mooij, 2019).

Studi kasus yang relevan adalah keberhasilan Starbucks dalam menyesuaikan strategi pemasaran mereka di pasar internasional. Starbucks, yang terkenal dengan budaya kopi Amerika, menyadari bahwa tidak semua konsumen di luar Amerika Serikat akan menerima produk dan layanan mereka tanpa modifikasi. Di Tiongkok, misalnya, Starbucks menyesuaikan menu mereka dengan menawarkan minuman teh dan makanan ringan yang lebih sesuai dengan selera lokal. Selain itu, Starbucks juga menyesuaikan desain toko mereka untuk menciptakan suasana yang lebih ramah dan nyaman bagi konsumen Tiongkok. Pendekatan ini berhasil meningkatkan popularitas Starbucks di Tiongkok, yang kini menjadi salah satu pasar terbesar bagi perusahaan tersebut (Hollensen, 2020).

7.6 Studi Kasus dan Penyelesaiannya

Manajemen Perdagangan Internasional yang Kompleks – Kasus Boeing dan Airbus

Permasalahan:

Dua raksasa industri penerbangan, Boeing dari Amerika Serikat dan Airbus dari Uni Eropa, telah lama bersaing dalam industri pesawat komersial global. Persaingan ini menjadi sangat kompleks ketika kedua perusahaan tersebut mulai terlibat dalam sengketa perdagangan internasional yang panjang dan intensif. Permasalahan ini berawal dari klaim bahwa kedua perusahaan menerima subsidi pemerintah yang tidak adil, yang memberikan keunggulan kompetitif di pasar global. Boeing menuduh Airbus menerima subsidi dari pemerintah Eropa yang melanggar aturan Organisasi Perdagangan Dunia (WTO), sementara Airbus menuduh Boeing menerima bantuan tidak langsung dalam bentuk kontrak militer dan keringanan pajak dari pemerintah AS.

Sengketa ini melibatkan berbagai aspek kompleks dari manajemen perdagangan internasional, termasuk regulasi perdagangan, diplomasi internasional, dan manajemen risiko. Kedua perusahaan tidak hanya menghadapi tekanan dari persaingan pasar tetapi juga harus mengelola hubungan dengan pemerintah mereka,

yang masing-masing memiliki kepentingan strategis dalam mendukung industri penerbangan domestik. Persoalan ini juga diperumit oleh fakta bahwa industri penerbangan global sangat tergantung pada rantai pasokan yang tersebar di seluruh dunia, dengan komponen pesawat diproduksi di berbagai negara, sebelum dirakit menjadi pesawat jadi.

Solusi:

Untuk menyelesaikan permasalahan ini, kedua belah pihak terlibat dalam serangkaian negosiasi yang diatur oleh WTO. Setelah bertahun-tahun perdebatan, WTO mengeluarkan keputusan yang menyatakan bahwa baik Airbus maupun Boeing telah menerima subsidi yang tidak sesuai dengan aturan perdagangan internasional, dan memerintahkan kedua pihak untuk menghentikan praktik-praktik tersebut atau menghadapi sanksi perdagangan.

Sebagai tanggapan, Airbus dan Boeing mulai mengambil langkah-langkah untuk mematuhi keputusan WTO, termasuk mengurangi ketergantungan mereka pada subsidi pemerintah dan mencari cara baru untuk meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, kedua perusahaan berusaha untuk mengelola hubungan mereka dengan pemerintah masing-masing dengan lebih hati-hati, untuk memastikan bahwa mereka dapat terus menerima dukungan yang sah tanpa melanggar aturan perdagangan internasional.

Sebagai solusi jangka panjang, Boeing dan Airbus juga mulai memperkuat rantai pasokan global mereka dengan menjalin kemitraan strategis dengan pemasok di berbagai negara. Langkah ini tidak hanya membantu mengurangi ketergantungan pada subsidi pemerintah tetapi juga meningkatkan ketahanan perusahaan terhadap fluktuasi pasar dan risiko politik. Misalnya, Boeing memperluas kolaborasi dengan pemasok di Jepang dan India untuk mengamankan pasokan komponen penting dan mengurangi biaya produksi.

Kesimpulan:

Kasus Boeing dan Airbus menggambarkan kompleksitas manajemen perdagangan internasional dalam industri yang sangat global seperti penerbangan. Perusahaan tidak hanya harus bersaing di pasar global tetapi juga harus mengelola risiko yang berasal dari regulasi perdagangan internasional dan hubungan diplomatik

antara negara-negara besar. Dengan mengikuti keputusan WTO dan mengadopsi strategi manajemen risiko yang lebih cerdas, kedua perusahaan akhirnya mampu menavigasi tantangan-tantangan ini dan mempertahankan posisi mereka sebagai pemimpin di industri penerbangan global.

Studi kasus Boeing dan Airbus menunjukkan bahwa manajemen perdagangan internasional tidak hanya melibatkan aspek komersial, tetapi juga memerlukan pemahaman mendalam tentang diplomasi dan regulasi internasional. Kedua perusahaan ini berhasil mengatasi tantangan perdagangan internasional dengan mengikuti keputusan WTO dan memperkuat rantai pasokan global mereka, yang pada akhirnya membantu mereka mempertahankan posisi mereka sebagai pemimpin di industri penerbangan global.

7.7 Kesimpulan

Manajemen perdagangan internasional merupakan disiplin yang kompleks dan kritis bagi perusahaan yang ingin sukses dalam pasar global yang semakin terintegrasi dan dinamis. Perusahaan yang beroperasi di pasar internasional harus mampu mengidentifikasi, menganalisis, dan mengelola berbagai risiko yang terkait dengan fluktuasi nilai tukar, perubahan kebijakan pemerintah, dan perbedaan budaya. Keberhasilan dalam perdagangan internasional tidak hanya ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam mematuhi regulasi perdagangan global, tetapi juga oleh kemampuannya untuk membangun hubungan yang kuat dengan mitra bisnis internasional dan menyesuaikan strategi pemasaran agar sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen di berbagai negara.

Secara keseluruhan, manajemen perdagangan internasional menuntut fleksibilitas, adaptabilitas, dan pemahaman mendalam tentang berbagai aspek yang mempengaruhi perdagangan global. Perusahaan yang mampu mengembangkan strategi manajemen risiko yang efektif, membangun hubungan yang baik dengan mitra internasional, dan menyesuaikan operasi bisnis mereka dengan dinamika pasar global akan berada dalam posisi yang kuat untuk meraih keberhasilan jangka panjang di pasar internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Bremmer, I. (2021). *The J Curve: A New Way to Understand Why Nations Rise and Fall*. Simon & Schuster.
- Cameron, E., & Green, M. (2021). *Making Sense of Change Management: A Complete Guide to the Models, Tools, and Techniques of Organizational Change*. Kogan Page.
- Czinkota, M. R., & Ronkainen, I. A. (2021). *International Marketing*. Cengage Learning.
- Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2022). *International Business: Environments and Operations*. Pearson.
- De Mooij, M. (2019). *Global Marketing and Advertising: Understanding Cultural Paradoxes*. Sage Publications.
- Hill, C. W. L., & Hult, G. T. M. (2021). *International Business: Competing in the Global Marketplace*. McGraw-Hill Education.
- Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2022). *Strategic Management: An Integrated Approach*. Cengage Learning.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. McGraw-Hill Education.
- Hollensen, S. (2020). *Global Marketing: A Decision-Oriented Approach*. Pearson.
- Hovland, C. I., & Janis, I. L. (2023). *Personality and Persuasibility*. Yale University Press.
- Hull, J. C. (2022). *Options, Futures, and Other Derivatives*. Pearson.
- Jorion, P. (2021). *Value at Risk: The New Benchmark for Managing Financial Risk*. McGraw-Hill Education.
- Kotabe, M., & Helsen, K. (2020). *Global Marketing Management*. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management*. Pearson.
- Lewicki, R. J., Saunders, D. M., & Barry, B. (2021). *Negotiation*. McGraw-Hill Education.
- Meyer, E. (2020). *The Culture Map: Breaking Through the Invisible Boundaries of Global Business*. PublicAffairs.
- Perloff, R. M. (2023). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century*. Routledge.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2023). *Management*. Pearson.

Rugman, A. M., & Collinson, S. (2021). *International Business*. Pearson.

WTO. (2022). *World Trade Report*. World Trade Organization.

BAB 8

GLOBALISASI DAN LIBERALISASI INTERNASIONAL

Oleh Tri Widayati

8.1 Pendahuluan

Globalisasi dan liberalisasi internasional adalah dua fenomena yang saling terkait yang telah mengubah dunia secara drastis dalam beberapa dekade terakhir. Keduanya melibatkan proses integrasi ekonomi, sosial, politik, dan budaya antarbangsa. Globalisasi merujuk pada meningkatnya interkoneksi dan ketergantungan antarnegara melalui aliran barang, jasa, teknologi, dan informasi. Sementara itu, liberalisasi internasional mengacu pada proses penghapusan hambatan perdagangan dan investasi antarnegara, seperti tarif dan kuota, untuk menciptakan pasar global yang lebih bebas. (Noer Arfani, 2004)

Proses-proses ini membawa dampak yang luas, mulai dari ekonomi, politik, sosial, hingga budaya. Artikel ini akan membahas secara mendalam pengertian globalisasi dan liberalisasi internasional, sejarah perkembangan, dampak di berbagai bidang, serta tantangan dan peluang yang muncul dari dua fenomena ini.

8.2 Pengertian Globalisasi

Globalisasi dapat didefinisikan sebagai proses integrasi global yang semakin meningkat dalam hal ekonomi, politik, budaya, dan teknologi. Globalisasi memungkinkan berbagai negara dan perusahaan untuk lebih saling terhubung dan berinteraksi di tingkat internasional. Di era globalisasi, jarak geografis tidak lagi menjadi hambatan utama dalam pertukaran informasi dan sumber daya.

Beberapa ciri utama globalisasi meliputi:

- 1. Meningkatnya arus perdagangan internasional:**
Perdagangan internasional semakin meningkat, didorong oleh

- kemajuan teknologi dan transportasi yang mempercepat dan mempermudah pengiriman barang dan jasa antarnegara.
2. **Integrasi pasar finansial global:** Globalisasi memungkinkan aliran modal yang lebih bebas antara negara-negara, menciptakan pasar finansial yang terintegrasi.
 3. **Pertukaran budaya dan ide:** Melalui media, internet, dan migrasi, ide-ide dan budaya dari berbagai penjuru dunia semakin terhubung.
 4. **Kemajuan teknologi dan komunikasi:** Perkembangan teknologi, khususnya dalam bidang informasi dan komunikasi, telah mempercepat proses globalisasi, memudahkan orang untuk berkomunikasi dan berkolaborasi lintas negara.

8.3 Pengertian Liberalisasi Internasional

Liberalisasi internasional berkaitan dengan pengurangan atau penghapusan batasan perdagangan dan investasi antarnegara, dengan tujuan untuk memfasilitasi arus barang, jasa, dan modal di pasar global.(Astuti, 2005) Kebijakan ini bertujuan menciptakan lingkungan ekonomi yang lebih terbuka dan kompetitif.Liberalisasi biasanya melibatkan langkah-langkah seperti:

1. **Penghapusan tarif dan kuota:** Tarif impor dan kuota sering kali dikurangi atau dihapuskan untuk memungkinkan perdagangan yang lebih bebas antara negara.
2. **Privatisasi dan deregulasi:** Banyak negara memprivatisasi industri milik negara dan mengurangi regulasi untuk menarik investasi asing.
3. **Kebijakan perdagangan bebas:** Perjanjian perdagangan bebas seperti *ASEAN Free Trade Area (AFTA)* atau *North American Free Trade Agreement (NAFTA)* bertujuan mengurangi hambatan perdagangan antarnegara anggota.

8.4 Sejarah Globalisasi dan Liberalisasi Internasional

Proses globalisasi dan liberalisasi telah berlangsung selama berabad-abad, namun percepatan yang signifikan terjadi pada abad ke-20, terutama setelah Perang Dunia II. Beberapa peristiwa penting dalam sejarah globalisasi dan liberalisasi antara lain:

1. **Era Kolonialisme:** Pada abad ke-15 hingga ke-19, kolonialisme oleh negara-negara Eropa menjadi salah satu faktor awal yang mempercepat globalisasi, terutama melalui perdagangan internasional dan eksploitasi sumber daya dari koloni.
2. **Periode Pasca-Perang Dunia II:** Setelah Perang Dunia II, negara-negara mulai membentuk institusi internasional seperti Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) dan Dana Moneter Internasional (IMF) untuk mendukung stabilitas dan kerja sama internasional.
3. **Perjanjian Perdagangan Global:** Pembentukan General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) pada tahun 1947, yang kemudian digantikan oleh Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) pada tahun 1995, menandai era baru dalam perdagangan bebas.
4. **Revolusi Teknologi:** Kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi sejak akhir abad ke-20 mempercepat integrasi ekonomi global, memfasilitasi arus informasi dan modal yang lebih cepat.

8.5 Dampak Globalisasi dan Liberalisasi di Bidang Ekonomi

Globalisasi dan liberalisasi telah membawa dampak signifikan dalam bidang ekonomi, baik secara positif maupun negatif. Berikut adalah beberapa dampaknya:

Positif:

1. **Pertumbuhan Ekonomi Global:** Globalisasi telah mendorong pertumbuhan ekonomi global, terutama melalui peningkatan perdagangan dan investasi. Negara-negara berkembang dapat menikmati peningkatan akses ke pasar internasional dan modal asing.
2. **Peningkatan Standar Hidup:** Globalisasi telah membantu banyak negara berkembang untuk meningkatkan standar hidup mereka melalui peningkatan lapangan kerja dan akses ke teknologi modern.
3. **Inovasi dan Teknologi:** Arus ide dan teknologi lintas negara mendorong inovasi, terutama dalam sektor-sektor seperti manufaktur, kesehatan, dan teknologi informasi.

Negatif:

1. **Ketidaksetaraan Ekonomi:** Meskipun beberapa negara mendapat manfaat dari globalisasi, ketidaksetaraan ekonomi antara negara maju dan berkembang semakin lebar. Banyak negara berkembang tetap terjebak dalam kemiskinan sementara negara maju terus tumbuh.
2. **Dominasi Perusahaan Multinasional:** Globalisasi memungkinkan perusahaan multinasional untuk memperluas kekuasaan mereka, sering kali dengan mengorbankan perusahaan lokal di negara berkembang.
3. **Dampak Lingkungan:** Globalisasi juga berdampak negatif terhadap lingkungan. Produksi massal dan peningkatan perdagangan menyebabkan eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan dan pencemaran.

8.6 Dampak di Bidang Sosial dan Budaya

Globalisasi tidak hanya memengaruhi ekonomi, tetapi juga membawa dampak besar terhadap kehidupan sosial dan budaya di seluruh dunia. Berikut adalah beberapa dampaknya:

Positif:

1. **Pertukaran Budaya:** Globalisasi telah meningkatkan pertukaran budaya antara negara-negara, memungkinkan orang-orang dari latar belakang yang berbeda untuk saling belajar dan berinteraksi.
2. **Akses ke Informasi:** Dengan berkembangnya teknologi komunikasi, masyarakat di seluruh dunia memiliki akses yang lebih mudah ke informasi global, yang memperluas wawasan mereka.

Negatif:

1. **Erosi Budaya Lokal:** Globalisasi sering kali dianggap mengancam identitas budaya lokal. Budaya barat, khususnya melalui media dan industri hiburan, mendominasi dan mempengaruhi budaya lokal di berbagai negara.
2. **Polarisasi Sosial:** Dalam beberapa kasus, globalisasi juga memperburuk ketidaksetaraan sosial, terutama antara

kelompok masyarakat yang dapat mengakses manfaat globalisasi dan mereka yang terpinggirkan.

8.7 Tantangan dan Peluang Globalisasi dan Liberalisasi

Meskipun globalisasi dan liberalisasi membawa banyak peluang, keduanya juga menghadirkan berbagai tantangan. Negara-negara harus menghadapi dampak negatifnya dan mencari cara untuk memaksimalkan manfaatnya.

Tantangan:

1. **Ketimpangan Ekonomi:** Salah satu tantangan utama globalisasi adalah bagaimana mengatasi ketimpangan ekonomi yang semakin lebar, baik antarnegara maupun di dalam negara itu sendiri.
2. **Tantangan Lingkungan:** Pertumbuhan ekonomi global yang tidak terkontrol sering kali menyebabkan kerusakan lingkungan yang parah. Penggunaan sumber daya alam yang tidak berkelanjutan dan polusi adalah masalah besar yang perlu diatasi.
3. **Pengaruh Perusahaan Multinasional:** Perusahaan multinasional sering kali memiliki kekuatan ekonomi yang lebih besar daripada negara-negara kecil, yang dapat mengarah pada eksploitasi sumber daya dan tenaga kerja di negara-negara berkembang.

Peluang:

1. **Kerjasama Internasional:** Globalisasi membuka peluang bagi negara-negara untuk bekerja sama dalam mengatasi tantangan global, seperti perubahan iklim, perdagangan manusia, dan terorisme.
2. **Inovasi dan Teknologi:** Dengan arus informasi dan teknologi yang lebih cepat, negara-negara dapat berbagi pengetahuan dan inovasi untuk meningkatkan kualitas hidup di seluruh dunia.

8.8 Peran Organisasi Internasional dalam Globalisasi dan Liberalisasi

Organisasi internasional memegang peran penting dalam mendorong proses globalisasi dan liberalisasi internasional. Beberapa organisasi ini tidak hanya mengatur hubungan perdagangan, tetapi juga menjadi mediator dalam perselisihan antarnegara dan penyokong stabilitas ekonomi global.

1. Organisasi Perdagangan Dunia (WTO)

WTO adalah organisasi internasional yang bertujuan untuk mengatur dan memfasilitasi perdagangan bebas antarnegara. WTO membantu menciptakan aturan yang adil dan menghilangkan hambatan perdagangan seperti tarif dan kuota. Dalam menjalankan fungsinya, WTO juga berperan sebagai pengadil dalam perselisihan perdagangan antarnegara. Liberalisasi perdagangan yang didorong oleh WTO memudahkan negara-negara untuk mengekspor dan mengimpor barang serta jasa, yang pada akhirnya meningkatkan pertumbuhan ekonomi global.

2. Dana Moneter Internasional (IMF)

IMF bertujuan untuk menjaga stabilitas keuangan global dengan menyediakan bantuan finansial kepada negara-negara yang mengalami kesulitan ekonomi. IMF juga memainkan peran penting dalam mendorong reformasi ekonomi di negara-negara yang menerima bantuan mereka. Dengan memberikan pinjaman kepada negara-negara yang mengalami krisis, IMF membantu menjaga kestabilan ekonomi global dan mendorong liberalisasi pasar.

3. Bank Dunia

Bank Dunia memiliki fokus utama pada pembangunan ekonomi di negara-negara berkembang. Lembaga ini memberikan pinjaman untuk proyek-proyek pembangunan yang bertujuan meningkatkan infrastruktur, pendidikan, dan kesehatan. Dalam konteks globalisasi dan liberalisasi, Bank Dunia mendukung reformasi yang dapat membuka ekonomi negara-negara berkembang sehingga dapat berpartisipasi lebih aktif dalam perdagangan global.

8.9 Dampak Globalisasi terhadap Tenaga Kerja

Globalisasi juga berdampak besar pada pasar tenaga kerja, baik di negara maju maupun negara berkembang. Dampaknya bervariasi, tergantung pada sektor ekonomi yang terlibat dan tingkat perkembangan ekonomi suatu negara.

1. Perubahan Struktur Pekerjaan

Di negara maju, globalisasi sering kali menyebabkan penurunan jumlah pekerjaan di sektor manufaktur karena perusahaan memindahkan operasi produksi mereka ke negara-negara berkembang yang biaya produksinya lebih rendah. Fenomena ini dikenal sebagai **outsourcing**, yang mengakibatkan hilangnya lapangan kerja di sektor-sektor yang dulu mendominasi ekonomi negara-negara maju. Sebaliknya, terjadi peningkatan di sektor jasa, teknologi, dan inovasi, di mana tenaga kerja yang lebih terampil dibutuhkan.

Di negara berkembang, globalisasi sering kali memberikan dorongan besar terhadap sektor manufaktur dan industri yang menerima investasi asing. Banyak negara berkembang, seperti Tiongkok, India, dan Vietnam, mengalami peningkatan lapangan kerja di sektor-sektor ini sebagai hasil dari perpindahan produksi dari negara maju.

2. Pekerja Migran

Globalisasi juga telah menyebabkan peningkatan migrasi tenaga kerja antarnegara. Pekerja dari negara-negara berkembang sering kali bermigrasi ke negara-negara maju untuk mencari pekerjaan dengan gaji yang lebih tinggi. Fenomena ini membawa manfaat bagi kedua belah pihak: negara-negara penerima mendapat tenaga kerja murah, sementara negara asal mendapat aliran devisa dari remitansi para pekerja migran. Namun, migrasi tenaga kerja ini juga menimbulkan tantangan, seperti eksploitasi tenaga kerja dan persoalan sosial di negara tujuan.

3. Ketidaksetaraan Pendapatan

Salah satu dampak negatif dari globalisasi terhadap tenaga kerja adalah meningkatnya ketidaksetaraan pendapatan. Di negara berkembang, meskipun globalisasi menciptakan

lapangan kerja baru, sebagian besar pekerjaan ini berupah rendah dan sering kali berada dalam kondisi kerja yang buruk. Sementara itu, pekerja terampil yang memiliki akses ke pendidikan dan teknologi cenderung menikmati manfaat lebih besar dari globalisasi, memperbesar kesenjangan antara kaya dan miskin.

8.10 Tantangan Terhadap Kedaulatan Nasional

Proses globalisasi dan liberalisasi sering kali menimbulkan tantangan terhadap kedaulatan negara. Dalam ekonomi global yang semakin terintegrasi, negara-negara harus mengikuti aturan-aturan internasional yang terkadang dapat membatasi kebijakan domestik mereka.

1. Pengaruh Perusahaan Multinasional

Perusahaan multinasional (MNC) memiliki kekuatan yang sangat besar dalam ekonomi global. Mereka sering kali memiliki pendapatan yang lebih besar daripada PDB beberapa negara, sehingga mereka dapat mempengaruhi kebijakan ekonomi dan politik di negara-negara tempat mereka beroperasi. Misalnya, negara berkembang mungkin terpaksa mengubah kebijakan lingkungan atau perburuan mereka agar menarik bagi investor asing. Ketergantungan yang besar pada investasi asing dapat mengurangi kedaulatan ekonomi negara tersebut.

2. Regulasi Global dan Kebijakan Domestik

Negara-negara yang menjadi anggota WTO atau yang menandatangani perjanjian perdagangan bebas harus mematuhi aturan-aturan yang ditetapkan oleh organisasi internasional atau perjanjian tersebut. Hal ini sering kali membatasi ruang gerak negara dalam menetapkan kebijakan yang sesuai dengan kebutuhan domestiknya. Sebagai contoh, aturan WTO mungkin mengharuskan suatu negara untuk membuka pasar mereka bagi produk impor, meskipun kebijakan proteksionis mungkin lebih menguntungkan bagi industri dalam negeri yang baru berkembang.

8.11 Masa Depan Globalisasi dan Liberalisasi

Di tengah perkembangan global yang dinamis, masa depan globalisasi dan liberalisasi masih terus diperdebatkan. Beberapa tren dan tantangan di masa depan mungkin akan menentukan arah globalisasi.

1. Reaksi Terhadap Globalisasi: Proteksionisme

Meskipun globalisasi telah membawa banyak manfaat, banyak negara mulai menunjukkan reaksi terhadapnya dengan mengadopsi kebijakan proteksionis. Beberapa negara, terutama negara-negara maju, mulai merasakan dampak negatif dari globalisasi, seperti hilangnya pekerjaan manufaktur dan ketidaksetaraan ekonomi. Hal ini mendorong munculnya gerakan proteksionis, seperti Brexit di Inggris dan kebijakan "America First" di Amerika Serikat. Kebijakan proteksionis berpotensi memperlambat laju globalisasi dan liberalisasi perdagangan. Dengan meningkatkan tarif dan hambatan perdagangan, negara-negara berusaha melindungi industri dalam negerinya dari kompetisi asing. Namun, kebijakan ini juga berisiko memperburuk ketegangan perdagangan dan mengganggu rantai pasok global yang saling tergantung.

2. Teknologi dan Revolusi Industri 4.0

Masa depan globalisasi juga akan sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, terutama dalam konteks Revolusi Industri 4.0. Teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), otomatisasi, dan Internet of Things (IoT) akan mengubah lanskap ekonomi global. Di satu sisi, teknologi ini dapat meningkatkan produktivitas dan menciptakan lapangan kerja baru. Di sisi lain, otomatisasi mungkin menghilangkan banyak pekerjaan tradisional, terutama di sektor manufaktur dan jasa, yang dapat memperburuk ketidaksetaraan ekonomi.

3. Globalisasi Hijau

Di masa depan, kita mungkin akan melihat bentuk baru dari globalisasi yang lebih berfokus pada keberlanjutan lingkungan. Meningkatnya kesadaran tentang perubahan iklim dan degradasi lingkungan telah mendorong negara-

negara dan perusahaan untuk mencari solusi global yang lebih hijau dan ramah lingkungan. Globalisasi hijau mungkin melibatkan kerja sama internasional yang lebih erat dalam mengatasi tantangan lingkungan, seperti pengurangan emisi karbon dan transisi ke energi terbarukan.

8.12 Kesimpulan

Globalisasi dan liberalisasi internasional adalah proses yang kompleks dan dinamis yang telah membentuk dunia modern dalam banyak aspek. Meskipun kedua fenomena ini membawa banyak manfaat, seperti pertumbuhan ekonomi dan inovasi teknologi, mereka juga menghadirkan tantangan serius, termasuk ketidaksetaraan ekonomi, degradasi lingkungan, dan hilangnya kedaulatan nasional.

Untuk menghadapi tantangan ini, diperlukan kerja sama internasional yang kuat, kebijakan domestik yang bijak, dan inovasi teknologi yang berkelanjutan. Dengan demikian, dunia dapat memaksimalkan manfaat dari globalisasi dan liberalisasi, sekaligus memitigasi dampak negatifnya, demi menciptakan masa depan yang lebih adil dan berkelanjutan bagi semua negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, R. D. (2005) 'Dampak Liberalisasi Keuangan dan Perdagangan Internasional Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 1970-2002', *Ekonomi Pembangunan*, 10, pp. 13-30.
- Noer Arfani, R. (2004) 'G G L L O O B B a a L L I I S S a a S S I I', *Ekonomi Politik Digital Journal Al-Manär Edisi I*, (April 2003), pp. 1-13.

BIODATA PENULIS



Maal Naylah, S.E., M.Si.

Dosen Program Studi Ekonomi
Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

Penulis lahir di Banyumas tanggal 19 Desember 1982. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Ekonomi Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan dan melanjutkan S2 pada Magister Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan. Penulis merupakan pengajar yang mengampu mata kuliah Ekonomi Internasional, Ekonomi Regional dan beberapa mata kuliah lain.

BIODATA PENULIS



Muhammad Zulkarnain, ME

Dosen Program Studi Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Penulis adalah putra pertama (dari sembilan bersaudara) dari Bapak Abdul Halim (*Almarhum*) dan Ibu Asro yang dilahirkan di Asahan (Sumatera Utara) pada 10 Februari 1967. Setelah menamatkan pendidikan SD tahun 1980, SMP tahun 1983, dan SMA tahun 1986, kemudian melanjutkan pendidikan Sarjana (S₁) di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian (*Agribisnis*) Fakultas Pertanian Institut Pertanian “STIPER” (INSTIPER) Yogyakarta, dan lulus pada tahun 1994 dengan judul Tesis Evaluasi Perkreditan Petani Plasma Kelapa Sawit di PIR Khusus I Sungei Tapung Riau.

Pada tahun 1995-2000, penulis bekerja di Hutan Tanaman Industri (HTI) PT. PSPI Surya Dumai Group Pekanbaru. Lalu berwiraswasta mulai tahun 2001, kemudian pada bulan Juli 2017, melanjutkan pendidikan S₂ pada Program Studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, dan lulus pada bulan Agustus 2019 dengan judul Tesis Pengaruh *Financing to Deposit Ratio* (FDR) dan *Non Performing Financing* (NPF) terhadap Profitabilitas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Sumatera Barat dengan Inflasi sebagai Variabel Moderasi.

Selanjutnya, sampai dengan sekarang penulis aktif sebagai Dosen mata kuliah Ekonomi Internasional, Ekonomi Mikro Syariah,

Fiskal dan Moneter dalam Islam, Pengantar Kewirausahaan, Matematika Ekonomi, dan Statistik Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Email Penulis : muhammadzulkarnain1002@gmail.com

BIODATA PENULIS



H. Miswan, SE, MSi

Staf Pengajar Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Sahid Jakarta

Penulis lahir di Asahan, Sumatera Utara pada tanggal 4 Februari 1964. Penulis menjadi dosen sejak tahun 1988 dengan mata kuliah Teori Ekonomi Mikro, Teori Ekonomi Makro, Bisnis Internasional dan Ekonomi Internasional. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sahid Jakarta. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 pada Fakultas ekonomi Universitas Medan Area lulus tahun 1987 dan menyelesaikan Program Pasca Sarjana (S2) di Universitas Padjadjaran Bandung lulus pada tahun 1992. Kepangkatan akademik penulis saat ini adalah Lektor Kepala sejak tahun 2001 pada bidang Ilmu ekonomi, Ekonomi Mikro, Ekonomi Makro dan Ekonomi Internasional.

BIODATA PENULIS



Ana Fitriyatul Bilgies, S.E., M.M.

Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Darul 'Ulum Lamongan

Penulis adalah dosen tetap pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul 'Ulum Lamongan. Menyelesaikan Pendidikan S1 pada jurusan manajemen pada tahun 2011 dan S2 pada tahun 2014 Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jatim.. Dan saat ini sedang lanjut studi S3 Doktoral Manajemen di Universitas di Surabaya.
Email: anafitriyatulbilgies@unisda.ac.id

BIODATA PENULIS



Dr. Abdurohim, SE, MM.

Kelahiran Cirebon (Jawa Barat) 12 April 1964, berkecimpung sebagai praktisi Perbankan selama 31 tahun pada PT. Bank Papua, dengan jabatan terakhir *Vice President* pada Divisi Perencanaan Strategis (Renstra).

Keahlian yang dimiliki adalah Audit Perbankan, Perencanaan Strategis, Pemasaran, *Manajemen Human Capital*, Penyusunan BPP & SOP dan Struktur Organisasi Perusahaan Perbankan.

Pendidikan Doktor (S3) Ilmu Manajemen Keuangan dari Universitas Cendrawasih (2017), Pendidikan Magister Manajemen (S2)-Manajemen Keuangan, dari Universitas Hasanudin (2003), dan Pendidikan Sarjana (S1) Manajemen Keuangan & Perbankan dari STIE YPKP Bandung (1989). Saat ini sebagai pengajar/dosen tetap (Lektor) pada Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi, Jawa Barat.

Telah menyelesaikan penulisan buku (Kolaborasi) sebanyak: 125 buah terdiri dari *Book Chapter* 119 buku, dan 4 buku Penulis tunggal, diantaranya:

E-Commerce (Strategi dan Inovasi Bisnis berbasis Digital), Analisa Laporan Keuangan, Anggaran Operasional Perusahaan Manufaktur, Bank dan lembaga Keuangan Lainnya, Etika Bisnis Suatu Pengantar, HRM in Industry 5.0, Isu-Isu Kontemporer Akuntansi Manajemen, Kesehatan Lingkungan suatu pengantar, Knowledge Management, Marketing Tourism Service, Menakar Ekonomi masa pademi & New normal, New Normal Era Edisi II,

Operations Management, Tantangan Pendidikan Indonesia di Masa depan, Teori dan Praktik Manajemen Bank Syariah Indonesia, The Art of Branding, Pasar Modal Syariah, Manajemen Pemasaran (Implementasi Strategi Pemasaran di Era Society 5.0). Perencanaan & Simulasi Bisnis, Manajemen Strategi, *Business Sustainability, eCommerce*, Mencari wajah pembangunan di Indonesia, *Business Intelligence, Digital Economy e Government*, Analisa Laporan Keuangan, Metode Penelitian Kualitatif, Pengantar Manajemen, Manajemen Konflik, Sistem Transaksi Keuangan, Kebijakan Perpajakan di Indonesia,. Keuangan Daerah (Perencanaan & Anggaran Daerah), Konsep dasar Akuntansi, *Financial Technology*, HRM: Perencanaan & Rekrutmen SDM

Telah mengikuti pendidikan/Lulus (Profesional): Sekolah Pimpinan Bank (Sespibank), Sekolah Pemimpin Cabang, Manajemen Risiko level 4, Keuangan Berkelanjutan (SDGs).

Bersertifikat : Dosen Profesional (Serdos) dari Kemendikbudristek

Anggota : *Project Management Office* Indonesia (POM-PI)

Email : Abdurrohim@mn.Unjani.ac.id

BIODATA PENULIS



Widhy Wahyani, ST., MM.

Dosen Program Studi Bisnis Digital S-1
Fakultas Teknologi Industri
Institut Teknologi Nasional Malang

Penulis lahir di Nganjuk, pada tanggal 11 Agustus 1975. Wanita lulusan Universitas 17 Agustus 1945 (program S-1) dan Universitas Wijaya Putra Surabaya (program S-2) yang kerap disapa Widhy adalah seorang pengajar (dosen) DPK (Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah VII). Ia mengajar pada Program Studi Bisnis Digital Program S-1. Dosen adalah profesi yang digelutinya sejak 24 tahun yang lalu. Bidang Ilmu yang ditekuni adalah Manajemen Operasi dan Produksi (Proses Produksi), Manajemen Kualitas, Ergonomi Industri dan Perancangan Sistem Kerja, *Supply Chain and Management, Entrepreneur and Digital Technology*. Awal tahun 1998 mengawali karir sebagai dosen di Universitas Wijaya Putra Surabaya. Tahun 2005 memperoleh status sebagai dosen DPK saat masih mengajar pada perguruan tinggi yang sama. Tahun 2007-2014 berdinasi di ITATS Surabaya. Tahun 2014-2020 berdinasi di STT POMOSDA Nganjuk. Tahun 2020 – saat ini berdinasi di ITN MALANG. Motto: Jagalah Lakumu, Karena Lakumu, Akan Menentukan Tuhanmu.

BIODATA PENULIS



Tri Widayati

Staf Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

Penulis lahir di Semarang, tanggal 28 April 1966. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Semarang. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Diponegoro Semarang, dan melanjutkan jenjang S2 pada Magister Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Diponegoro Semarang. Penullis melanjutkan program Doktor pada Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, lulus pada tahun 2017. Penulis mengampu mata kuliah Ekonomi Pembangunan, Ekonomi Mikro, Matematika Ekonomi, Ekonomi Makro dan Ekonomi Manajerial.