

Puspa Novita Sari, S.Si, M.M.



BISNIS INTERNASIONAL

Konsep dan Aplikasi



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Puspa Novita Sari, S.Si, M.M.



BISNIS INTERNASIONAL

Konsep dan Aplikasi



**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta**

BISNIS INTERNASIONAL

Puspa Novita Sari, S.Si, M.M. © Penulis 2020

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian
Atau seluruh buku ini
Tanpa seijin tertulis dari penerbit.

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)
BISNIS INTERNASIONAL/ Puspa Novita Sari, S.Si, M.M.
—cet.1.—Yogyakarta: Gerbang Media, 2020
vi + 144 hal. 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-602-6248-87-9

Cetakan 1 juli 2020

CV Gerbang Media Aksara Bekerjasama dengan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta
Alamat. Jl sampangan No 58A, Rt 01
Banguntapan, Bantul, Yogyakarta Telp. (0274)
4353651

KATA PENGANTAR

Assamualaukum Wr.wb

Alhamdulillah puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penyusunan Buku Daras Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta tahun Anggaran 2020 dapat terselesaikan dengan baik.

Penyusunan Buku Daras ini memiliki maksud adalah sebagai acuan dan refrensi bagi seluruh civitas Akademika di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya bagi Mahasiswa yang sedang menyelesaikan mata kuliah yang tertera dalam judul buku daras ini. Selain itu buku daras ini digunakan sebagai panduan bagi Dosen dalam melaksanakan pembelajaran dan pengajaran kepada mahasiswa.

Buku Daras ini merupakan salah satu program tahunan dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang bersumber dari anggaran PNBP yang tertera dalam daftar isian pelaksanaan anggaran tahun 2020

Besar harapan kami buku daras ini memberikan manfaat kepada Dosen, Mahasiswa dan seluruh civitas akademika yang sedang melakukan proses pembelajaran dan perkuliahan pada mata kuliah yang tertera dalam buku ini

Dengan mengucapkan Alhamdulillah dengan hadirnya buku daras ini semoga memberikan manfaat yang sangat besar kepada peningkatan kualitas dan mutu pembelajaran di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Akhirnya kami ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang membantu dalam proses penyelesaian buku daras ini khususnya kepada para penulis.

Wassalamualaikum wr.wb

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Rahmawan Arifin, SE., M.Si

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga Buku Ajar “Bisnis Internasional : Konsep dan Aplikasi” ini telah dapat diselesaikan. Shlawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun kepada jalan dan ketaqwaan yang mulia.

Wawasan mengenai bisnis internasional sangat penting bagi para mahasiswa di bidang bisnis terlebih untuk mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Buku bahan ajar mata kuliah bisnis internasional ini hadir untuk memenuhi kebutuhan baik untuk mahasiswa, praktisi, maupun akademisi di bidang bisnis internasional. Buku ini dilengkapi dengan kajian teoritis, penelitian terkini terkait bisnis internasional, konsep dan aplikasi bisnis internasional di dunia kerja, serta soal-soal latihan sebagai bahan untuk pendalaman materi. Oleh karena itu, dengan hadirnya buku ini diharapkan mampu menjawab tantangan-tantangan dalam dunia bisnis internasional di era revolusi industri saat ini.

Dalam penyusunan buku ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan dari penyusunan buku ini, dan mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun untuk selanjutnya agar dapat menghasilkan karya lainnya dengan lebih baik dan bermanfaat.

Surakarta, April 2020
Penyusun,

Puspa Novita Sari, S.Si, M.M.

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	v
Bab 1. Pendahuluan.....	1
1.1. Deskripsi.....	1
1.2. Prasyarat.....	1
1.3. Petunjuk Belajar.....	1
1.4. Kompetensi dan Indikator.....	2
Bab 2. Gambaran Umum Bisnis Internasional.....	4
2.1. Kompetensi dan Indikator	4
2.2. Pengertian Bisnis Internasional	4
2.3. Pengertian Bisnis Berdasarkan Ruang Lingkup.....	10
2.4. Hakikat Bisnis Internasional	11
2.5. Pentingnya Mempelajari Bisnis Internasional.....	14
2.6. Bisnis Internasional Berbeda dengan Bisnis Domestik	16
2.7. Tahapan-tahapan dalam Memasuki Bisnis Internasional	16
2.8. Hambatan dan Kekuatan dalam Menjalankan Bisnis Internasional	18
2.9. Bisnis Internasional di Era Digital	21
2.10. Pertanyaan dan Latihan	27
Bab 3. Globalisasi Ekonomi.....	28
3.1. Kompetensi dan Indikator	28
3.2. Pengertian Globalisasi Ekonomi	28
3.3. Pendorong Globalisasi	31
3.4. Dampak Besar dari Adanya Globalisasi	32
3.5. Pengaruh Globalisasi terhadap Perekonomian Nasional	34
3.6. Peran Globalisasi Ekonomi terhadap Inflasi : Pendekatan Data Panel.... ..	35

3.7. Peran Lembaga Internasional terhadap Perekonomian Indonesia	37
3.8. Pertanyaan dan Latihan.....	38
Bab 4. Kekuatan Lingkungan Bisnis Internasional.....	39
4.1. Kompetensi dan Indikator	39
4.2. Kekuatan-kekuatan dalam Bisnis Internasional	39
4.3. Ruang Lingkup Lingkungan dalam Bisnis Internasional	41
4.4. Model Lingkungan Bisnis Internasional	43
4.5. Pertanyaan dan Latihan	44
Bab 5. Teori Perdagangan dan Investasi Internasional.....	45
5.1. Kompetensi dan Indikator	45
5.2. Perdagangan Internasional	45
5.3. Investasi Internasional	60
5.4. Pertanyaan dan Latihan	66
Bab 6. Pembayaran Internasional	67
6.1 Kompetensi dan Indikator	67
6.2 Pengertian Pembayaran Internasional	67
6.3 Cara dan Alat Pembayaran Internasional	67
6.4 Sistem Pembayaran Internasional	68
6.5 Pasar Valuta Asing	86
6.6 Nilai Tukar Valuta Asing (Kurs)	89
6.7 Pelaku Pasar Valuta Asing	90
6.8 Perhitungan Kurs	90
6.9 Pertanyaan dan Latihan	91
Bab 7. Neraca Pembayaran	93
7.1 Kompetensi dan Indikator	93
7.2 Sistem Moneter Internasional	93
7.3 Neraca Pembayaran	97
7.4 Sistem Akuntansi Neraca Pembayaran	74
7.5 Neraca Pembayaran Indonesia Tahun 2019	106
7.6 Pertanyaan dan Latihan	109
Bab 8. Kondisi Perekonomian dan Inflasi di Indonesia.....	110
8.1 Kompetensi dan Indikator	110
8.2 Pengertian Inflasi	110
8.3 Jenis-jenis Inflasi	111

8.4	Teori Inflasi	114
8.5	Dampak Inflasi terhadap Perekonomian	117
8.6	Pengukuran Inflasi	118
8.7	Indeks Harga Konsumen dan Inflasi di Indonesia pada Triwulan I, Triwulan II, Triwulan III, dan Triwulan IV Tahun 2019	120
8.8	Pertanyaan dan Latihan	126
Bab 9.	Kebijakan Perdagangan Internasional.....	127
9.1	Kompetensi dan Indikator	127
9.2	Latar Belakang Perumusan Kebijakan Perdagangan Internasional	127
9.3	Kebijakan Perdagangan Internasional	128
9.4	Hambatan Perdagangan Internasional	129
9.5	Peningkatan Perdagangan Internasional	133
9.6	Mengendalikan Praktek-praktek Perdagangan yang Tidak Adil	134
Bab 10.	Perancangan Organisasi Bisnis Internasional.....	136
10.1.	Kompetensi dan Indikator	136
10.2.	Latar Belakang Perancangan Organisasi dan Permasalahannya	136
10.3.	Sifat Perancangan Organisasi Internasional	138
10.4.	Perancangan Organisasi Global	138
Daftar Pustaka	143

1.1. Deskripsi

Kegiatan bisnis antar negara adalah hal yang menarik untuk diperbincangkan. Hal ini disebabkan karena adanya keterbatasan sumber daya yang dimiliki suatu negara. Sehingga mustahil bagi suatu negara untuk dapat hidup sendiri tanpa bersinggungan dengan negara lain. Dalam hal pemenuhan kebutuhan, setiap negara melakukan sebuah hubungan bisnis satu sama lain. Hubungan bisnis antar negara itulah yang disebut sebagai bisnis internasional. Dengan adanya hubungan bisnis ini maka semakin banyak keuntungan yang diperoleh suatu negara, namun tidak menutup kemungkinan juga akan kerugian yang didapat.

Dalam mempelajari bisnis internasional terdapat beberapa topik yang akan diperbincangkan, antara lain yaitu gambaran umum bisnis internasional, globalisasi ekonomi, kekuatan lingkungan bisnis internasional, teori perdagangan dan investasi internasional, sistem pembayaran internasional, neraca pembayaran, kondisi perekonomian dan inflasi di Indonesia, perumusan kebijakan perdagangan internasional, dan perancangan organisasi bisnis internasional.

1.2. Prasyarat

Dalam hal penguasaan terhadap materi mengenai Bisnis Internasional, maka sebaiknya Anda pernah mempelajari materi tentang pengantar ilmu ekonomi, ekonomi mikro, dan ekonomi makro.

1.3. Petunjuk Belajar

Materi dalam buku ajar ini dapat dipelajari dengan mudah karena terdapat ilustrasi berupa gambar maupun grafik yang mewakili isi materi, serta adanya soal-soal latihan sebagai bahan pendalaman materi. Untuk mencapai kompetensi serta indikator

yang ditetapkan, maka diharapkan proses pembelajaran berdasarkan sistematika berikut :

- a. Kompetensi dan indikator harap dibaca dengan cermat pada setiap kegiatan belajar;
- b. Apabila kompetensi dan indikator sudah dapat dipahami, lanjutkan dengan membaca materi tersebut;
- c. Setiap penjelasan materi yang disampaikan oleh dosen wajib diperhatikan dengan seksama;
- d. Apabila terdapat materi yang belum paham maka diskusikan kembali kepada dosen, rekan, maupun dengan mencari rujukan literatur.

1.4. Kompetensi dan Indikator

Setelah mempelajari buku ajar ini, diharapkan pembaca mampu memahami setiap materi yang disampaikan dan mengacu pada standar kompetensi serta indikator sebagai berikut :

- a. Standar Kompetensi
Mampu memahami konsep dasar bisnis internasional serta aplikasinya dalam dunia bisnis internasional.
- b. Kompetensi Dasar
 - 1) Memahami Perdagangan Internasional
 - 2) Memahami Pembayaran Internasional
 - 3) Memahami Neraca Pembayaran
 - 4) Menganalisa Kondisi Perekonomian dan Inflasi di Indonesia
 - 5) Memahami Perumusan Kebijakan Perdagangan Internasional
- c. Indikator
 - 1) Memahami pengertian bisnis internasional
 - 2) Memahami perbedaan antara perdagangan internasional dan pemasaran internasional
 - 3) Memahami pengaruh globalisasi terhadap perekonomian nasional
 - 4) Memahami kekuatan lingkungan dalam bisnis internasional
 - 5) Memahami teori-teori perdagangan dan investasi internasional
 - 6) Memahami sistem pembayaran internasional

- 7) Memahami pengertian dan komponen neraca pembayaran
- 8) Memahami teori inflasi dan mampu menganalisa inflasi di Indonesia
- 9) Memahami kebijakan perdagangan internasional serta hambatan perdagangan internasional
- 10) Memahami perancangan organisasi bisnis global serta isu yang berkaitan dengan perencanaan organisasi global

Bab GAMBARAN UMUM BISNIS INTERNASIONAL

2

2.1. Kompetensi dan Indikator

Dengan mempelajari bab ini, Anda diharapkan dapat memahami gambaran umum bisnis internasional yang meliputi pengertian bisnis internasional, pengertian bisnis berdasarkan ruang lingkup, hakikat bisnis internasional, pentingnya mempelajari bisnis internasional, perbedaan bisnis internasional dengan bisnis domestik, tahapan-tahapan dalam memasuki bisnis internasional, hambatan dan kekuatan dalam menjalankan bisnis internasional, serta bisnis internasional di era digital.

2.2. Pengertian Bisnis Internasional

Kata “bisnis” berasal dari bahasa Inggris yaitu “*business*”, yang diambil dari kata “*busy*”, yang berarti sibuk. Jadi bila melihat pola bahasanya, kata “*business*” bisa diartikan sebagai kesibukan. Pengertian tersebut mungkin tidak tepat bila digunakan sekarang ini karena “bisnis” diasosiasikan sebagai aktivitas ekonomi. Sedangkan kata internasional yang diambil dari bahasa Inggris “*international*” artinya menyangkut bangsa atau negara di seluruh dunia; antarbangsa. Jadi bisnis internasional secara bahasa adalah aktivitas ekonomi yang dilakukan antar bangsa.

Bisnis internasional didefinisikan sebagai bisnis yang kegiatan-kegiatannya melewati batas-batas negara (Ball, Geringer, Minor, & McNett, 2013). Definisi ini tidak hanya termasuk perdagangan internasional dan perusahaan manufaktur di luar negeri tetapi juga industri jasa yang berkembang di bidang-bidang seperti transportasi, pariwisata, periklanan, konstruksi, perdagangan eceran, perdagangan besar dan komunikasi massa. Beberapa definisi lain yang terkait dengan bisnis internasional antara lain:

- ✓ Bisnis luar negeri artinya operasi-operasi domestik di dalam sebuah negara asing.
- ✓ Perusahaan multidomestik (*multidomestic company-MDC*) adalah sebuah organisasi dengan cabang-cabang di banyak negara, yang masing-masing cabang merumuskan strategi bisnisnya sendiri berdasarkan perbedaan-perbedaan pasar yang dipahami.
- ✓ Perusahaan global (*global company-GC*) adalah organisasi yang berupaya untuk melakukan dan memadukan operasi-operasi di seluruh dunia dalam bidang fungsional.
- ✓ Perusahaan internasional (*international company-IC*) merujuk pada perusahaan-perusahaan global maupun multidomestik.

Bisnis internasional juga mencakup seluruh perusahaan yang terlibat dalam perdagangan maupun investasi internasional (Hill, 2013). Bisnis internasional juga diartikan sebagai semua transaksi bisnis komersial baik oleh swasta maupun pemerintah diantara 2 (dua) negara atau lebih (Radebaugh & Sullivan, 2004).

Transaksi bisnis tersebut apabila dilakukan oleh suatu negara dengan negara lain maka dinamakan dengan perdagangan internasional (*international trade*). Di lain pihak, transaksi bisnis dilakukan pula oleh suatu perusahaan dalam satu negara dengan perusahaan lain atau individu di negara lain yang disebut pemasaran internasional (*international marketing*) yang kemudian diartikan sebagai bisnis internasional. Dari pengertian tersebut, dapat dibedakan bahwa terdapat dua transaksi bisnis internasional, yaitu:

a. Perdagangan internasional (*international trade*)

Perdagangan internasional yang merupakan transaksi antar negara biasanya dilakukan dengan cara tradisional yaitu ekspor dan impor. Sama halnya dengan perdagangan dalam negeri yakni melakukan transaksi “jual-beli” maka dalam perdagangan luar negeri pun juga dilakukan aktivitas “jual” yang disebut ekspor dan aktivitas “beli” yang lazim disebut impor. Yang dimaksudkan ekspor dan impor dalam pengertian ini dibatasi pada ekspor dan impor barang-barang (*visible goods*).

Faktor pertama yang harus diperhatikan adalah faktor hasil (*proceeds*) dan biaya (*cost*). Barang-barang yang akan dijual ke

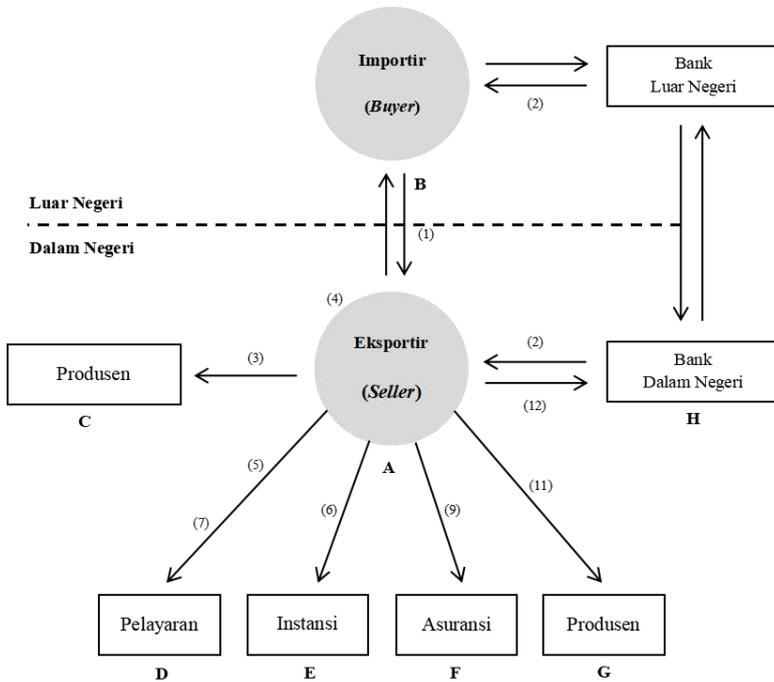
luar negeri adalah barang yang biaya produksinya relatif murah dibandingkan dengan ongkos pembuatannya di luar negeri, dalam arti kata jika diekspor akan dapat dijual dengan menguntungkan. Sebaliknya barang-barang yang akan diimpor adalah barang yang biaya produksinya di dalam negeri terlalu tinggi, atau yang sama sekali belum bisa diproduksi.

Dalam melakukan aktivitas perdagangan luar negeri, harus diperhatikan ketentuan dan peraturan pemerintah yang mengatur perdagangan impor maupun ekspor.

Pada umumnya tata cara perdagangan dalam negeri tidak berbeda dengan perdagangan luar negeri, hanya saja perdagangan luar negeri agak lebih sulit dan berbelit-belit disebabkan faktor-faktor berikut ini :

1. Pembeli dan penjual terpisah oleh batas-batas kenegaraan (geopolitik)
2. Barang harus dikirim atau diangkut dari satu negara ke negara lainnya melalui bermacam peraturan seperti peraturan pabean, yang bersumber dari pembatasan yang dikeluarkan oleh masing-masing pemerintah
3. Antara satu negara dengan negara lainnya tidak jarang terdapat perbedaan dalam bahasa, mata uang, takaran dan timbangan, hukum dan *usance* dalam perdagangan, dan lain-lain.

Prosedur yang harus dilaksanakan eksportir dalam penyelesaian suatu transaksi ekspor dapat dilihat melalui Gambar 2.1 sebagai berikut (Suwiryo, 2018):

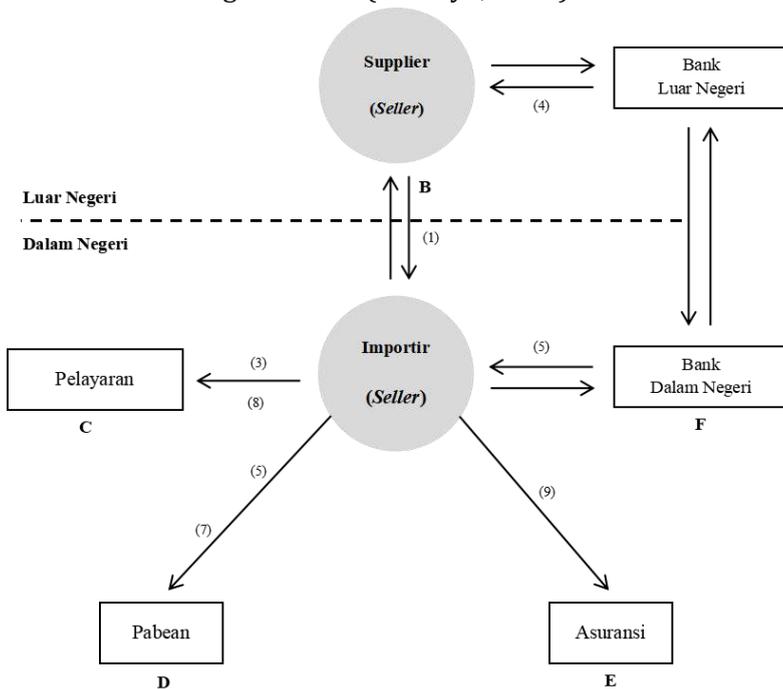


Keterangan :

1. Eksportir menerima *order* (pesanan) dari pelanggan luar negeri (B-A),
2. Bank memberitahukan telah dibukanya L/C untuk dan atas nama eksportir (H-A),
3. Eksportir menempatkan pesanan kepada *leveransir maker* pemilik barang/produsen (A-C),
4. Eksportir menyelenggarakan pengepakan barang khusus untuk diekspor (*sea worthy packing*) (A),
5. Eksportir memesan ruangan kapal (*booking*) dan mengeluarkan *shipping order* pada maskapai pelayaran (A-D),
6. Eksportir menyelesaikan semua formulir ekspor dengan semua instansi ekspor yang berwenang (A-E),
7. Eksportir menyelenggarakan pemuatan barang ke atas kapal, dengan atau tanpa mempergunakan perusahaan ekspedisi (A-D),

8. Eksportir mengurus *bill of lading* dengan maskapai pelayaran (A-D),
9. Eksportir menutup asuransi laut dengan maskapai asuransi (A-F),
10. Menyiapkan faktur dan dokumen-dokumen pengapalan lainnya (A),
11. Mengurus *consular-invoice* dengan *trade councelor* kedutaan negara importir (A-G),
12. Menarik wesel kepada *opening bank* dan menerima hasilnya dari *negotiating bank* (A-H),
13. *Negotiating bank* mengirimkan *shipping documents* kepada *principal*-nya di negara importir (H-I),
14. Eksportir mengirimkan *shipping advice* dan *copy shipping documents* kepada importir (A-B).

Sedangkan prosedur atau proses tata cara dalam menyelesaikan suatu transaksi impor dapat dilihat melalui Gambar 2.2 sebagai berikut (Suwiryo, 2018):



Gambar 2.2. Prosedur Impor

Keterangan :

1. Importir menempatkan *order* (pesanan) kepada eksportir di luar negeri (A-B),
2. Importir membuka *letter of credit* untuk dan atas nama eksportir di luar negeri melalui bank di dalam negeri (*opening bank*) (A-F),
3. Bank menyelenggarakan pembukaan L/C untuk eksportir melalui korespondennya di negara eksportir (F-G),
4. *Shipping documents* diterima oleh bank di dalam negeri dari korespondennya di luar negeri (G-F),
5. Bank di dalam negeri mengakseptor atau menghonorir wesel yang ditarik oleh eksportir dan yang dikirimkan dengan *shipping documents*, dan kemudian menyelesaikan perhitungan tagihannya dengan importir. Setelah itu barulah bank menyerahkan *shipping documents* kepada importir (F-A),
6. Importir menyerahkan *bill of lading* kepada maskapai pelayaran (atau *agent*-nya) yang mengangkut barang-barang tersebut untuk ditukarkan dengan DO (*delivery order*) (A-C),
7. Importir menyelesaikan bea-bea masuk dengan pabean (A-D),
8. Importir mengambil barang-barang dari maskapai pelayaran setelah semua formalitas impor dipenuhi (A-C),
9. Importir mengajukan *claims* (ganti rugi) kepada eksportir atau kepada maskapai asuransi, dalam hal kedatangan kerusakan atau kekurangan (A-E dan A-B),
10. Melunasi wesel pada hari jatuh temponya, kalau hal itu belum diselesaikan sebelumnya dengan Bank (A-F).

Dengan adanya transaksi ekspor-impor ini maka timbul neraca perdagangan (*balance of trade*). Negara dikatakan mengalami defisit neraca perdagangan jika memiliki nilai impor yang lebih besar dibandingkan nilai ekspornya. Dan sebaliknya negara dikatakan memiliki neraca perdagangan surplus jika nilai ekspornya lebih besar daripada nilai impornya. Besar kecilnya aliran uang kas masuk dan keluar antar negara disebut sebagai neraca pembayaran (*balance of payment*). Apabila neraca

pembayaran mengalami surplus maka dapat dikatakan bahwa negara tersebut mengalami penambahan devisa negara, sebaliknya apabila neraca pembayaran suatu negara defisit, maka hal ini menunjukkan bahwa negara tersebut mengalami pengurangan devisa negara.

b. Pemasaran Internasional (*international marketing*)

Pemasaran internasional yang biasa disebut sebagai bisnis internasional (*international business*) merupakan keadaan dimana suatu perusahaan dapat terlibat dalam suatu transaksi bisnis dengan negara lain, perusahaan lain ataupun masyarakat umum di luar negeri. Produk yang dipasarkan itu tidak saja berupa barang akan tetapi dapat pula berupa jasa.

2.3. Pengertian Bisnis Berdasarkan Ruang Lingkup

Berdasarkan ruang lingkup aktivitasnya, jenis-jenis bisnis dibedakan menjadi 4 (empat), antara lain sebagai berikut :

- a. Bisnis Domestik yaitu bisnis yang secara nyata ditujukan pada aktivitas bisnis dalam negeri.
- b. Bisnis Internasional yaitu bisnis yang bertindak lebih jauh lagi dari bisnis domestik dan bukan sekedar pemasaran ekspor akan tetapi jauh terlibat dalam lingkungan pemasaran dalam negara tempat perusahaan tadi mendirikan perusahaannya.
- c. Bisnis Multinasional yaitu bisnis yang dimulai dengan memfokuskan pada pemanfaatan pengalaman dan produk perusahaan lalu perusahaan menyadari perbedaan dan keunikan lingkungan dalam negara tadi dan menentukan peranan baru untuk hal itu sendiri, melakukan adaptasi pemasaran perusahaan pada kebutuhan dan keinginan yang unik dari pelanggan di negara tersebut.
- d. Bisnis Global atau Transnasional yaitu bisnis yang memfokuskan pada pemanfaatan aset, pengalaman, dan produk perusahaan secara global dan melakukan penyesuaian pada apa yang benar-benar unik dan berbeda dalam setiap negara.

2.4. Hakikat Bisnis Internasional

Bisnis internasional merupakan kegiatan bisnis yang dilakukan melewati batas – batas suatu negara. Transaksi bisnis seperti ini merupakan transaksi bisnis internasional. Adapun transaksi bisnis yang dilakukan oleh suatu negara dengan negara lain yang sering disebut sebagai Bisnis Internasional (*International Trade*). Dilain pihak transaksi bisnis yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam suatu negara dengan perusahaan lain atau individu di negara lain disebut Pemasaran Internasional atau *International Marketing*. Pemasaran internasional inilah yang biasanya diartikan sebagai Bisnis Internasional, meskipun pada dasarnya ada dua pengertian berbeda. Jadi kita dapat membedakan adanya 2 (dua) transaksi Bisnis Internasional yaitu :

a. Perdagangan Internasional (*International Trade*)

Dalam hal perdagangan internasional yang merupakan transaksi antar negara itu biasanya dilakukan dengan cara tradisional yaitu dengan cara ekspor dan impor. Dengan adanya transaksi ekspor dan impor tersebut maka akan timbul Neraca Perdagangan Antar Negara atau *Balance of Trade*. Suatu Negara dapat memiliki Surplus Neraca Perdagangan atau Devisit Neraca Perdaganganannya. Neraca perdagangan yang surplus menunjukkan keadaan dimana negara tersebut memiliki nilai ekspor yang lebih besar dibandingkan dengan nilai impor yang dilakukan dari negara partner dagangnya. Dengan neraca perdagangan yang mengalami surplus ini maka apabila keadaan yang lain konstan maka aliran kas masuk ke negara itu akan lebih besar dengan aliran kas keluarnya ke negara partner dagangnya tersebut. Besar kecilnya aliran uang kas masuk dan keluar antar Negara tersebut sering disebut sebagai Neraca Pembayaran atau *Balance of Payments*. Dalam hal neraca pembayaran yang mengalami surplus ini sering juga dikatakan bahwa negara ini mengalami Pertambahan Devisa Negara. Sebaliknya apabila negara itu mengalami defisit neraca perdagangan, berarti nilai impornya melebihi nilai ekspor yang dapat dilakukannya dengan negara lain tersebut. Dengan demikian maka negara tersebut akan

mengalami defisit neraca pembayaran dan menghadapi pengurangan devisa negara.

b. Pemasaran Internasional

Pemasaran internasional merupakan keadaan dimana suatu perusahaan dapat terlibat dengan transaksi bisnis dengan negara lain, perusahaan lain, ataupun masyarakat umum di luar negeri. Transaksi bisnis internasional ini pada umumnya merupakan upaya untuk memasarkan hasil produk di luar negeri. Dalam hal ini maka pengusaha akan terbebas dari hambatan perdagangan dan tarif bea masuk karena tidak ada transaksi ekspor dan impor. Dengan melaksanakan kegiatan produksi dan pemasaran di negara asing maka tidak akan terjadi kegiatan ekspor dan impor. Produk yang dipasarkan dapat berupa barang dan atau jasa. Transaksi tersebut dapat ditempuh dengan cara :

1. *Licensing*

Pemberian lisensi yaitu perjanjian kontraktual dimana sebuah perusahaan memberikan akses kepada penggunaan hak kekayaan intelektualnya (paten, merk dagang, rahasia dagang atau teknologinya) kepada suatu perusahaan lain dengan mendapat bayaran (*royalty*). Perusahaan lain tersebut atau *licensee* akan menggunakan hak kekayaan intelektual itu serta memproduksinya untuk berbagai keperluan dan menjualnya ke publik. Contoh :

- ✓ Starbucks yang ada di Indonesia mendapat lisensi Starbucks, Washington
- ✓ Toyota Astra Indonesia mendapat lisensi dari Toyota Jepang
- ✓ Aqua produk air mineral yang berada di bawah lisensi Danone

2. *Franchising*

Franchising adalah suatu bentuk pemberian khusus lisensi di mana sebuah perusahaan mengadakan kontrak dengan perusahaan lain untuk mengoperasikan jenis usaha tertentu di bawah nama yang dibentuk sesuai dengan aturan-aturan tertentu. Waralaba mengizinkan kepada penerima perjanjian

(pemegang waralaba) untuk menjual produk-produk atau jasa-jasa yang menggunakan merek yang telah dipublikasikan secara luas dan seperangkat prosedur yang telah terbukti baik dengan strategi pemasaran yang telah dikembangkan dan dikendalikan secara seksama dengan mendapatkan royalti. Contoh :

- ✓ McD
- ✓ Pizza Hut
- ✓ Indomaret

3. *Management Contracting*

Management Contracting adalah perjanjian dimana sebuah perusahaan memberikan pengetahuan manajerial dalam beberapa atau seluruh bidang fungsional kepada pihak lain dengan mendapatkan imbalan yang telah disepakati. Misalnya kontrak manajemen dalam bidang perhotelan. Contoh :

- ✓ Hotel Ritz Carlton
- ✓ Four Seasons
- ✓ Westin
- ✓ Hilton

4. *Marketing in Home Country by Host Country*

Marketing in Home Country by Host Country adalah investasi yang dilakukan untuk tujuan secara aktif mengendalikan kekayaan, asset, maupun perusahaan yang terdapat di negara-negara tujuan. Negara dimana terletak kantor pusat induk disebut Negara asal (*home country*) dan setiap Negara lainnya dimana perusahaan tersebut beroperasi disebut negara tujuan (*host country*). Contoh :

- ✓ PT Unilever
- ✓ Colgate
- ✓ Johnson & Johnson

5. *Joint Venturing*

Joint Venturing adalah suatu kerjasama atau kesepakatan antara dua perusahaan tentang produk maupun proyek tertentu, atau antara pemilik modal asing dengan pemilik

modal nasional berdasarkan suatu perjanjian (kontraktual).

Contoh :

- ✓ Indofood dengan Nestle
Dua perusahaan yakni PT Indofood Sukses Makmur Tbk (Indofood) dan Nestle S.A (Nestle) Switzerland, membentuk perusahaan patungan (*joint venture*). Perusahaan *joint venture* tersebut adalah PT Nestle Indofood Citarasa Indonesia.

6. *Multinational Corporation (MNC)*

Multinational Corporation adalah sebuah perusahaan internasional atau transnasional yang berkantor pusat di satu negara tetapi memiliki kantor cabang di berbagai negara maju dan berkembang. Contoh :

- ✓ Coca-Cola
- ✓ Philips
- ✓ Volkswagen
- ✓ British Petroleum
- ✓ Exxon

Semua bentuk transaksi internasional memerlukan transaksi pembayaran yang sering disebut dengan *fee*. Negara (*Home Country*) harus membayar, sedangkan pengirim (*Host Country*) memperoleh *fee* tersebut. Pengertian perdagangan internasional dengan perusahaan internasional sering dikacaukan atau sering dianggap sama saja, akan tetapi seperti kita lihat dalam uraian diatas ternyata memang berbeda. Perbedaan utama terletak pada perlakuannya dimana perdagangan internasional dilakukan oleh negara sedangkan pemasaran internasional merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Disamping itu pemasaran internasional menentukan kegiatan bisnis yang lebih aktif serta lebih progresif dibandingkan perdagangan internasional.

2.5. Pentingnya Mempelajari Bisnis Internasional

Bisnis internasional penting untuk dipelajari baik oleh pelaku bisnis, akademisi, mahasiswa, maupun khalayak umum karena:

- a. Semua organisasi besar mempunyai usaha internasional yang dipengaruhi oleh perekonomian global.
Organisasi-organisasi besar yang memiliki usaha internasional tentunya harus memiliki pemahaman yang mumpuni mengenai perekonomian secara global. Hal ini dikarenakan bisnis yang dijalankan melibatkan lebih dari 1 (satu) negara. Oleh karena itu, perlu untuk pelaku bisnis mempelajari perekonomian secara global sebagai upaya peningkatan kualitas produk maupun jasa yang ditawarkan.
- b. Pertumbuhan *e-commerce* membuka peluang baru bagi bisnis di luar negaranya.
Dewasa ini kemajuan teknologi semakin tak dapat dipungkiri. Kebutuhan masyarakat akan kemudahan akses dalam melakukan transaksi jual dan beli di manapun dan kapanpun menjadi salah satu alasan selalu terbuka peluang baru bagi bisnis di luar negara.
- c. Untuk mengimbangi pola pasar pesaing.
Persaingan di dunia bisnis semakin ketat sehingga tidak mengherankan bila pelaku bisnis berlomba-lomba dalam memberi pelayanan terbaik untuk para pelanggannya khususnya bagi perusahaan-perusahaan yang penjualannya menjangkau hingga ke luar negeri.
- d. Mengikuti perkembangan teknologi dan sarana bisnis mutakhir.
Teknologi yang makin berkembang secara pesat menuntut setiap lapisan pelaku bisnis untuk terus mengikuti perkembangannya dengan memberikan sarana-sarana bisnis yang mutakhir.
- e. Mendapatkan pemahaman budaya.
Budaya merupakan salah satu elemen penting dalam menunjang keberhasilan bisnis internasional. Pelaku bisnis harus benar-benar memahami budaya negara tujuan. Hal ini dikarenakan perbedaan budaya yang beragam di setiap negara sehingga mengharuskan pelaku bisnis untuk dapat menyesuaikan aktifitas bisnis di negara tujuannya.

2.6. Bisnis Internasional Berbeda dengan Bisnis Domestik

Dalam pelaksanaannya bisnis internasional sangat berbeda dengan bisnis domestik. Berikut gambaran perbedaan antara bisnis internasional dan bisnis domestik :

- a. Perusahaan beroperasi melewati batas-batas negara dan harus berurusan dengan kekuatan-kekuatan dari tiga jenis lingkungan : domestik, asing dan internasional.
- b. Sistem legal diantara negara yang berbeda memaksa satu negara atau lebih untuk menyesuaikan perilaku mereka dengan hukum yang berlaku.
- c. Menggunakan mata uang yang berbeda.
- d. Adanya perbedaan budaya dari masing-masing negara memaksa setiap pihak untuk saling menyesuaikan.
- e. Ketersediaan sumber-sumber daya yang berbeda di tiap negara, suatu negara mungkin hanya memiliki sumber daya alam yang lebih tetapi hanya sedikit memiliki tenaga ahli.

Ball et all (2014) mengemukakan bahwa bisnis internasional berbeda dari bisnis domestik karena operasi perusahaan lintas negara harus berurusan dengan 3 (tiga) kekuatan lingkungan, yaitu domestik, asing, dan internasional. Sebaliknya, perusahaan yang kegiatan bisnisnya dilakukan di suatu negara pada dasarnya perlu memperhatikan lingkungan domestik saja. Pada dasarnya tidak ada perusahaan domestik yang benar-benar bebas dari kekuatan lingkungan asing atau internasional karena kemungkinan selalu ada persaingan dengan impor barang dan jasa dari luar negeri atau dari pesaing asing yang membangun kegiatan operasional di pasarnya sendiri. Oleh karena itu, pembahasan berikutnya akan menguji kekuatan-kekuatan ini dan kemudian melihat bagaimana mereka beroperasi di 3 (tiga) lingkungan tersebut.

2.7. Tahapan-tahapan dalam Memasuki Bisnis Internasional

Dalam memasuki Bisnis Internasional, maka dapat dilakukan dengan tahapan-tahapan yang secara kronologis dijelaskan sebagai berikut :

- a. Ekspor Insidental.
Dalam rangka masuk ke dalam dunia bisnis internasional maka perusahaan pada umumnya memulai dari suatu keterlibatan yang paling awal yaitu dengan melakukan ekspor insidental.
- b. Ekspor Aktif.
Pada tahap ini perusahaan negeri sendiri mulai aktif untuk melaksanakan manajemen alat transaksi itu.
- c. Penjualan Lisensi.
Tahap ini negara pendatang menjual lisensi atau merek dari produknya kepada negara penerima.
- d. *Franchising*
Tahap berikutnya merupakan tahap yang lebih aktif dimana perusahaan di suatu negara menjual tidak hanya lisensi atau merek dagangnya saja akan tetapi lengkap dengan segala atributnya termasuk peralatan, proses produksi, resep-resep campuran proses produksinya, dan lain-lain. Bentuk *Franchise* yang pada saat ini populer di negara kita dan juga di negara lain yaitu :
 1. Manajemen sistem yang telah teruji
 2. Memiliki nama atau merek dagang yang sudah terkenal dan populer
 3. *Performance Record* yang sudah mapan untuk alat penilai.Sebaliknya bentuk ini juga memiliki kelemahan yaitu :
 1. Biaya tinggi untuk mendapatkan *Franchise*
 2. Keputusan bisnis akan dibatasi oleh *Franchistor*
 3. Sangat dipengaruhi oleh kegagalan dari bentuk *Franchise* lain
- e. Pemasaran di luar negeri
Bentuk ini memerlukan intensitas manajemen serta keterlibatan yang lebih tinggi karena perusahaan pendatang (*Host Country*) haruslah betul-betul secara aktif dan mandiri untuk melakukan manajemen pemasaran bagi produknya di negara asing (*Home Country*).
- f. Produksi dan pemasaran di luar negeri
Tahap yang terakhir adalah tahap yang paling intensif dalam melibatkan diri pada bisnis internasional yaitu tahap "produksi

dan pemasaran luar negeri". Tahap ini juga disebut sebagai "*Total International Business*". Bentuk inilah yang menimbulkan MNC atau *Multi National Corporation* yaitu perusahaan multinasional. Dalam tahap ini perusahaan asing datang dan mendirikan perusahaan di negeri asing tersebut lengkap dengan segala modalnya lalu melakukan proses produksi di negara itu, kemudian menjual hasil produksinya di negara itu juga. Bentuk ini memiliki unsur positif bagi negara yang sedang berkembang karena dalam bentuk ini negara penerima tidak perlu menyediakan modal yang sangat banyak untuk mendirikan pabrik tersebut yang pada umumnya negara berkembang masih minim dana untuk pembangunan bangsanya.

2.8. Hambatan dan Kekuatan dalam Menjalankan Bisnis Internasional

Dalam perjalanan menjalankan bisnis internasional terdapat hambatan dan kekuatan yang berbeda dengan pasar domestik. Berikut hambatan dan kekuatan dalam menjalankan bisnis internasional.

a. Hambatan dalam menjalankan bisnis internasional

Pelaksanaan bisnis internasional memiliki hambatan yang jauh lebih besar ketimbang di pasar domestik. Negara lain pasti punya kepentingan tersendiri untuk menghambat terlaksananya transaksi bisnis internasional. Selain itu kebiasaan atau budaya negara lain tentu saja akan berbeda dengan negeri sendiri. Oleh karena itu, ada beberapa hambatan dalam memasuki bisnis internasional, yaitu :

1. Batasan kuota dan tarif bea masuk.

Batasan kuota dalam bisnis internasional adalah apabila ada suatu negara yang tidak memperbolehkan transfer barang dalam jumlah yang besar. Sementara tarif bea masuk adalah pajak yang dikenakan terhadap barang yang diperdagangkan baik barang impor maupun ekspor.

2. Perbedaan bahasa, sosial budaya atau kultural.

Perbedaan dalam hal bahasa seringkali merupakan hambatan bagi kelancaran bisnis internasional. Hal ini disebabkan

karena bahasa merupakan alat komunikasi yang vital baik bahasa lisan maupun tulis. Pengaruh sosial budaya dalam bisnis internasional contohnya seperti Indonesia sebagai negara berpenduduk mayoritas Islam pasti menolak kehadiran perusahaan internasional yang menjual makanan haram semisal babi. Kemudian dalam hal busana, perusahaan fashion kesulitan dalam memasarkan produk bikini dan pakaian terbuka lainnya karena tidak cocok dengan kultur masyarakat Indonesia yang berpakaian sopan dengan ciri khas busana yang tertutup.

3. Kondisi politik dan hukum perundang-undangan.

Hubungan politik yang kurang baik antara satu negara dengan negara yang lain juga akan mengakibatkan terbatasnya hubungan bisnis antar kedua negara tersebut. Ketentuan hukum ataupun perundang-undangan yang berlaku di suatu negara yang juga membatasi berlangsungnya bisnis internasional. Contoh : saat demokrasi terpimpin, Indonesia cenderung berpihak pada blok Timur, sehingga kedekatan Indonesia dengan Cina dan Rusia menyebabkan renggangnya hubungan Indonesia dengan negara blok barat dalam berbagai hal termasuk perdagangan barang ke dan dari negara blok barat.

4. Hambatan operasional.

Hambatan perdagangan atau bisnis internasional yang lain adalah berupa masalah operasional yaitu :

- ✓ Transportasi atau pengangkutan barang yang diperdagangkan tersebut dari negara yang satu ke negara yang lain.

Keadaan ombak besar yang mengganggu perjalanan kapal laut ataupun kondisi cuaca mempengaruhi lalu lintas pengiriman barang melalui udara adalah salah satu contoh masalah transportasi penghambat kegiatan pengiriman barang sementara waktu. Keadaan dapat lebih gawat apabila barang yang dikirim adalah barang yang tidak awet jika terlalu lama disimpan semisal ikan. Waktu pengiriman barang yang tidak sesuai terkadang

membuat negara yang dituju dapat membatalkan pembelian tersebut.

- ✓ Peraturan atau kebijakan negara lain.

Adanya kebijakan negara lain dalam bentuk proteksi yaitu usaha melindungi industri-industri dalam negeri agar tidak disaingi oleh industri-industri dari luar negeri yang masuk ke dalam negara tersebut. Sebagai contoh adanya proteksi atas barang-barang Cina yang berupa industri alat-alat tulis untuk tidak masuk ke dalam pasar Indonesia, sehingga perusahaan alat tulis buatan Indonesia dapat lebih laris di pasar lokal, selain itu pemerintah biasanya memberi pinjaman untuk pengembangan usaha kepada perusahaan tersebut sehingga suatu saat dapat bersaing di pasar internasional.

- ✓ Perbedaan tingkat upah.

Dapat dicontohkan apabila ada perusahaan multinasional yang dalam perluasan usahanya ke suatu negara, memberikan upah kepada karyawannya terlalu kecil dikarenakan berbagai hal semisal kurs mata uang.

b. Kekuatan dalam menjalankan bisnis internasional

Kekuatan yang mendasari bisnis internasional berorientasi pada *manajemen oriented*. Orientasi adalah asumsi atau keyakinan yang seringkali tidak disadari. Dalam hal ini ada 3 (tiga) orientasi yang menjadi pedoman dalam bisnis internasional, yaitu :

1. Etnosentris adalah suatu asumsi atau keyakinan bahwa negeri asal sendirilah yang unggul. Dalam perusahaan etnosentris, operasi di luar negeri dianggap kurang penting dibandingkan domestik dan terutama dilakukan untuk melempar kelebihan produksi domestik.
2. Polisentris adalah keyakinan yang didasari bahwa setiap negara unik dan berbeda serta cara untuk meraih sukses di setiap negara adalah menyesuaikan diri dengan perbedaan unik dari setiap negara. Dalam tahap polisentris, anak perusahaan didirikan di pasar luar negeri. Setiap anak perusahaan bekerja secara independen dan menetapkan tujuan dan rencana pemasaran sendiri. Pemasaran

- diorganisasikan dengan dasar negara per negara, dengan setiap negara mempunyai kebijakan pemasaran unik sendiri.
3. Regiosentris yang diperluas menjadi geosentris adalah perusahaan memandang wilayah regional dan seluruh dunia sebagai suatu pasar dan mencoba mengembangkan strategi pemasaran terpadu regional atau dunia. Regiosentris merupakan orientasi geosentris yang terbatas pada suatu wilayah regional artinya manajemen harus mempunyai suatu pandangan dunia ke arah wilayah regional, tetapi akan memandang sisa dunia dengan orientasi etnosentris atau polisentris, atau keduanya.

2.9. Bisnis Internasional di Era Digital

Era digital erat kaitannya dengan penggunaan media berbasis internet dan teknologi. Pengaruh besar teknologi inilah menyebabkan adanya modernisasi yang ditandai dengan kecepatan arus informasi, globalisasi dan ekonomi digital tidak akan pernah dapat dilepaskan oleh kemampuan teknologi. Inilah yang kemudian mendulang sukses mengintegrasikan tradisi perdagangan yang bersifat abstraksi, berubah ke dalam bentuk yang lebih sempurna, universal dan *spasio-temporal* (mampu menembus ruang dan waktu).

Inovasi tidak lagi terbatas pada sektor teknologi tinggi, namun lebih jauh saat ini telah menjadi fenomena global yang mempengaruhi semua sektor kehidupan. Gempitanya dunia melalui berbagai forum tidak hentinya mempromosikan “era-baru” globalisasi yang terafirmasi dalam “aliran-data” dan informasi yang menghasilkan lonjakan pendapatan ekonomi menggiurkan. Bagaimana sebuah informasi mampu menggerakkan perdagangan barang melalui transmisi arus informasi dan gagasan, arus data tersebut kemudian mendeterminasikan pergerakan barang, jasa, keuangan, dan manusia memasuki fase baru yang didefinisikan oleh arus perdagangan barang dan jasa pada abad sebelumnya. Laporan *McKinsey Global Institute* (MGI) menjelaskan bahwa Era baru “Persaingan-global” memungkinkan perusahaan mencapai pasar internasional dengan model bisnis yang “kurang padat modal”, hal tersebut berdampak pada risiko dan tantangan bagi berbagai

negara dalam memformulasikan sebuah kebijakan baru untuk mengikuti kecepatan perkembangan fenomena global ini.

a. Peran media internet dalam mendukung aktifitas bisnis internasional

Dalam dunia bisnis, terutama relasi internasional, teknologi informasi terutama internet berperan sangat penting. Internet memungkinkan orang dari organisasi atau lokasi yang berbeda bekerja sama sebagai satu tim *virtual* untuk mengembangkan, memproduksi, memasarkan, dan memelihara produk atau pelayanan. Dengan internet memungkinkan aplikasi *Electronic Commerce* (EC) dapat digunakan pada jaringan global, dan biasanya dilengkapi dengan aplikasi pemrosesan pesanan secara *On-line*, *Electronic Data Interchange* (EDI) untuk mengirim dokumen bisnis, dan keamanan sistem pembayaran *Electronic Funds Transfer* (EFT). Akibat internet, pemasaran terhadap perusahaan, produk, dan pelayanan menjadi proses yang interaktif saat ini. Situs *Web* perusahaan bukan hanya sekedar menyajikan katalog produk dan media promosi, melainkan digunakan untuk berdialog, berdiskusi, dan berkonsultasi dengan konsumen secara *On-line*, *bulletin boards*, kuesioner elektronik, *mailing lists*, dan pengiriman surat elektronik. Sehingga konsumen dapat dilibatkan secara langsung dalam perancangan, pengembangan, pemasaran, dan penjualan produk.

Aplikasi berbasis media internet dapat memberi keunggulan strategi bisnis untuk memenangkan kompetisi dalam hal (Yuliana, 2000):

1. *Global Dissemination*. Karena sekarang negara-negara sudah tersambung dengan internet, komunikasi global dalam bisnis menjadi benar-benar hidup. *E-mail*, *electronic mailing list*, situs *World Wide Web*, dan pelayanan internet lainnya, mengakibatkan penyebaran informasi sekala internasional menjadi lebih cepat, murah dan mudah. Hal ini memberi keuntungan strategi bisnis dalam meningkatkan penghematan dan efisiensi komunikasi global, dan mampu untuk menjangkau, menjual, serta pengembangan pelayanan pasar konsumen internasional.

2. *Interaction*. Komunikasi interaktif adalah kemampuan *internet* yang lain, seperti forum diskusi dan *chat groups*; Formulir interaktif untuk pesanan, *feedback*, dan dukungan teknis; *E-mail* untuk menjawab permintaan dan komentar secara *on-line*. *Feedback* yang cepat dan efisien kepada konsumen dan tanggapan dari konsumen *support specialists* memberi beberapa kesempatan untuk menunjukkan perhatian perusahaan pada konsumennya. Sehingga teknologi internet membantu bisnis membangun peranan dan loyalitas konsumen.
3. *Customization*. Kemampuan untuk mengotomatisasi penyediaan informasi dan pelayanan sesuai kebutuhan masing-masing konsumen, merupakan kemampuan strategi bisnis internet. Informasi dapat diakses dan disebarkan dari *server* jaringan, tergantung pada kebutuhan pemakainya. Sebagai contoh: mengisi formulir pendaftaran untuk pengaksesan yang cepat dalam memilih tingkat situs *Web*. Efisiensi, biaya murah, dan sasaran pemasaran interaktif kepada masing-masing konsumen adalah kunci keunggulan bisnis dengan teknologi internet.
4. *Collaboration*. Internet mungkin memudahkan dan mengefisienkan akses data, *hardware* dan *software* yang ada pada jaringan secara bersama. Sebagai contoh: informasi pada situs *Web* dapat diperoleh dengan mudah menggunakan *Web browsers*. *Groupware tools* yang lain membantu koordinasi proyek dan mengurus informasi yang disimpan pada *server* situs *Web cross-link*. Hal ini dapat meningkatkan kerja sama diantara tim, *workgroups*, dan rekan bisnis, sehingga dapat melengkapi peran strategi bisnis perusahaan.
5. *Electronic Commerce*. Internet menjadi *platform* teknologi EC. Internet menghubungkan perusahaan dengan konsumen dan penjualnya, sehingga memungkinkan perusahaan pengguna internet dapat memasarkan, membeli, menjual, serta mendukung produk dan pelayanan secara elektronik. Beberapa keuntungan berbisnis lewat internet terletak pada

aplikasi EC. EC memungkinkan untuk membuka pasar dan/atau membuat produk dan pelayanan baru.

6. *Integration*. Perusahaan yang bekerja menggunakan *internet* mengintegrasikan aktivitas di luar dengan proses bisnis di dalam perusahaan secara *online*. Sebagai contoh, situs *Web* perusahaan tersambung dengan database operasional yang tersimpan pada *Server Web Intranet*, sehingga pengunjung situs *Web* perusahaan tersebut dalam memperoleh informasi lebih detil, *up-to-date*, dan dapat digunakan untuk mendukung aplikasi EC. Sehingga keuntungan perusahaan dari teknologi internet timbul dari efisiensi dan inovasi proses di dalam dan luar perusahaan.
- b. Peran pemerintah dalam mendukung bisnis internasional di era digital

Saat ini pemerintah sedang mencanangkan Indonesia sebagai *largest digital economy* pada 2020 dan ditargetkan menjadi yang terbesar di Asia Tenggara. Salah satu landasan pembangunan nasional dalam penancangan ini adalah sektor digital. Pemerintah menargetkan transaksi *e-commerce* mencapai senilai US\$ 130 miliar dan menciptakan 1000 teknopreneur dengan nilai bisnis US\$ 10 miliar pada tahun 2020. Untuk mencapai target tersebut, diperlukan peta jalan membuka akses berbagai macam sektor bisnis untuk masuk, bergabung, dan memperkuat bangunan ekosistem ekonomi digital. Salah satunya dengan mengetahui potensi pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia serta *benchmark e-commerce* negara-negara lain. Tidak dipungkiri beragam masalah dalam pencapaian target ini cukup banyak, diantaranya perubahan model bisnis berbagai sektor dari konvensional ke digital. Faktor sosiokultur masyarakat yang tidak dengan cepat dapat mengadopsi sistem ekonomi digital. Faktor lain adalah kendala yang dialami pelaku *startup*, masalah internasionalisasi (perusahaan-perusahaan nasional yang diakusisi oleh perusahaan asing), perlindungan konsumen, serta regulasi dari transaksi *online* itu sendiri.

Beberapa negara menerapkan *Benchmarking* Ekonomi Digital (Tim Peneliti Badan Penelitian dan Pengembangan SDM,

Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2017) dengan mengambil peran masing-masing sebagai berikut :

Tabel 2.1. *Benchmarking* Ekonomi Digital Beberapa Negara

Negara	Pelaku	Peran Pemerintah
Amerika	<ul style="list-style-type: none"> - Amazon - Google - Facebook 	<p>Sangat visioner di awal era internet tahun 1998. Bill Clinton, mengesahkan <i>Digital Millennium Copyright Act</i> (DMCA). Lewat regulasi ini terciptalah berbagai inovasi, seperti eBay, YouTube dan lain-lain. Regulasi DMCA melindungi bukan pada konsumen tapi melindungi terjadinya inovasi. Dimana melindungi kekebalan atas pemilik <i>platform</i></p>
China	Alibaba	<p>Pemerintah begitu protektif hingga memfilter akses situs dari luar. Namun pemerintah China mampu memaksa investasi asing untuk masuk ke sana dengan nilai ratusan juta dolar. Pemerintah juga bisa menarik kembali para <i>engineer</i> yang berkuliah di Amerika atau di manapun untuk kembali ke negara mereka, membangun lapangan pekerjaan dan juga membangun teknologi <i>startup</i></p>
India	<ul style="list-style-type: none"> - Flipkart - Inmobi - Snapdeal 	<p>Selama puluhan tahun, India dikenal sebagai destinasi dari <i>outsourc</i>e. Perdana Menteri India, Narendra Modi, berusaha mengajak banyak investor asing agar bisa meningkatkan jumlah <i>entrepreneur</i> lokal yang bersaing secara global. Hasilnya Amazon</p>

Negara	Pelaku	Peran Pemerintah
		sudah membuka kantor di India dan mengucurkan miliaran dolar di sana. Terbaru adalah Softbank yang telah berkomitmen berinvestasi sebanyak Rp 130 triliun di India
Korea Selatan	Banyak perusahaan teknologi berdiri di Korea Selatan	Upaya pemerintah Korsel membangun infrastruktur saat mereka terpilih sebagai tuan rumah Piala Dunia 2002. Pemerintah ingin berita dari Korea dapat menyebar ke seluruh dunia dengan cepat. Investasi besar-besaran mereka kucurkan untuk infrastruktur internet. Hasilnya sekarang, mereka menjadi negara dengan penetrasi internet paling tinggi di dunia. Tak hanya soal akses, tapi juga soal kecepatan

Sumber : Studi Ekonomi Digital Kementerian Komunikasi dan Informatika

Indonesia memiliki potensi tinggi bersaing di era ini terutama dalam jumlah penduduk yang besar dengan sejumlah *skill* yang dimiliki, jumlah pengguna internet yang terus meningkat, termasuk sumber daya yang melimpah, sangat berpotensi untuk merebut persaingan di era globalisasi dan ekonomi digital. Namun demikian masih terdapat beberapa potensi yang dapat menjadi penghambat untuk mengalahkan persaingan ini, antara lain belum tersedia infrastruktur digital yang memadai, adanya *gap* pemanfaatan dan penguasaan teknologi di berbagai daerah termasuk kota dan desa serta peraturan yang khusus mengatur ekonomi digital.

Potensi penerimaan pajak yang dihasilkan dari perdagangan digital berpotensi menjadi penerimaan negara yang signifikan, namun sampai saat ini belum ada aturan khusus, sehingga dapat

mengurangi penerimaan untuk negara. Karena itu perkembangan ekonomi digital yang sangat pesat ini perlu mendapat perhatian dari pengambil kebijakan untuk segera mempercepat infrastruktur yang diperlukan agar perkembangan ini bisa berkontribusi pertumbuhan ekonomi Indonesia kedepan.

2.10.Pertanyaan dan Latihan

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan analisa dan *argument* yang tepat !

1. Dalam menjalankan bisnis, setiap perusahaan harus menemukan cara untuk memproduksi dan memasarkannya dengan baik. Mengapa demikian? Apakah para manajer dapat menerapkan teknik dan konsep yang mereka pelajari di negara mereka sendiri ke wilayah negara lain di dunia?
2. Apakah ada kemungkinan terjadinya konflik antara pemerintah negara tuan rumah dan perusahaan yang dimiliki asing? Sebutkan contohnya! Apakah ada usulan penyelesaiannya?
3. Berikan contoh nyata terkini keunggulan daya saing Indonesia dengan mitra dagang diantara negara-negara ASEAN!
4. Berikan masing-masing contoh perusahaan yang melakukan transaksi pemasaran internasional dengan cara :
 - a. *Licensing*
 - b. *Franchising*
 - c. *Management Contracting*
 - d. *Marketing in Home Country by Host Country*
 - e. *Joint Venturing*
 - f. *Multinational Coporation (MNC)*

Lakukanlah analisa, apakah strategi perusahaan-perusahaan tersebut sudah tepat diterapkan di perusahaan mereka? Jelaskan!

3.1. Kompetensi dan Indikator

Dengan mempelajari bab ini, Anda diharapkan dapat memahami globalisasi ekonomi yang meliputi pengertian globalisasi ekonomi, pendorong globalisasi, dampak besar adanya globalisasi, dan pengaruh globalisasi terhadap perekonomian nasional, pengaruh globalisasi ekonomi terhadap inflasi, dan peran lembaga-lembaga internasional terhadap perekonomian Indonesia.

3.2. Pengertian Globalisasi Ekonomi

Globalisasi didefinisikan sebagai proses masuknya sesuatu ke lingkup dunia (Suwiryono, 2018). Sifat perubahan yang menyeluruh menjadi ciri khas dari globalisasi. Dimana globalisasi merupakan kondisi objektif yang harus dihadapi sesuai dengan keragaman yang ada di masyarakat.

Globalisasi ekonomi ditandai dengan semakin menipisnya batas-batas geografi dari kegiatan ekonomi atau pasar secara nasional atau regional, tetapi semakin mengglobal menjadi “satu” proses yang melibatkan banyak negara. Globalisasi ekonomi biasanya dikaitkan dengan proses internasionalisasi produksi, perdagangan dan pasar uang. Globalisasi ekonomi merupakan suatu proses yang berada diluar pengaruh atau jangkauan kontrol pemerintah, karena proses tersebut terutama digerakkan oleh kekuatan pasar global, bukan oleh kebijakan atau peraturan yang dikeluarkan oleh sebuah pemerintah secara individu.

Definisi globalisasi yang paling umum digunakan dalam bisnis internasional adalah globalisasi ekonomi yaitu integrasi barang-barang, teknologi, tenaga kerja, dan modal yang bersifat internasional, yaitu perusahaan yang mengimplementasikan strategi global yang menghubungkan dan mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan internasional mereka di seluruh dunia. Bisnis internasional mengalami pertumbuhan yang cepat disebabkan karena keharusan

strategis yang mendorong globalisasi dan yang perubahan-perubahan lingkungan yang memudahkannya (seperti perkembangan teknologi informasi). Keharusan-keharusan strategis tersebut meliputi :

- a. Meningkatkan kompetensi inti (*core competency*)
- b. Mendapatkan sumber daya dan pasokan
- c. Mencari pasar yang baru
- d. Lebih mampu bertarung dengan pesaing

Dalam tingkat globalisasi yang optimal arus produk dan faktor-faktor produksi (seperti tenaga kerja dan modal) lintas negara atau regional akan selancar lintas kota di dalam suatu negara atau desa di dalam suatu kecamatan. Pada tingkat ini, seorang pengusaha yang punya pabrik di Surakarta atau Jawa Tengah setiap saat bisa memindahkan usahanya ke Serawak atau Filipina tanpa halangan, baik dalam logistik maupun birokrasi yang berkaitan dengan urusan administrasi seperti izin usaha dan sebagainya.

Sekarang ini tidak relevan lagi dipertanyakan negara mana yang menemukan atau membuat pertama kali suatu barang. Orang tidak tau lagi apakah lampu neon merek Philips berasal dari Belanda, yang orang tau hanyalah bahwa lampu itu dibuat oleh suatu perusahaan multinasional yang namanya Philips, dan pembuatannya bukan di Belanda melainkan di Tangerang. Banyak barang yang tidak lagi mencantumkan bendera dari negara asal melainkan logo dari perusahaan yang membuatnya. Banyak produk dari Disney bukan lagi dibuat di AS melainkan di Cina, dan dicap *made in China*. Sekarang ini semakin banyak produk yang komponen-komponennya dibuat di lebih dari satu negara (seperti komputer, mobil, pesawat terbang, dan lain-lain.). Banyak perusahaan-perusahaan multinasional mempunyai kantor pusat bukan di negara asal melainkan di pusat-pusat keuangan di negara-negara lain seperti London dan New York, atau di negara-negara tujuan pasar utamanya.

Semakin menipisnya batas-batas geografi dari kegiatan ekonomi secara nasional maupun regional yang berbarengan dengan semakin hilangnya kedaulatan suatu pemerintahan negara muncul disebabkan oleh banyak hal, diantaranya adalah komunikasi dan transportasi yang semakin canggih dan murah, lalu lintas devisa yang

semakin bebas, ekonomi negara yang semakin terbuka, penggunaan secara penuh keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif tiap-tiap negara, metode produksi dan perakitan dengan organisasi manajemen yang semakin efisien, dan semakin pesatnya perkembangan perusahaan multinasional di hampir seantero dunia (Halwani, 2002). Selain itu, penyebab-penyebab lainnya adalah semakin banyaknya industri yang bersifat *footloose* akibat kemajuan teknologi (yang mengurangi pemakaian sumber daya alam), semakin tingginya pendapatan dunia rata-rata per kapita, semakin majunya tingkat pendidikan masyarakat dunia, ilmu pengetahuan dan teknologi di semua bidang, dan semakin banyaknya jumlah penduduk dunia.

Derajat globalisasi dari suatu negara di dalam perekonomian dunia dapat dilihat dari dua indikator utama. Pertama, rasio dari perdagangan internasional (ekspor dan impor) dari negara tersebut sebagai suatu persentase dari jumlah nilai atau volume perdagangan dunia, atau besarnya nilai perdagangan luar negeri dari negara itu sebagai suatu persentase dari PDB-nya. Semakin tinggi rasio tersebut menandakan semakin mengglobal perekonomian dari negara tersebut. Sebaliknya, semakin terisolasi suatu negara dari dunia, seperti Korea Utara, semakin kecil rasio tersebut. Kedua, kontribusi dari negara tersebut dalam pertumbuhan investasi dunia, baik investasi langsung atau jangka panjang (penanaman modal asing; PMA) maupun investasi tidak langsung atau jangka pendek (investasi portofolio).

Sebagai suatu negara pengekspor (pengimpor) modal netto, semakin besar investasi dari negara itu (negara lain) di luar negeri (dalam negeri), semakin tinggi derajat globalisasinya. Derajat keterlibatan dari suatu negara (negara lain) dalam investasi di negara lain (dalam negeri) bisa diukur oleh sejumlah indikator. Misalnya, untuk investasi langsung oleh rasio dari PMA dari negara tersebut (negara asing) di dalam pembentukan modal tetap bruto di negara lain (dalam negeri). Sedangkan dalam investasi portofolio diukur oleh antara lain nilai investasi portofolio dari negara tersebut (negara asing) sebagai suatu persentase dari nilai kapitalisasi dari pasar modal di negara tujuan investasi (dalam negeri), atau sebagai

persentase dari jumlah arus masuk modal jangka pendek di dalam neraca modal dari negara tujuan investasi (dalam negeri).

3.3.Pendorong Globalisasi

Terdapat 5 (lima) faktor pendorong globalisasi, semuanya berdasarkan perubahan yang membawa perusahaan-perusahaan internasional kepada globalisasi operasi mereka (Ball, Geringer, Minor, & McNett, 2013), yaitu:

a. Politik

Adanya kecenderungan terhadap penyatuan dan sosialisasi komunitas global. Dua aspek mengenai kecenderungan ini adalah kontribusi terhadap globalisasi dan dari operasi-operasi bisnis yaitu : (a) pengurangan terhadap hambatan-hambatan terhadap perdagangan dan investasi luar negeri secara progresif oleh kebanyakan pemerintahan yang telah mempercepat pembukaan pasar-pasar baru oleh perusahaan-perusahaan internasional; (b) privatisasi banyak industri bekas negara komunis dan pembukaan perekonomian mereka terhadap persaingan global.

b. Teknologi

Kemajuan-kemajuan dalam bidang teknologi khususnya komunikasi, transportasi dan pengolahan informasi menjadikan bisnis internasional makin mudah dilaksanakan dan menguntungkan. Teknologi memungkinkan peningkatan aliran gagasan dan informasi yang melawati batas-batas negara.

c. Pasar

Perusahaan-perusahaan yang semakin mendunia juga menjadi pelanggan-pelanggan global. Kejenuhan pasar di dalam negeri membuat perusahaan-perusahaan mulai merambah ke pasar-pasar luar negeri.

d. Biaya

Economies of scale untuk mengurangi biaya per unit selalu merupakan tujuan manajemen. Salah satu cara untuk mencapainya adalah dengan mengglobalkan lini-lini produk untuk mengurangi biaya pengembangan produksi dan persediaan. Perusahaan juga dapat menempatkan produksi di Negara-negara dimana biaya faktor produksi lebih rendah.

e. Kompetisi

Persaingan terus meningkat secara intensif. Perusahaan-perusahaan baru yang banyak dari Negara-negara berkembang dan industri baru, telah memasuki pasar-pasar dunia terutama di sektor otomotif dan elektronik.

3.4. Dampak Besar dari Adanya Globalisasi

Proses globalisasi ekonomi adalah perubahan perekonomian dunia yang bersifat mendasar atau struktural dan proses ini akan berlangsung terus dengan laju yang akan semakin cepat mengikuti perubahan teknologi yang juga akan semakin cepat dan peningkatan serta perubahan pola kebutuhan masyarakat dunia. Perkembangan ini telah meningkatkan kadar hubungan saling ketergantungan ekonomi dan juga mempertajam persaingan antar negara, tidak hanya dalam perdagangan internasional tetapi juga dalam investasi, keuangan, dan produksi. Dampak dari globalisasi ekonomi terhadap perekonomian suatu negara bisa positif atau negatif, tergantung pada kesiapan negara tersebut dalam menghadapi peluang-peluang maupun tantangan-tantangan yang muncul dari proses tersebut. Secara umum, ada empat (4) wilayah yang pasti akan terpengaruh, yakni :

a. Ekspor.

Dampak positifnya adalah ekspor atau pangsa pasar dunia dari suatu negara meningkat; sedangkan efek negatifnya adalah kebalikannya yakni suatu negara kehilangan pangsa pasar dunianya yang selanjutnya berdampak negatif terhadap volume produksi dalam negeri dan pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) serta meningkatkan jumlah pengangguran dan tingkat kemiskinan. Dalam beberapa tahun belakangan ini ada kecenderungan bahwa peringkat Indonesia di pasar dunia untuk sejumlah produk tertentu yang selama ini diunggulkan Indonesia, baik barang-barang manufaktur seperti tekstil, pakaian jadi dan sepatu, maupun pertanian (termasuk perkebunan) seperti kopi, coklat dan biji-bijian, terus menurun relatif dibandingkan misalnya Cina dan Vietnam. Ini tentu suatu pertanda buruk yang perlu segera ditanggapi serius oleh dunia

usaha dan pemerintah Indonesia. Jika tidak, bukan suatu yang mustahil bahwa pada suatu saat di masa depan Indonesia akan tersepak dari pasar dunia untuk produk-produk tersebut.

b. Impor.

Dampak negatifnya adalah peningkatan impor yang apabila tidak dapat dibendung karena daya saing yang rendah dari produk-produk serupa buatan dalam negeri, maka tidak mustahil pada suatu saat pasar domestik sepenuhnya akan dikuasai oleh produk-produk dari luar negeri. Dalam beberapa tahun belakangan ini ekspansi dari produk-produk Cina ke pasar domestik Indonesia, mulai dari kunci inggris, jam tangan tiruan hingga sepeda motor, semakin besar. Ekspansi dari barang-barang Cina tersebut tidak hanya ke pertokoan-pertokoan modern tetapi juga sudah masuk ke pasar-pasar rakyat dipingir jalan.

c. Investasi.

Liberalisasi pasar uang dunia yang membuat bebasnya arus modal antarnegara juga sangat berpengaruh terhadap arus investasi netto ke Indonesia. Jika daya saing investasi Indonesia rendah, dalam arti iklim berinvestasi di dalam negeri tidak kondusif dibandingkan di negara-negara lain, maka bukan saja arus modal ke dalam negeri akan berkurang tetapi juga modal investasi domestik akan lari dari Indonesia yang pada akhirnya membuat saldo neraca modal di dalam neraca pembayaran Indonesia negatif. Pada gilirannya, kurangnya investasi juga berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan produksi dalam negeri dan ekspor. Seperti telah di bahas sebelumnya, sejak krisis ekonomi 1997/1998, arus PMA ke Indonesia relatif berkurang dibandingkan ke negara-negara tetangga; bahkan di dalam kelompok ASEAN, Indonesia menjadi negara yang paling tidak menarik untuk PMA karena berbagai hal, mulai dari kondisi perburuan yang tidak lagi menarik investor asing, masalah keamanan dan kepastian hukum, hingga kurangnya insentif, terutama insentif fiskal bagi investasi-investasi baru. Sebaliknya, Vietnam, sebagai suatu contoh, menjadi sangat menarik bagi investor asing karena tidak hanya tenaga kerjanya sangat

disiplin dan murah, juga pemerintah Vietnam memberikan *tax holiday* bagi investasi-investasi baru.

d. Tenaga kerja.

Dampak negatifnya adalah membanjirnya tenaga ahli dari luar di Indonesia, dan kalau kualitas sumber daya manusia (SDM) Indonesia tidak segera ditingkatkan untuk dapat menyaingi kualitas SDM dari negara-negara lain, tidak mustahil pada suatu ketika pasar tenaga kerja atau peluang kesempatan kerja di dalam negeri sepenuhnya dikuasai oleh orang asing. Sementara itu, tenaga kerja Indonesia (TKI) semakin kalah bersaing dengan tenaga kerja dari negara-negara lain di luar negeri. Juga tidak mustahil pada suatu ketika TKI tidak lagi diterima di Malaysia, Singapura atau Taiwan dan digantikan oleh tenaga kerja dari negara-negara lain seperti Filipina, India dan Vietnam yang memiliki keahlian lebih tinggi dan tingkat kedisiplinan serta etos kerja yang lebih baik dibandingkan TKI.

Keempat jenis dampak tersebut secara bersamaan akan menciptakan suatu efek yang sangat besar dari globalisasi ekonomi dunia terhadap perekonomian dan kehidupan sosial di setiap negara yang ikut berpartisipasi di dalam prosesnya, termasuk Indonesia.

3.5. Pengaruh Globalisasi terhadap Perekonomian Nasional

Globalisasi ekonomi telah menimbulkan tantangan baru bagi ekonomi nasional yaitu semakin kuatnya kompetisi, multinasionalisasi produksi, dan integrasi keuangan global. Tantangan baru tersebut digerakkan oleh institusi internasional dan institusi transnasional melalui aktor globalisasi yang diperankan oleh aktor – aktor utama yaitu TNCs, WTO , dan lembaga keuangan global IMF, dan Bank Dunia. Ketiga aktor globalisasi tersebut menetapkan aturan-aturan seputar investasi, *Intellectual Property Rights* dan kebijakan internasional (Agus, 2011).

Kemajuan pesat di bidang teknologi, informasi, komunikasi, dan transportasi dalam beberapa dasawarsa terakhir menjadi penyebab mengapa Indonesia terus mempersiapkan diri memasuki era globalisasi dengan perdagangan bebas yang menjadi ciri utamanya dengan tujuan agar produk Indonesia tetap bisa bersaing dan tidak

terperuk oleh produk luar yang lebih baik (Suwiryo, 2018). Oleh karena itu, badan usaha melakukan dua terobosan baik dari sudut pemasaran maupun sudut kemampuan perusahaan. Adanya terobosan tersebut meliputi :

- a. Perusahaan harus memiliki dan mengembangkan sistem informasi pemasaran yang kuat dan efektif untuk memantau kegiatan lingkungan pasar agar dapat mengelompokkan dan menargetkan pasar secara tepat atau dengan kata lain memiliki perspektif global.
- b. Perusahaan harus fleksibel dalam mengantisipasi pasar global. Peralihan atau perubahan skala ekonomi mengharuskan perubahan investasi dan teknologi agar dapat menciptakan gagasan-gagasan ekonomi. Fleksibilitas itu bisa dicapai melalui kemampuan tingkat teknologi perusahaan, penyesuaian secara cepat dan tepat baik dari segi kualitas, kemasan, maupun kuantitas produk untuk dapat diterima secara global.

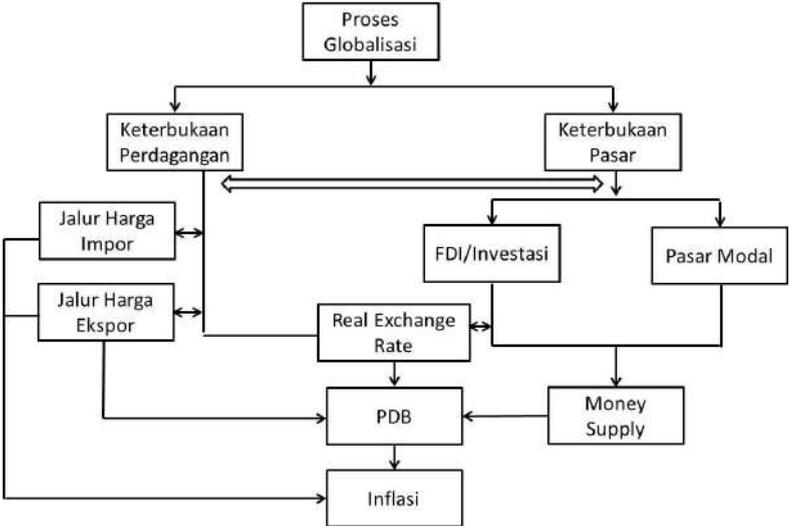
Peluang pasar global kini tidak hanya bisa diraih oleh bisnis berskala besar, tetapi juga oleh bisnis berskala kecil. Dalam kondisi demikian dunia usaha nasional yang berorientasi global bisa ikut menikmati peluang pasar secara tepat bagi produk yang ditawarkannya.

3.6. Pengaruh Globalisasi Ekonomi terhadap Inflasi : Pendekatan Data Panel

Globalisasi memiliki dampak langsung terhadap inflasi melalui harga impor. Dengan adanya integrasi ekonomi dari sifat yang berbeda (misalnya, ekonomi biaya rendah dan biaya tinggi), aliran impor murah menghambat inflasi di negara-negara biaya tinggi (negara yang memiliki tingginya biaya produksi karena upah tinggi dan harga). Jalur perdagangan terintegrasi ini merupakan saluran utama melalui globalisasi yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi inflasi.

Dalam sebuah skenario di mana globalisasi memperkuat sensitivitas harga domestik untuk permintaan dan penawaran internasional, harga tinggi di negara-negara biaya tinggi dengan pendapatan per kapita yang tinggi dapat menyebabkan perilaku

oportunistik di produsen negara biaya rendah. Hal tersebut akan menaikkan harga barang-barang di negara-negara biaya rendah, dan dapat mengakibatkan percepatan inflasi domestik di negara-negara biaya rendah.



Gambar 3.1. Mekanisme hubungan globalisasi ekonomi dan inflasi

Penjelasan lebih lanjut tentang hubungan globalisasi ekonomi dan inflasi dikemukakan oleh Romer (1993). Adanya ekspansi moneter yang tidak diantisipasi menyebabkan depresiasi nilai tukar riil, dan karena bahaya depresiasi riil lebih besar dalam perekonomian yang lebih terbuka, maka keuntungan dari kejutan ekspansi memiliki fungsi yang menurun terhadap derajat keterbukaan ekonomi. Jadi, kebijakan moneter otoritas moneter di negara lebih terbuka akan rata-rata kurang ekspansif, dan pada akhirnya akan menurunkan rata-rata inflasi (Romer, 1993).

Dalam hal pengujian hipotesis yang disampaikan oleh Romer (1993) bahwa inflasi akan lebih rendah di negara yang perekonomiannya lebih terbuka, dilakukan sebuah studi terhadap 102 negara dengan periode data tahun 1993-2013. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan rasio ekspor dan impor terhadap PDB sebagai proksi dari globalisasi ekonomi, studi ini menggunakan indeks globalisasi ekonomi yang berasal dari indeks KOF globalisasi dikarenakan indeks tersebut merupakan ukuran

yang lebih luas untuk menggambarkan globalisasi ekonomi. Hasil estimasi menggunakan pendekatan *fixed effect* menunjukkan bahwa globalisasi ekonomi berpengaruh negatif terhadap inflasi dengan tingkat signifikansi 1%. Inflasi merupakan salah satu masalah ekonomi makro yang sering menjadi masalah besar bagi banyak negara (Widharosa & Andaiyani, 2017).

3.7.Peran Lembaga-lembaga Internasional terhadap Per-ekonomian Indonesia

Lembaga-lembaga internasional berikut memiliki peran masing-masing terhadap perekonomian Indonesia, antara lain :

a. IMF (*International Monetary Fund*)

Dana Moneter Internasional atau *International Monetary Fund* (IMF) adalah organisasi internasional yang bertanggungjawab dalam mengatur sistem finansial global dan menyediakan pinjaman kepada negara anggotanya untuk membantu masalah-masalah keseimbangan neraca keuangan masing-masing negara. Salah satu misinya adalah membantu negara-negara yang mengalami kesulitan ekonomi yang serius, dan sebagai imbalannya, negara tersebut diwajibkan melakukan kebijakan-kebijakan tertentu, misalnya privatisasi badan usaha milik negara.

b. Bank Dunia (*World Bank*)

International Bank for Reconstruction and Development atau IBRD (dalam bahasa-bahasa Roman: BIRD) atau Bank Internasional untuk Pembangunan Kembali dan Perkembangan, lebih dikenal sebagai Bank Dunia, adalah sebuah organisasi internasional yang didirikan untuk melawan kemiskinan dengan cara membantu membiayai negara-negara. Pengoperasian Bank Dunia dijaga melalui pembayaran sebagaimana diatur oleh negara-negara anggota.

c. WTO (*World Trade Organization*)

Organisasi Perdagangan Dunia (bahasa Inggris: WTO, *World Trade Organization*) adalah organisasi internasional yang mengawasi banyak persetujuan yang mendefinisikan "aturan perdagangan" di antara anggotanya. Didirikan pada 1 Januari 1995 untuk menggantikan GATT, persetujuan setelah Perang

Dunia II untuk meniadakan hambatan perdagangan internasional. Prinsip dan persetujuan GATT diambil oleh WTO, yang bertugas untuk mendaftar dan memperluasnya.

Tiga pilar globalisasi, yakni *International Monetary Fund* (IMF) bertujuan mengatur stabilitas ekonomi global; *World Bank* yang semula bernama *International Bank for Reconstruction and Development* (IBRD) mengarahkan pembangunan di semua negara; dan *World Trade Organization* (WTO) untuk mengatur kegiatan perdagangan dan industri di berbagai negara. Tiga institusi yang menjadi pilar globalisasi tersebut dibentuk pada bulan Juli 1944 dalam Konverensi di Bretton Woods.

Tujuan awal dari pembentukannya adalah untuk menyediakan pendanaan untuk pembangunan dunia paska Perang Dunia II. Sebenarnya ada banyak institusi global lain sebagai pendukung seperti WHO, ILO, UNDP, UNCTAD, dan lain-lain yang sebagian kegiatannya untuk mendukung program-program dari ketiga institusi utama.

Peran ketiga institusi Bretton Woods telah menjadi kontroversi bagi banyak pihak sejak periode Perang Dingin. Para kritikus menganggap bahwa para pembuat kebijakan di IMF secara sengaja mendukung diktator militer kapitalis yang bersikap bersahabat dengan perusahaan-perusahaan Amerika dan Eropa. Mereka juga menganggap IMF tidak peduli terhadap demokrasi, hak asasi manusia dan hak-hak buruh. Kritik-kritik ini juga secara tidak langsung mendorong timbulnya gerakan anti-globalisasi.

3.8. Pertanyaan dan Latihan

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan analisa dan *argument* yang tepat !

1. Jelaskan perbedaan antara perusahaan internasional, global, dan multidomestik! Berikan contoh perusahaannya!
2. Sebutkan contoh dari globalisasi! Dapatkah Anda menemukannya di Negara Anda? Bagaimana Anda mengklasifikasikan masing-masing contoh ini? (Misalnya termasuk investasi internasional ataukah perdagangan internasional?)
3. Mengapa ada pro dan kontra terhadap globalisasi perdagangan dan integrasi ekonomi dunia? Berikan penjelasannya!

Bab KEKUATAN LINGKUNGAN BISNIS INTERNASIONAL

4

4.1. Kompetensi dan Indikator

Dengan mempelajari bab ini, Anda diharapkan dapat memahami kekuatan lingkungan bisnis internasional yang meliputi kekuatan-kekuatan dalam bisnis internasional, ruang lingkup lingkungan dalam bisnis internasional, dan model lingkungan bisnis internasional.

4.2. Kekuatan-kekuatan dalam Bisnis Internasional

Pengertian lingkungan yang digunakan dalam buku ini diartikan sebagai seluruh kekuatan yang mempengaruhi kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan. Kekuatan itu sendiri dapat diklasifikasikan menjadi :

a. Kekuatan eksternal

Kekuatan eksternal umumnya disebut sebagai kekuatan tidak terkontrol. Manajemen tidak mempunyai kontrol langsung terhadap kekuatan tersebut, walaupun dapat menjadikannya sebuah pengaruh seperti mengusulkan perubahan dalam hukum dan upaya promosi yang lebih gencar atas sebuah produk baru yang memerlukan perubahan dalam hal inovasi produk (Ball, Geringer, Minor, & McNett, 2013). Kekuatan eksternal tersebut diantaranya :

1. Kompetitif, terdiri dari:
 - a. Macam-macam dan jumlah pesaing
 - b. Lokasi pesaing
 - c. Aktifitas pesaing
2. Distributif, terdiri dari:
 - a. Lembaga nasional untuk mendistribusikan barang dan jasa
 - b. Lembaga internasional untuk mendistribusikan barang dan jasa

3. Ekonomi, terdiri dari variabel yang mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melakukan bisnis seperti :
 - a. Produk nasional bruto - PNB
 - b. Biaya unit tenaga kerja
 - c. Pengeluaran konsumsi nasional
4. Sosioekonomi, terdiri dari:
 - a. Karakteristik populasi manusia
 - b. Penyebaran populasi manusia
5. Keuangan, terdiri dari:
 - a. Suku bunga
 - b. Tingkat inflasi
 - c. Perpajakan
6. Hukum, terdiri dari:
 - a. Undang-undang domestik yang mengatur bagaimana perusahaan internasional harus beroperasi
 - b. Undang-undang luar negeri yang mengatur bagaimana perusahaan internasional beroperasi
7. Fisik, terdiri dari elemen-elemen alam seperti:
 - a. Topografi
 - b. Iklim
 - c. Sumber daya alam
8. Politik, terdiri dari elemen-elemen dari iklim politik sebuah negara seperti:
 - a. Nasionalisme
 - b. Bentuk pemerintahan
 - c. Organisasi internasional
9. Sosiokultural, elemen dari kultur yang penting dimiliki setiap manajer bisnis internasional seperti:
 - a. Sikap
 - b. Keyakinan
 - c. Pendapat
10. Tenaga kerja, terdiri dari:
 - a. Komposisi
 - b. Keahlian
 - c. Sikap dari tenaga kerja
11. Teknologi

b. Kekuatan Internal

Kekuatan internal yaitu kekuatan yang berasal dari dalam negeri (domestik). Kekuatan ini umumnya dapat dikendalikan oleh manajemen (*controllable force*) yaitu kekuatan-kekuatan yang diatur manajemen untuk beradaptasi dengan perubahan-perubahan dalam kekuatan yang tidak dapat dikendalikan. Meliputi faktor-faktor seperti modal, bahan baku, dan tenaga kerja serta aktivitas-aktivitas personalia seperti personalia, keuangan, produksi, dan pemasaran.

4.3. Ruang Lingkup Lingkungan dalam Bisnis Internasional

Perusahaan yang kegiatan bisnisnya dijalankan di suatu negara pada dasarnya tidak hanya memperhatikan lingkungan domestik saja, melainkan tetap harus memperhatikan kekuatan lingkungan asing maupun internasional. Hal ini dikarenakan untuk mengantisipasi adanya persaingan dengan barang yang diimpor dari luar negeri maupun pesaing asing yang membangun kegiatan operasional di pasarnya sendiri. Berikut adalah ruang lingkup lingkungan dalam bisnis internasional yang terdiri dari:

a. Lingkungan domestik

Lingkungan domestik adalah seluruh kekuatan yang tidak terkontrol yang berawal dari negara asal yang dapat mempengaruhi kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan. Tak pelak lagi, inilah kekuatan yang terdengar asing bagi para manajer perusahaan. Bagaimanapun juga, kekuatan domestik tidaklah menjadi penghalang pengaruh kegiatan operasional luar negeri mereka. Misalnya jika negara tuan rumah mengalami krisis mata uang asing, pemerintah mungkin menempatkan pembatasan investasi luar negeri untuk mengurangi arus keluarnya. Hasilnya, manajemen dari perusahaan multinasional menyadari bahwa mereka tidak bisa memperluas fasilitas di luar negeri seperti yang ingin mereka lakukan. Contoh lain yang riil, serikat tenaga kerja yang mendemo pabrik negara asal dipelajari sebagai keharusan manajemen mengambil peranan pada cabang-cabang perusahaannya di luar negeri. Para pendemo berhubungan

dengan serikat di luar negeri yang berjanji tidak akan bekerja lembur untuk memenuhi apa yang tidak dapat dilakukan pabrik. Pengaruh dari kekuatan lingkungan domestik ini dirasakan di luar negeri sebagaimana di negara asal.

b. Lingkungan luar negeri

Kekuatan dalam lingkungan luar negeri sama dengan kekuatan yang ada pada lingkungan domestik. Meskipun demikian mereka harus melakukan kegiatan operasional bisnisnya dengan cara berbeda untuk beberapa alasan :

1. Kekuatan memiliki nilai berbeda

Walaupun beragam kekuatan pada 2 (dua) lingkungan tersebut identik, nilainya seringkali berbeda jauh, dan pada suatu waktu keduanya saling bertentangan satu sama lain.

2. Kekuatan dapat menjadi kesulitan untuk menilai

Hal ini terjadi terutama pada kekuatan hukum dan politik. Hukum yang tinggi nasionalistiknya mungkin dapat dijalankan untuk memenuhi tuntutan sebagian golongan dari penduduk setempat. Untuk kinerja yang nampak dari luar, pemerintah mungkin tampak bertentangan dengan investasi asing, namun para pemimpin pragmatis sebenarnya mungkin dapat mendorong hal itu.

3. Kekuatan tersebut saling terkait

Kombinasi dari biaya modal yang tinggi dan berlimpahnya tenaga kerja yang tidak terampil di negara-negara berkembang dapat menyebabkan penggunaan teknologi yang lebih rendah daripada tenaga kerja yang akan diperkerjakan di negara yang lebih maju. Dengan kata lain, diberikan pilihan antara memasang teknologi yang lebih mahal namun membutuhkan sedikit tenaga kerja, atau memasang teknologi yang lebih murah namun melibatkan jumlah tenaga yang lebih besar. Manajemen seringkali memilih opsi yang kedua ketika dihadapkan dengan suku bunga yang tinggi dan besarnya jumlah tenaga kerja yang tersedia.

c. Lingkungan internasional

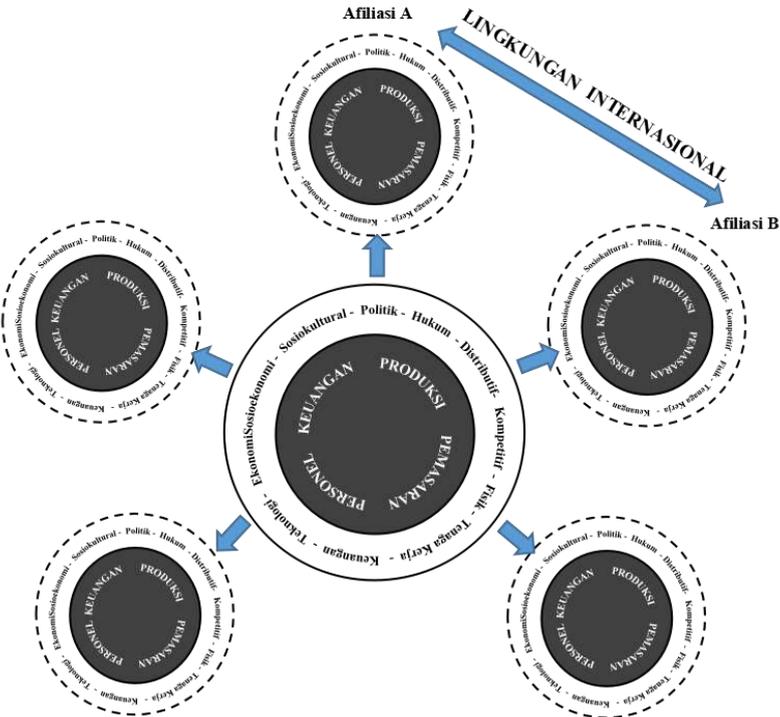
Lingkungan internasional terdiri dari interaksi (1) antara kekuatan lingkungan domestik dan kekuatan lingkungan asing serta

(2) antara kekuatan lingkungan asing dari kedua negara ketika afiliasi di satu negara melakukan bisnis dengan pelanggan di negara lain. Hal ini sesuai dengan definisi dari bisnis internasional yaitu bisnis yang melibatkan lintas negara.

Sebagai contoh personel di kantor pusat dari perusahaan multidomestik atau perusahaan global yang berkerja di lingkungan internasional jika mereka diikutsertakan di berbagai acara di negara lain, padahal dalam kantor cabang perusahaan asing maka mereka juga terlibat dalam bisnis internasional melalui kegiatan ekspor atau pengelolaan afiliasi lainnya.

4.4. Model Lingkungan Bisnis Internasional

Hubungan dari 3 (tiga) kekuatan lingkungan domestik, asing, dan internasional yang telah dibahas sebelumnya membentuk dasar model lingkungan bisnis internasional seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4.1.



Gambar 4.1. Model Lingkungan Bisnis Internasional

Kekuatan eksternal atau kekuatan yang tidak terkontrol di lingkungan domestik dan asing melingkupi kekuatan internal yang dikontrol manajemen. Lingkungan domestik dari negara asal perusahaan internasional dilingkupi oleh banyak rangkaian lingkungan internasional negara-negara dimana perusahaan melakukan bisnis. Garis panah yang menghubungkan kekuatan internal di kantor pusat ke kekuatan internal di afiliasi asing menunjukkan garis kontrol. Terdapat area yang menunjukkan lingkungan internasional, dimana personel kantor pusat perusahaan bekerja. Jika misalnya afiliasi di lingkungan asing A mengekspor ke atau mengatur afiliasi di lingkungan asing B, maka personelnnya juga bekerja di lingkungan internasional.

4.5. Pertanyaan dan Latihan

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan analisa dan *argument* yang tepat!

1. Berikan contoh yang menunjukkan bagaimana seorang manajer memanipulasi salah satu kekuatan terkontrol untuk menjawab perubahan pada kekuatan tak terkontrol!
2. Jelaskan kekuatan-kekuatan yang menuntun perusahaan internasional menuju globalisasi dari sumber, produksi, dan pasar mereka!
3. Walaupun kekuatan-kekuatan di lingkungan asing sama saja dengan yang ada di lingkungan domestik, namun mereka melakukan kegiatan operasional secara berbeda. Pernyataan tersebut benar atau salah? Jelaskan alasannya!

Bab TEORI PERDAGANGAN DAN INVESTASI INTERNASIONAL

5

5.1. Kompetensi dan Indikator

Dengan mempelajari bab ini, Anda diharapkan dapat memahami teori perdagangan dan investasi internasional yang meliputi perdagangan internasional, manfaat perdagangan internasional, faktor-faktor yang mempengaruhi perdagangan internasional, memasuki pasar-pasar luar negeri, teori-teori perdagangan internasional, investasi internasional, manfaat investasi internasional, faktor-faktor yang mempengaruhi investasi internasional, dan teori-teori investasi internasional.

5.2. Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional adalah perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Penduduk yang dimaksud dapat berupa antar perorangan (individu dengan individu), antara individu dengan pemerintah suatu Negara atau pemerintah suatu negara dengan pemerintah negara lain. Perdagangan internasional menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatkan GDP (*Gross Domestic Product*). Meskipun perdagangan internasional telah terjadi selama ribuan tahun, namun dampaknya baru dapat dirasakan beberapa abad belakangan ini pada kepentingan ekonomi, sosial, dan politik. Dengan adanya perdagangan internasional inilah yang turut mendorong industrialisasi, kemajuan transportasi, globalisasi, dan kehadiran perusahaan multinasional.

5.2.1. Manfaat Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional juga memberikan manfaat. Menurut Sadono Sukirno, manfaat perdagangan internasional antara lain sebagai berikut:

- a. Memperoleh barang yang tidak diproduksi di negara sendiri
Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan hasil

produksi di setiap negara. Faktor-faktor tersebut diantaranya : kondisi geografi, iklim, tingkat penguasaan IPTEK, dan lain-lain. Dengan adanya perdagangan internasional, setiap negara mampu memenuhi kebutuhan yang tidak diproduksi sendiri.

- b. Memperoleh keuntungan dari spesialisasi
Sebab utama kegiatan perdagangan luar negeri adalah untuk memperoleh keuntungan yang diwujudkan dengan spesialisasi. Walaupun suatu negara dapat memproduksi suatu barang yang sama jenisnya dengan yang diproduksi oleh negara lain, tapi ada kalanya lebih baik apabila negara tersebut mengimpor barang tersebut dari luar negeri.
- c. Memperluas pasar dan menambah keuntungan
Terkadang para pengusaha tidak menjalankan mesin-mesinnya (alat produksinya) dengan maksimal karena khawatir akan terjadi kelebihan produksi, yang mengakibatkan turunnya harga produk mereka. Dengan adanya perdagangan internasional, pengusaha dapat menjalankan mesin-mesinnya secara maksimal dan menjual kelebihan produk tersebut ke luar negeri.
- d. Transfer teknologi modern
Perdagangan luar negeri memungkinkan suatu negara untuk mempelajari teknik produksi yang lebih efisien dan cara-cara manajemen yang lebih modern.

5.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perdagangan Internasional

Selain manfaat, banyak faktor pendorong suatu negara melakukan perdagangan internasional, di antaranya sebagai berikut :

- a. Untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa dalam negeri
- b. Keinginan memperoleh keuntungan dan meningkatkan pendapatan negara
- c. Adanya perbedaan kemampuan penguasaan ilmu pengetahuan, teknologi dalam mengelola sumber daya ekonomi
- d. Adanya kelebihan produk dalam negeri sehingga perlu pasar baru untuk menjual produk tersebut
- e. Adanya perbedaan keadaan seperti sumber daya alam, iklim tenaga kerja, budaya dan jumlah penduduk yang menyebabkan

- adanya perbedaan hasil produksi dan adanya keterbatasan produksi
- f. Adanya kesamaan selera terhadap suatu barang
 - g. Keinginan membuka kerja sama, hubungan politik dan dukungan dari negara lain
 - h. Terjadinya era globalisasi sehingga tidak satu negara pun di dunia ini dapat hidup sendiri.

Umumnya perdagangan internasional diregulasikan melalui perjanjian bilateral antara dua negara. Selama berabad-abad dibawah kepercayaan dalam merkantilisme kebanyakan negara memiliki tarif tinggi dan banyak pembatasan dalam perdagangan internasional. Pada abad ke 19, terutama di Britania, ada kepercayaan akan perdagangan bebas menjadi yang terpenting dan pandangan ini mendominasi pemikiran diantara negara barat untuk beberapa waktu sejak itu dimana hal tersebut membawa mereka ke kemunduran besar Britania. Pada tahun-tahun sejak perang dunia II, perjanjian multilateral kontroversial seperti GATT dan WTO memberikan usaha untuk membuat regulasi global dalam perdagangan internasional. Kesepakatan perdagangan tersebut terkadang berujung pada protes dan ketidakpuasan dengan klaim dari perdagangan yang tidak adil yang tidak menguntungkan secara mutual.

Perdagangan bebas biasanya didukung dengan kuat oleh sebagian besar negara yang berekonomi kuat, walaupun mereka terkadang melakukan proteksi selektif untuk industri-industri yang penting yang secara strategis seperti proteksi tarif untuk agrikultur oleh Amerika Serikat dan Eropa. Belanda dan Inggris Raya keduanya mendukung penuh perdagangan bebas dimana mereka secara ekonomis dominan, sekarang Amerika Serikat, Inggris, Australia, dan Jepang merupakan pendukung terbesarnya. Bagaimanapun, banyak negara lain (seperti India, Rusia, dan Tiongkok) menjadi pendukung perdagangan bebas karena telah menjadi kuat secara ekonomi. Karena tingkat tarif turun ada juga keinginan untuk menegosiasikan usaha non tarif, termasuk investasi luar negeri langsung, pembelian, dan fasilitas perdagangan. Wujud lain dari biaya transaksi dihubungkan dengan perdagangan pertemuan dan prosedur cukai.

5.2.3. Memasuki Pasar-pasar Luar Negeri

Terdapat 2 (dua) aktivitas utama dalam memasuki pasar-pasar luar negeri (Budiono, 2009), antara lain sebagai berikut :

a. Mengekspor

1. Mengekspor tidak langsung. Adalah lebih sederhana daripada mengekspor langsung karena mengekspor langsung memerlukan keahlian khusus maupun penanaman uang tunai yang besar.
2. Mengekspor langsung. Untuk terlibat dalam kegiatan mengekspor langsung, manajemen harus menugaskan pekerjaan mengenai usaha ekspor kepada seseorang di dalam perusahaan itu. Pengaturan yang paling sederhana adalah memberikan kepada seseorang, biasanya manajer penjualan, tanggung jawab atas pengembangan bisnis ekspor.

b. Pemanufakturan di luar negeri

1. Cabang yang dimiliki secara keseluruhan. Perusahaan yang ingin segera memiliki cabang di luar negeri bisa (1) memulai dari tanah sampai membangun pabrik baru, (2) mengambil alih sebuah perusahaan yang sedang berjalan, atau (3) membeli distributornya, artinya memperoleh jaringan distribusi yang akrab dengan produknya.
2. Usaha patungan. Usaha kerjasama di antara dua atau lebih organisasi yang berbagi kepentingan bersama dalam usaha atau kegiatan bisnis. Usaha patungan bisa berupa (1) badan usaha yang dibentuk oleh perusahaan internasional dan para pemilik lokal, (2) badan usaha yang dibentuk oleh dua perusahaan internasional untuk tujuan melakukan bisnis di pasar ketiga, (3) badan usaha yang dibentuk oleh badan pemerintah (biasanya di negara tempat investasi dilakukan) dan sebuah perusahaan internasional atau (4) kerja sama yang dilakukan antara dua atau lebih perusahaan dalam proyek yang lamanya terbatas.
3. Pemberian lisensi. Perjanjian kontraktual di mana sebuah perusahaan memberikan akses kepada hak paten, rahasia dagang atau teknologinya kepada perusahaan lain dengan mendapatbayaran.

4. Waralaba (*franchising*). Suatu bentuk pemberian lisensi di mana sebuah perusahaan mengadakan kontrak dengan perusahaan lain untuk mengoperasikan jenis usaha tertentu dibawah nama yang dibentuk sesuai dengan aturan-aturan tertentu.
5. Pemanufakturan kontrak. Perjanjian dimana sebuah perusahaan mengadakan kontrak dengan perusahaan lain untuk memproduksi produk-produk sesuai dengan spesifikasi tetapi menerima tanggung jawab pemasaran.
6. Aliansi strategis. Kemitraan di antara para pesaing, pelanggan atau pemasok yang bisa mengambil satu atau beberapa bentuk yang beraneka ragam. Aliansi strategis berhadapan dengan (1) persaingan global yang meluas, (2) meningkatkan biaya riset, pengembangan dan pemasaran dan (3) perlunya gerakan yang lebih cepat dalam melaksanakan strategi-strategi global mereka, maka banyak perusahaan membentuk aliansi strategis dengan para pelanggan, pemasok dan pesaing disebut aliansi kompetitif. Tujuannya adalah untuk mempercepat entri pasar dan memulai operasi, memperoleh akses kepada produk-produk, teknologi dan pasar-pasar baru, serta berbagi biaya, sumber, dan risiko.

5.2.4. Teori-teori Perdagangan Internasional

Teori perdagangan internasional diklasifikasikan menjadi 2 (dua) jenis yaitu teori perdagangan klasik dan teori perdagangan modern.

a. Teori Perdagangan Klasik

Teori perdagangan klasik dapat dikatakan juga sebagai teori perdagangan berbasis negara. Dalam mengemukakan teori ini, terdapat 3 (tiga) konsep teori yang dapat menjelaskan teori perdagangan klasik, antara lain :

1. Merkantilisme

Merkantilisme adalah filosofi ekonomi abad enam belas yang berpendapat bahwa kekayaan suatu negara diukur berdasarkan kepemilikannya atas emas dan perak. Menurut

penganut merkantilisme, tujuan negara adalah memperbesar kepemilikan ini dengan meningkatkan ekspor dan mencegah impor.

Secara politis, merkantilisme populer dengan banyaknya pabrik dan pekerjaanya. Pabrik-pabrik yang berorientasi ekspor mendukung kebijakan perdagangan merkantilisme, seperti kebijakan yang memberi subsidi atau potongan pajak, yang merangsang penjualan kepada orang asing. Produsen-produsen dalam negeri yang terancam impor luar negeri mendukung kebijakan-kebijakan perdagangan merkantilisme, seperti kebijakan yang memberikan tarif atau kuota, yang melindungi produsen tersebut dari persaingan luar negeri.

Karena merkantilisme benar-benar menguntungkan anggota-anggota masyarakat tertentu, kebijakan-kebijakan merkantilisme secara politis masih menarik bagi beberapa perusahaan dan pekerjaanya. Para pendukung modern kebijakan-kebijakan semacam itu, yang biasa disebut neomerkantilisme atau proteksionis.

2. Keunggulan Absolut

Menurut Adam Smith, ahli ekonomi Skotlandia yang dianggap sebagai bapak ilmu ekonomi pasar bebas, masalah mendasar merkantilisme adalah paham ini mengacaukan antara perolehan harta benda dan perolehan kekayaan. Smith mengembangkan teori keunggulan absolut, yang mengatakan bahwa suatu negara seharusnya mengekspor barang dan jasa yang mampu diproduksinya lebih banyak dibandingkan dengan negara-negara lain dan mengimpor barang dan jasa yang mampu diproduksi negara-negara lainnya dibandingkan dengan yang diproduksi negara itu sendiri.

Keunggulan absolut dapat ditunjukkan melalui contoh dalam bentuk angka-angka. Contoh sederhananya, andaikanlah hanya ada dua negara di dunia ini, Prancis dan Jepang dan hanya ada dua barang yaitu, anggur dan radio jam, dan hanya ada satu faktor produksi yaitu tenaga kerja.

Di Prancis dalam satu jam, buruh dapat memproduksi dua botol anggur atau tiga radio jam. Di Jepang, dalam satu jam buruh dapat memproduksi satu botol anggur atau lima radio jam. Prancis memiliki keunggulan absolut dalam memproduksi anggur, dimana dalam satu jam kerja, buruh menghasilkan dua botol di Prancis, tetapi hanya satu botol di Jepang. Jepang memiliki keunggulan absolut dalam memproduksi radio jam, dimana dalam satu jam kerja buruh menghasilkan lima radio jam di Jepang, tetapi hanya tiga di Prancis.

Contoh lainnya dapat dilihat melalui ilustrasi pada tabel 5.1 sebagai berikut :

Tabel 5.1. Ilustrasi Kasus Teori Keuntungan Absolut

Negara	Hari Kerja per Satuan Output		Dasar Tukar Dalam Negeri (DTD)
	Beras	Elektronik	
Indonesia	50 kg/hari	50 unit/hari	50 : 50 Artinya, 1 kg beras \approx 1 unit elektronik
Jepang	20 kg/hari	80 unit/hari	20 : 80 Artinya, 1 kg beras \approx 4 unit elektronik, atau 0,25 kg beras \approx 1 unit elektronik

Dari tabel di atas tampak bahwa Indonesia lebih unggul dalam memproduksi beras dibandingkan dengan Jepang. Sebaliknya, Jepang lebih unggul memproduksi elektronik daripada Indonesia. Berdasarkan data tersebut, seharusnya Indonesia melakukan spesialisasi pada produk beras, sedangkan Jepang pada produk elektronik. Jika kedua negara tersebut melakukan perdagangan internasional, maka masing-masing dapat memperoleh keuntungan.

Untuk Indonesia, diketahui DTD-nya 1 kg beras akan mendapatkan 1 unit elektronik, sedangkan Jepang 1 kg beras sebanding dengan 4 unit elektronik. Apabila Indonesia

menukarkan beras dengan produk elektronik Jepang, maka akan mendapatkan keuntungan sebesar 3 unit elektronik yang diperoleh dari 4 unit elektronik dikurangi 1 unit elektronik.

Sementara keuntungan untuk Jepang dengan DTD 1 unit elektronik sebanding dengan 0,25 kg beras, sedangkan di Indonesia 1 unit elektronik sebanding dengan 1 kg beras. Jika Jepang melakukan barter dengan Indonesia, maka akan memperoleh keuntungan sebesar 0,75 kg beras yang diperoleh dari 1 kg beras dikurangi 0,25 kg beras.

3. Keunggulan Komparatif

Teori keunggulan absolut dengan keliru mengatakan bahwa tidak akan terjadi perdagangan. David Ricardo, seorang pakar ekonomi Inggris pada awal abad sembilan belas, memecahkan masalah dengan mengembangkan teori keunggulan komparatif, yang menyebutkan bahwa suatu negara seharusnya memproduksi dan mengekspor barang dan jasa yang dapat diproduksinya dengan relatif lebih banyak daripada negara lain dan mengimpor barang dan jasa yang dapat diproduksi negara-negara lain dengan relatif lebih banyak daripada yang diproduksi negara tersebut.

Perbedaan di antara kedua teori ini hampir tidak kelihatan, keunggulan absolut melihat perbedaan produktivitas absolut, keunggulan komparatif melihat perbedaan produktivitas relatif. Perbedaan ini terjadi karena keuntungan komparatif memasukkan konsep biaya kesempatan dalam menentukan barang mana yang seharusnya diproduksi suatu negara. Biaya kesempatan suatu barang adalah nilai yang dikorbankan untuk memperoleh barang itu.

Teori keunggulan komparatif tersebut membawa pertanyaan yang lebih jauh: apa yang menentukan produk-produk yang mengakibatkan suatu negara akan mempunyai keunggulan komparatif? Untuk menjawab pertanyaan tersebut, pakar ekonomi Swedia mengembangkan teori ketersediaan faktor relatif, kini seorang disebut teori

Heckscher-Ohlin. Pakar Swedia tersebut melakukan pengamatan dasar:

- ✓ Ketersediaan faktor (atau jenis sumber daya) berbeda-beda di setiap negara. Misalnya, Argentina memiliki tanah subur yang luas, Arab Saudi memiliki cadangan minyak mentah, dan Cina memiliki banyak persediaan tenaga kerja yang tidak terampil.
- ✓ Barang-barang berbeda-beda tergantung pada jenis faktor yang digunakan untuk memproduksinya. Misalnya, gandum memerlukan tanah yang subur, produksi minyak memerlukan cadangan minyak mentah, dan pakaian memerlukan tenaga kerja yang tidak terampil.

Dengan demikian, suatu negara akan memiliki keunggulan komparatif dalam menghasilkan produk yang secara intensif menggunakan sumber daya (faktor produksi) yang dimilikinya dengan melimpah.

Contoh aplikasi teori keunggulan komparatif dapat dilihat melalui ilustrasi pada tabel 5.2 sebagai berikut :

Tabel 5.2. Ilustrasi Kasus Teori Keuntungan Komparatif

Negara	Hari Kerja per Satuan Output		Dasar Tukar Dalam Negeri (DTD)
	Beras	Elektronik	
Indonesia	50 kg/hari	50 unit/hari	50 : 50 Artinya, 1 kg beras \approx 1 unit elektronik
Jepang	40 kg/hari	80 unit/hari	40 : 80 Artinya, 1 kg beras \approx 2 unit elektronik, atau 0,5 kg beras \approx 1 unit elektronik

Berdasarkan data tabel di atas, Jepang unggul atas dua jenis produk, baik beras maupun elektronik dibandingkan Indonesia. Namun, keunggulan tertinggi Jepang pada produksi elektronik. Sementara, Indonesia lemah baik pada

produksi beras maupun elektronik, akan tetapi kelemahan terkecilnya pada produksi beras. Oleh sebab itu, sebaiknya Jepang berspesialisasi pada produk elektronik, sedangkan Indonesia pada produk beras. Apabila kedua negara melakukan perdagangan, maka keduanya akan sama-sama memperoleh keuntungan.

Besar keuntungan yang bisa diperoleh Indonesia dengan DTD 1 kg beras sebanding dengan 1 unit elektronik, sedangkan Jepang 1 kg beras sebanding dengan 2 unit elektronik. Apabila Indonesia barter beras dengan elektronik Jepang, maka akan mendapatkan keuntungan sebesar 1 yang diperoleh dari 2 unit elektronik - 1 unit elektronik.

Sebaliknya Jepang juga akan mendapatkan keuntungan. Dengan DTD Jepang 1 unit elektronik sebanding dengan 0,5 kg beras, sedangkan Indonesia 1 unit elektronik sebanding dengan 1 kg beras. Nah, jika Jepang barter elektroniknya dengan beras Indonesia, maka akan mendapatkan keuntungan sebesar 0,5 yang diperoleh dari 1 kg beras dikurangi 0,5 kg beras.

b. Teori Perdagangan Modern

Teori-teori berbasis perusahaan telah berkembang karena beberapa alasan : (1) peran perusahaan multinasional yang makin penting dalam perekonomian internasional pasca perang; (2) ketidakmampuan teori-teori berbasis negara menjelaskan dan memprediksi keberadaan dan pertumbuhan perdagangan antar industri; dan (3) kegagalan leontif dan peneliti-peneliti lainnya membuktikan secara empiris teori Heckscher-Ohlin yang berbasis negara.

1. Teori Kesamaan Negara

Perdagangan antar industri adalah pertukaran barang yang dihasilkan suatu industri di negara A dengan barang yang dihasilkan industri yang berbeda di negara B, seperti pertukaran anggur Prancis dengan radio jam Jepang tersebut. Namun banyak perdagangan internasional terdiri atas perdagangan intra industri, yaitu perdagangan barang-

barang yang diproduksi industri yang sama antara dua negara. Misalnya, Jepang mengekspor mobil Toyota ke Jerman, sementara Jerman mengekspor mobil BMW ke Jepang.

Teori kesamaan negara berpendapat bahwa kebanyakan perdagangan barang-barang manufaktur seharusnya dilangsungkan diantara Negara-negara dengan pendapatan per kapita yang mirip dan bahwa perdagangan intra industri untuk barang-barang manufaktur seharusnya berlaku umum. Teori ini sangat berguna dalam menjelaskan perdagangan barang-barang yang terdiferensiasi seperti mobil, alat elektronik yang mahal, dan produk perawatan diri, di mana merk dan reputasi produk memegang peran penting dalam pengambilan keputusan konsumen.

2. Teori Siklus Hidup Produk

Teori ini muncul mula-mula untuk bidang pemasaran. Siklus hidup produk internasional mencakup tiga tahap yang disebut produk baru, produk matang, dan produk terstandarisasi.

- ✓ Pada tahap satu, yaitu tahap produk baru. Suatu perusahaan mengembangkan dan memperkenalkan suatu produk inovatif, seperti mesin fotokopi atau komputer pribadi sebagai jawaban atas anggapan kebutuhan dalam pasar dalam negeri. Karena produknya masih baru, perusahaan yang berinovasi tersebut harus tidak yakin apakah ada pasar yang menguntungkan bagi produk itu. Eksekutif-eksekutif pemasaran perusahaan tersebut harus memantau segala reaksi pelanggan dari dekat untuk memastikan bahwa produk baru ini memuaskan kebutuhan-kebutuhan konsumen. Umpan balik pasar yang cepat berperan penting sehingga produk itu kemungkinan pada awalnya akan diproduksi di negara yang menjadi tempat penelitian dan pengembangannya dilangsungkan.
- ✓ Pada tahap kedua, tahap kedewasaan produk. Permintaan untuk produk tersebut berkembang secara

dramatis ketika konsumen mengenali nilainya. Perusahaan yang berinovasi tersebut membangun pabrik-pabrik baru untuk memperbesar kapasitasnya dan memenuhi permintaan dalam dan luar negeri untuk produknya. Pesaing-pesaing dalam negeri dan luar negeri yang mulai muncul, yang tergiur oleh prospek pendapatan yang menguntungkan.

- ✓ Pada tahap ketiga, tahap standarisasi produk. Pasar untuk produk tersebut menjadi stabil. Produk tersebut merupakan suatu komoditas dan perusahaan. Perusahaan dipaksa untuk menurunkan biaya pembuatannya serendah mungkin dengan memindahkan produksi ke fasilitas di negara-negara yang biaya buruhnya rendah.

3. Teori Persaingan Strategis Global

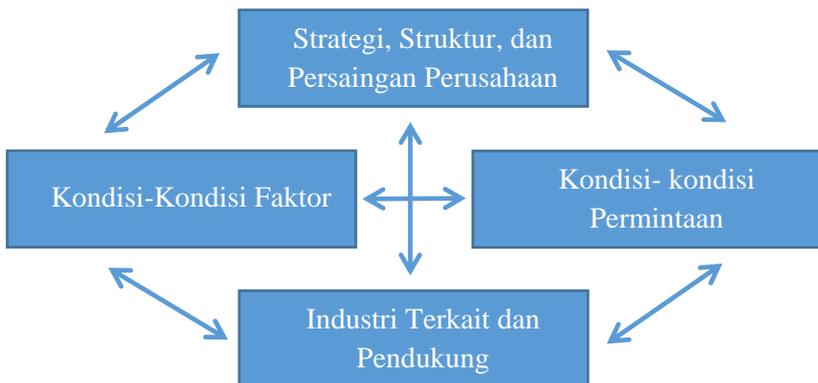
Perusahaan-perusahaan yang bersaing dalam pasar global memiliki banyak cara untuk memperoleh keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Cara yang lebih populer adalah memiliki hak kekayaan intelektual, berinvestasi dalam pembangunan (litbang), mencapai ekonomi skala atau ekonomi lingkup dan memanfaatkan kurva pengalaman.

- ✓ Memiliki hak kekayaan intelektual
Suatu perusahaan yang memiliki hak kekayaan intelektual, seperti merk dagang, nama merk, paten, atau hak cipta, sering memperoleh keunggulan atas pesaing-pesaingnya.
- ✓ Berinvestasi dalam Penelitian dan Pembangunan.
Litbang adalah komponen utama biaya total produk-produk berteknologi tinggi. Perusahaan-perusahaan dalam industri komputer, farmasi dan semi konduktor juga membelanjakan jumlah yang besar untuk litbang guna mempertahankan daya saingnya. Karena biaya masuk yang begitu besar, perusahaan-perusahaan lain sering ragu-ragu untuk bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang sudah mapan. Dengan demikian, perusahaan yang bertindak pertama kali sering memperoleh keunggulan sebagai penggerak pertama (*first-mover*).

- ✓ Mencapai Ekonomi Skala atau Lingkup.
 Ekonomi skala lingkup menawarkan kepada perusahaan-perusahaan peluang lain untuk memperoleh keunggulan bersaing yang berkelanjutan dalam pasar internasional. Ekonomi skala terjadi ketika biaya rata-rata suatu produk turun pada saat jumlah unit yang diproduksi meningkat. Ekonomi lingkup terjadi ketika biaya rata-rata suatu perusahaan turun pada saat jumlah berbagai jenis produk yang dijualnya meningkat. Perusahaan yang sanggup mencapai ekonomi skala atau lingkup akan menikmati biaya rata-rata yang rendah, yang memberi kepada perusahaan itu keunggulan bersaing dibandingkan dengan pesaing-pesaing globalnya.
- ✓ Memanfaatkan Kurva Pengalaman.
 Sumber lain keunggulan khusus perusahaan dalam perdagangan internasional adalah pemanfaatan kurva pengalaman. Untuk jenis-jenis produk tertentu, biaya produksi turun ketika perusahaan tersebut memperoleh lebih banyak pengalaman dalam pembuatan produk itu. Kurva pengalaman mungkin akan begitu penting sehingga hal itu menentukan persaingan global dalam suatu industri.

4. Teori Keunggulan Bersaing Nasional Porter

Teori keunggulan bersaing nasional oleh Professor Michael Porter dari Harvard Business School adalah tambahan terbaru pada teori perdagangan internasional. Teori ini dapat dijelaskan melalui diagram pada Gambar 5.1. sebagai berikut.



Gambar 5.1. Teori Keunggulan Bersaing Nasional Porter

- a. **Kondisi Faktor**
Walaupun ketersediaan faktor merupakan pusat teori Heckscher-Ohlin. Porter melangkah lebih jauh dari faktor-faktor dasarnya seperti, tanah, tenaga kerja, modal. Yang dipikirkan ahli-ahli teori perdagangan klasik, dengan memasukkan faktor-faktor yang lebih maju, seperti tingkat pendidikan tenaga kerja dan kualitas infrastruktur negara, karyanya menekankan peran penciptaan faktor melalui pelatihan, riset, dan inovasi.
- b. **Kondisi Permintaan**
Keberadaan suatu basis konsumen dalam negeri yang besar dan canggih sering merangsang pengembangan dan distribusi produk-produk inovatif ketika perusahaan-perusahaan saling merebut dominasi pasar dalam energinya.
- c. **Industri Terkait dan Pendukung**
Munculnya suatu industri sering merangsang pengembangan pemasok-pemasok lokal yang ingin memenuhi kebutuhan produksi, pemasaran, dan distribusi industri tersebut. Suatu industri yang berlokasi dekat dengan pemasoknya akan menikmati komunikasi yang lebih baik dan pertukaran gagasan dan penemuan yang menghemat biaya dengan pemasok-pemasok tersebut. Persaingan diantara pemasok masukan ini akan melahirkan harga yang lebih rendah, produk yang berkualitas, dan inovasi teknologi dalam pasar masukan tersebut yang pada gilirannya memperkuat keunggulan bersaing industri itu dalam pasar dunia.
- d. **Strategi, Struktur, dan Persaingan Perusahaan**
Lingkungan dalam negeri yang menjadi tempat perusahaan-perusahaan bersaing membentuk kemampuan mereka untuk bersaing dalam pasar internasional. Untuk bertahan hidup, perusahaan yang menghadapi persaingan ketat di dalam negeri terus-menerus berjuang menurunkan biaya, meningkatkan kualitas produk, menaikkan produktivitas, dan mengembangkan produk-produk inovatif. Perusahaan yang telah teruji dengan cara ini sering mengembangkan

kemampuan yang diperlukan untuk berhasil dalam pasar internasional.

5.2.5. Pengaruh Perdagangan Internasional terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia

Menurut Mankiw (2008) menyatakan bahwa perdagangan antar negara di dunia berdasarkan keunggulan komparatif, artinya adalah perdagangan tersebut menguntungkan karena membuat setiap negara melakukan spekulasi.

Pertumbuhan ekonomi dapat dikatakan sebagai kenaikan PDB riil suatu negara pada tahun tertentu yang menunjukkan naiknya pendapatan perkapita dalam perekonomian (Mankiw, 2008). Pertumbuhan ekonomi merupakan kenaikan output total dalam jangka panjang tanpa memandang apakah kenaikan itu lebih kecil atau lebih besar dari jumlah pertumbuhan penduduk yang diikuti oleh perubahan struktur perekonomian atau tidak (Affandi, 2014).

Penelitian mengenai pengaruh perdagangan internasional terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia pernah dilakukan pada Tahun 2019. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari Kementerian perdagangan Republik Indonesia dan BPS. Sedangkan teknik pengumpulan data yaitu dengan membuka website instansi yang terkait. Analisis data yaitu dengan menggunakan regresi linier berganda untuk menghitung besarnya pengaruh ekspor dan impor terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dan juga menggunakan analisis SWOT digunakan untuk membuat kebijakan peningkatan nilai ekspor berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Indonesia (Fitriani, 2019). Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa :

1. Ekspor mempunyai pengaruh yang positif terhadap pertumbuhan ekonomi artinya semakin tinggi nilai ekspor maka pertumbuhan ekonomi akan meningkat pula.
2. Impor mempunyai pengaruh yang negatif terhadap pertumbuhan ekonomi artinya semakin tinggi nilai impor maka pertumbuhan ekonomi akan menurun.
3. Strategi yang digunakan untuk meningkatkan hasil ekspor Indonesia adalah melalui diversifikasi produk industri, peningkatan produksi pertanian, perkebunan, eksplorasi sumber

daya emas, teknologi tepat guna, modernisasi manajemen, memberikan bantuan promosi dan keringanan pajak bagi eksportir, serta meningkatkan daya saing produk.

5.3. Investasi Internasional

Investasi adalah suatu istilah yang berhubungan dengan keuangan dan ekonomi. Istilah tersebut berkaitan dengan akumulasi suatu bentuk aktiva dengan suatu harapan mendapatkan keuntungan di masa depan. Terkadang investasi juga dapat disebut dengan penanaman modal asing (PMA). Atau dapat juga dikatakan bahwa investasi menggambarkan kepemilikan pasif atas surat berharga seperti saham luar negeri, obligasi, atau aset-aset keuangan lainnya, yang tidak satupun diantaranya memerlukan manajemen atau pengendalian aktif atas penerbit surat berharga tersebut oleh investornya. Jenis-jenis Investasi Internasional antara lain:

- a. Investasi portfolio, menggambarkan kepemilikan pasif atas surat berharga seperti saham luar negeri, obligasi, atau aset-aset keuangan lainnya, yang tidak satu pun di antaranya memerlukan manajemen atau pengendalian aktif atas penerbit surat berharga tersebut ke investornya.
- b. Penanaman Modal Asing, pembelian aset-aset luar negeri dengan tujuan untuk mengendalikannya.

Di jaman globalisasi saat ini, setiap orang maupun setiap negara dapat dengan mudah melakukan transaksi perdagangan. Asalkan setiap negara yang ingin bekerja sama dapat mengikuti hukum, regulasi, budaya, kondisi geografi dan peraturan lainnya dari negara yang akan diajak bekerja sama. Jadi tidak sulit bagi negara-negara tersebut untuk *go international*. Selain memahami dari arti, tujuan dan pentingnya perdagangan internasional kita juga harus mengetahui pentingnya investasi. Mungkin lebih dahulu kita bisa memahami dari teori-teori investasi yang ada lalu kita terapkan dalam kehidupan nyata.

Berinvestasi memiliki banyak keuntungan dan kerugiannya juga, tergantung bagaimana kita pintar atau tidak dalam memilih objek investasi, perkiraan besar atau kecil risiko yang akan diperoleh dan sebagainya. Jadi kita tidak boleh terburu-buru dalam menentukan

ingin berinvestasi di bidang apa. Berinvestasi juga bagian penting dari bisnis internasional.

5.3.1. Manfaat Investasi Internasional

Dewasa ini hampir di semua negara, khususnya negara berkembang membutuhkan modal asing. Modal asing merupakan suatu hal yang semakin penting bagi pembangunan suatu negara. Sehingga kehadiran investor asing nampaknya tidak mungkin dihindari. Yang menjadi permasalahan bahwa kehadiran investor asing ini dapat dipengaruhi oleh kondisi internal suatu negara, seperti stabilitas ekonomi, politik negara, penegakan hukum.

Penanaman modal memberikan keuntungan kepada semua pihak, tidak hanya bagi investor saja, tetapi juga bagi perekonomian negara tempat modal itu ditanamkan serta bagi negara asal para investor. Pemerintah menetapkan bidang-bidang usaha yang memerlukan penanaman modal dengan berbagai peraturan. Selain pemerintah juga menentukan besarnya modal dan perbandingan antara modal nasional dan modal asing. Hal ini dilakukan agar penanaman modal tersebut dapat diarahkan pada suatu tujuan yang hendak dicapai. Bukan hanya itu seringkali suatu negara tidak dapat menentukan politik ekonomi secara bebas, karena adanya pengaruh serta campur tangan dari pemerintah asing.

Berbagai strategi untuk mengundang investor asing telah dilakukan hal ini didukung oleh arah kebijakan ekonomi dalam TAP MPR RI Nomor IV/MPR/1999 salah satu kebijakan ekonomi tersebut adalah : “mengoptimalkan peranan pemerintah dalam mengoreksi ketidaksempurnaan pasar dengan menghilangkan seluruh hambatan yang mengganggu mekanisme pasar, melalui regulasi layanan publik, subsidi, dan insentif yang dilakukan secara transparan dan diatur dengan undang-undang.”

Kebijakan mengundang modal asing adalah untuk meningkatkan potensi ekspor dan substitusi impor, sehingga Indonesia dapat meningkatkan penghasilan devisa dan mampu menghemat devisa. Oleh karena itu usaha-usaha di bidang tersebut diberi prioritas dan fasilitas. Alasan kebijakan yang lainnya itu agar terjadi alih teknologi yang dapat mempercepat laju pertumbuhan ekonomi dan

pembangunan nasional Indonesia. Upaya pemerintah untuk mencari modal asing agar mau kembali menanamkan modalnya di Indonesia sampai saat ini belum menunjukkan hasil yang memuaskan. Ditambah lagi sejak krisis ekonomi melanda Indonesia pada tahun 1998, penanaman modal di Indonesia semakin menurun. Untuk bisa memenuhi harapan tersebut, pemerintah, aparat hukum, dan komponen masyarakat dituntut untuk segera menciptakan iklim yang kondusif untuk investasi. Menyadari pentingnya penanaman modal asing, pemerintah Indonesia menciptakan suatu iklim penanaman modal yang dapat menarik modal asing masuk ke Indonesia. Usaha-usaha tersebut antara lain adalah dengan mengeluarkan peraturan-peraturan tentang penanaman modal asing dan kebijaksanaan pemerintah yang pada dasarnya tidak akan merugikan kepentingan nasional dan kepentingan investor.

Usaha pemerintah untuk selalu memperbaiki ketentuan yang berkaitan dengan penanaman modal asing antara lain dilakukan dengan memperbaiki peraturan dan pemberian paket yang menarik bagi investor asing. Pada akhirnya, harus tetap diingat bahwa maksud diadakannya penanaman modal asing hanyalah sebagai pelengkap atau penunjang pembangunan ekonomi Indonesia. Pada hakekatnya pembangunan tersebut harus dilaksanakan dengan ketentuan swadaya masyarakat, oleh karena itu pemerintah harus bijaksana dan hati-hati dalam memberikan persetujuan dalam penanaman modal asing agar tidak menimbulkan ketergantungan pada pihak asing yang akan menimbulkan dampak buruk bagi negara ini di kemudian hari.

5.3.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Investasi Internasional

Sepertinya halnya dengan investasi, penanaman modal asing (PMA) juga mempunyai beberapa faktor yang mempengaruhi penanaman modal asing dapat terjadi, yaitu:

a. Faktor Penawaran

- ✓ Biaya produksi. Perusahaan sering melakukan PMA karena biaya produksi yang lebih rendah lokasi di luar negeri mungkin lebih menarik daripada tempat-tempat di dalam negeri karena harga tanah, sewa real estate, tarif pajak yang lebih

murah atau karena lebih tersedianya dan lebih rendahnya biaya tenaga kerja yang terampil maupun tidakterampil.

- ✓ Logistik. Jika biaya transportasi lumayan besar, suatu perusahaan mungkin akan memilih untuk memproduksi dalam pasar luar negeri daripada mengekspor dari pabrik dalam negeri.
 - ✓ Ketersediaan Sumber Daya Alam. Perusahaan-perusahaan dapat memanfaatkan PMA untuk mengakses sumber daya alam yang berperan penting bagi pengoperasiannya.
 - ✓ Akses ke teknologi utama. Perusahaan-perusahaan mungkin akan merasa lebih diuntungkan untuk membeli saham kepemilikan dalam suatu perusahaan yang sudah ada daripada menghimpun sekelompok ilmuwan peneliti suatu perusahaan untuk mengembangkan atau mereproduksi suatu teknologi yang sedang berkembang.
- b. Faktor Permintaan
- ✓ Akses Pelanggan. Banyak jenis bisnis internasional mengharuskan perusahaan hadir secara fisik di pasar tersebut. Misalnya, restoran cepat saji.
 - ✓ Keunggulan Pemasaran. Kehadiran fisik suatu pabrik mungkin akan meningkatkan kemudahan produk-produk perusahaan asing terlihat di pasar negara tujuan tersebut. Perusahaan asing tersebut juga mendapat keuntungan dari sikap “beli lokal” konsumen negara tujuan tersebut.
 - ✓ Pemanfaatan Keunggulan Bersaing. Pemilik merk dagang, nama merk, atau teknologi yang bernilai tinggi mungkin akan memilih untuk menjalankan usahanya di negara-negara asing daripada harus mengekspor kesana.
- c. Faktor Politik
- ✓ Menghindari hambatan dagang. Perusahaan-perusahaan sering membangun fasilitas di luar negeri untuk menghindari hambatan perdagangan.
 - ✓ Insentif Pembangunan Ekonomi. Banyak pemerintah menawarkan insentif kepada perusahaan-perusahaan untuk memikat mereka menempatkan fasilitas-fasilitas baru di wilayah kekuasaan pemerintah tersebut.

5.3.3. Teori-teori Investasi Internasional

Teori investasi internasional diklasifikasikan menjadi 3 (tiga) jenis yaitu teori keunggulan kepemilikan, teori internalisasi, dan teori gabungan dunning.

a. Teori Keunggulan Kepemilikan

Teori keunggulan kepemilikan mengatakan bahwa suatu perusahaan yang memiliki aset bernilai yang menciptakan keunggulan bersaing di dalam negeri dapat menggunakan keunggulan itu untuk menerobos pasar luar negeri melalui PMA. Aset ini dapat berupa teknologi yang hebat, merek terkenal, atau ekonomi skala.

b. Teori Internalisasi

Teori keunggulan kepemilikan hanya menjelaskan sebagian mengapa terjadi PMA. Teori ini tidak menjelaskan mengapa suatu perusahaan lebih memilih untuk masuk ke pasar luar negeri lewat PMA dan bukan memanfaatkan keunggulan kepemilikannya secara internasional melalui cara-cara lain, seperti mengekspor produk- produknya maupun memberikan waralaba atas mereknya.

Teori internalisasi menjawab pertanyaan ini. Dalam melakukan hal itu, teori ini sangat mengandalkan konsep biaya transaksi. Biaya transaksi adalah biaya untuk pemantauan dan pelaksanaan suatu kontrak. Suatu perusahaan harus memutuskan apakah ia lebih baik memiliki dan mengoperasikan pabriknya sendiri di luar negeri atau melakukan kontrak dengan perusahaan asing untuk melakukannya melalui suatu perjanjian waralaba, lisensi atau pasokan.

Teori internalisasi mengatakan bahwa PMA akan lebih mungkin terjadi, artinya produksi internasional akan terinternalisasi (digabungkan) dalam perusahaan tersebut apabila biaya negosiasi, pemantauan, dan pelaksanaan suatu kontrak dengan perusahaan kedua ternyata tinggi.

c. Teori Gabungan Dunning

Teori gabungan dunning memadukan keunggulan kepemilikan, keunggulan lokasi, dan keunggulan internalisasi untuk membentuk suatu teori tentang PMA. Teori ini mengakui bahwa

PMA mencerminkan aktivitas bisnis yang terdapat dalam perusahaan tersebut. Menurut Dunning, PMA akan terjadi apabila tiga kondisi terpenuhi:

1. Keunggulan kepemilikan. Perusahaan tersebut harus memiliki suatu keunggulan bersaing unik yang menutupi kekurangan-kekurangan dalam persaingan dengan perusahaan-perusahaan asing di negaranya.
2. Keunggulan lokasi. Menjalankan kegiatan bisnis harus lebih menguntungkan di suatu lokasi luar negeri daripada menjalankannya di suatu lokasi di dalam negeri.
3. Keunggulan internalisasi. Perusahaan tersebut harus memperoleh keuntungan yang lebih besar dengan mengedalikan aktivitas bisnysnya di luar negeri daripada dengan menyewa perusahaan lokal yang independen untuk menyediakan jasa tersebut.

Dari pembahasan tersebut, perdagangan internasional sangat berperan penting di dalam hubungan antar negara. Dengan adanya perdagangan internasional antara negara satu dengan negara yang lainnya kebutuhan setiap negara yang tidak dapat diproduksi sendiri oleh negara tersebut dapat melakukan pertukaran dengan negara lain. Jadi dapat dikatakan, terjadi hubungan yang saling menguntungkan. Dan memang sepertinya pada saat sekarang ini, yaitu era globalisasi kegiatan perdagangan internasional dan investasi atau penanaman modal asing (PMA) tidak dapat untuk dihindari lagi.

Jika setiap negara mengetahui hukum-hukum yang mengatur tentang perdagangan internasional dan penanaman modal asing, tentunya mudah bagi setiap negara untuk melakukan kegiatan tersebut dan tidak ada lagi perselisihan atau salah paham yang terjadi akibat masalah investasi atau PMA yang dilakukan suatu negara di negara lain.

Dan tentunya setiap negara harus memberlakukan atau menetapkan undang-undang tentang PMA agar sumber daya mereka tidak terkuras habis oleh negara lain, dan agar rakyatnya masih dapat menikmati sumber daya negaranya sendiri.

5.4. Pertanyaan dan Latihan

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan analisa dan *argument* yang tepat !

1. Gambarkan apa yang dimaksud dengan merkantilisme! Jelaskan mengapa merkantilisme telah diperdebatkan sebagai pendekatan yang buruk untuk digunakan dalam mempromosikan pengembangan dan kemakmuran ekonomi!
2. Pertimbangkan suatu kasus ketika suatu negara tidak memiliki keunggulan komparatif dalam produksi produk (sebagai contoh : Apel) karena tanah dan iklimnya tidak tepat. Jelaskan siapa yang akan mendorong perdagangan bebas, dan siapa yang akan menolak perdagangan bebas dalam produk ini!
3. Mengapa kebanyakan perdagangan internasional terjadi antara negara-negara yang sama tingkat pengembangannya?
4. Sebuah perusahaan yang memasuki pasar pertama kali akan segera mendominasi dan pangsa pasar yang besar akan memungkinkannya memperoleh keuntungan dari skala ekonomi. Pernyataan tersebut benar atau salah? Jelaskan alasannya!

6.1. Kompetensi dan Indikator

Dengan mempelajari bab ini, Anda diharapkan dapat memahami pembayaran internasional yang meliputi pengertian pembayaran nasional, cara dan alat pembayaran internasional, sistem pembayaran internasional, pasar valuta asing, nilai tukar pasar valuta asing (kurs), pelaku pasar valuta asing, dan perhitungan kurs.

6.2. Pengertian Pembayaran Internasional

Darmo H suwiryono (2018) mengungkapkan pembayaran internasional adalah pembayaran atas transaksi yang dilakukan oleh negara-negara yang terlibat dalam perdagangan internasional berdasarkan kesepakatan yang telah dirundingkan sebelumnya. Pembayaran dalam perdagangan internasional pada umumnya dilaksanakan melalui bank.

6.3. Cara dan Alat Pembayaran Internasional

Pelaksanaan transaksi perdagangan luar negeri dapat diatur dengan cara pembayaran sebagai berikut :

a. *Cash Payment*

Pembayaran secara tunai (*cash*) biasanya dilakukan oleh eksportir yang belum kenal dengan importir atau belum percaya dengan bonafiditas importir.

b. *Wesel Bank Atas Unjuk (Bankers Sight Draft)*, yaitu surat perintah yang dibuat oleh bank domestik yang ditujukan kepada bank korespondennya di negara lain untuk membayar sejumlah uang tertentu kepada si pembawa surat wesel.

c. *Telegraphic Transfer (T/T)*, yaitu surat perintah pembayaran yang dikirimkan melalui telegram atau telex dari bank dalam negeri ke bank korespondennya di luar negeri.

d. *Open Account*

Cara ini merupakan kebalikan dari pembayaran tunai. Dengan cara *open account*, barang telah dikirim kepada importir tanpa

disertai surat perintah membayar serta dokumen-dokumen. Pembayaran dilakukan setelah beberapa waktu atau terserah pada kebijakan importir. Dengan cara itu, risiko sebagian besar ditanggung eksportir. Misalnya, eksportir harus mempunyai banyak modal dan apabila pembayaran akan dilakukan dengan mata uang asing maka risiko perubahan kurs menjadi tanggungannya.

e. *Letter of Credit*

L/C (*Letter of Credit*) adalah suatu instrumen yang dikeluarkan oleh bank atas nama salah satu nasabahnya, yang menguasai seseorang atau sebuah perusahaan penerima instrumen tersebut menarik wesel atas bank yang bersangkutan atau atas salah satu bank korespondennya, berdasarkan kondisi-kondisi yang tercantum pada instrumen itu. Eksportir terjamin akan pembayarannya bila ia memenuhi persyaratan yang diminta oleh importir, demikian pula importir.

f. *Commercial Bills of Exchange*, atau yang sering disebut juga wesel (*draft*) atau *trade bills* adalah surat yang ditulis oleh penjual yang berisi perintah kepada pembeli untuk membayar sejumlah uang pada waktu tertentu di masa yang akan datang.

6.4. Sistem Pembayaran Internasional

Sistem pembayaran dalam perdagangan internasional adalah cara pembayaran terhadap transaksi ekspor dan impor yang dibenarkan oleh negara pelaku usaha dan yang ditetapkan dalam kesepakatan internasional. Kesepakatan tersebut dituangkan ke dalam perjanjian atau *sale contract* yang dibuat oleh para pihak atau dipersiapkan atas dasar advokasi perantara yang berperan di dalam transaksi. Tingkat kepercayaan para pihak terhadap kesepakatan yang dibuat sangat ditentukan dari *goodwill* atau nama baik, pihak-pihak yang menandatangani nota kesepakatan tersebut, atau jaminan yang diberikan oleh pihak ketiga.

Sistem pembayaran dalam perdagangan internasional baik dalam bentuk ekspor maupun impor dikelompokkan dalam dua subsistem, yaitu tanpa menggunakan *letter of credit* dan menggunakan *letter of credit*. Pertimbangan dalam menetapkan

sistem pembayaran ditentukan dengan sejauh mana hubungan personel antara eksportir dan importir. Jika hubungan antara eksportir dan importir terkait dengan hubungan kerja seperti kantor pusat dan kantor cabang di dua negara yang berbeda, maka transaksi umumnya tidak menggunakan *letter of credit* dalam penyelesaian pembayaran. Akan tetapi jika hubungan antara eksportir dan importir merupakan hubungan bisnis murni, dipilih penyelesaian pembayaran menggunakan *letter of credit*. Cara pembayaran menggunakan *letter of credit* lebih memberikan jaminan karena adanya perlindungan yang diberikan lembaga keuangan yaitu bank.

a. Pembayaran Tanpa *Letter of Credit*

Bentuk pembayaran tanpa pembukaan *letter of credit* diantaranya :

1. Pembayaran Tunai

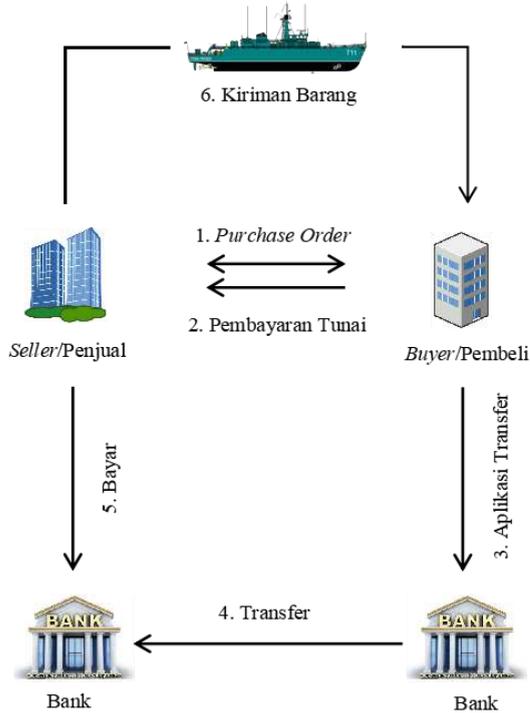
Pembayaran tunai (*cash payment* atau *advance payment*) adalah suatu kondisi transaksi yang mensyaratkan bahwa pembayaran oleh importir dilakukan begitu barang atau komoditas dikirimkan atau dikapalkan oleh eksportir. Pertimbangan menggunakan syarat pembayaran tunai atau *cash payment* didasarkan:

- ✓ Adanya kepercayaan importir kepada eksportir
- ✓ Kepercayaan importir bahwa barang yang akan diekspor tidak termasuk barang atau komoditas yang dilarang untuk diekspor
- ✓ Importir mempunyai ketersediaan dana atau likuiditas yang tinggi
- ✓ Hubungan eksportir dan importir yang cukup dekat sudah saling kenal satu sama lain atau merupakan suatu kelompok usaha yang sama

Risiko yang mungkin terjadi dalam syarat pembayaran tunai atau pembayaran di muka antara lain :

- ✓ Kelalaian eksportir dalam mengapalkan barang atau komoditas mengakibatkan barang atau komoditas yang diperlukan importir tidak sampai tepat waktu
- ✓ Importir akan sulit menuntut atau menggugat jika eksportir wanprestasi mengirimkan barang

- ✓ Bagi importir, memerlukan biaya tinggi dalam menyelesaikan sengketa



Gambar 6.1. Pembayaran di Muka (*advance payment*)

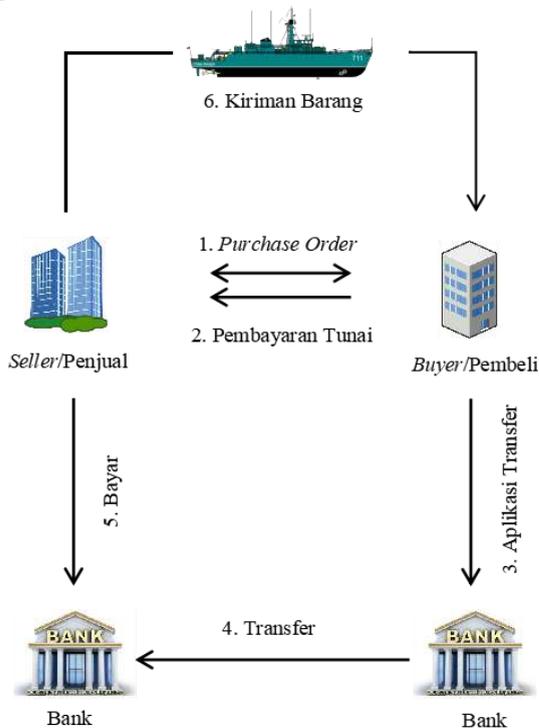
2. Pembayaran Kemudian

Pembayaran kemudian adalah suatu kondisi transaksi yang mensyaratkan eksportir mengirimkan barang atau komoditas yang dipesan importir, dan pembayaran oleh importir dilakukan beberapa waktu kemudian. Kondisi ini dapat juga disebut dengan transaksi berjangka atau bentuk kredit. Pertimbangan menggunakan syarat pembayaran kemudian atau *open account* didasarkan pada:

- ✓ Adanya kepercayaan penuh eksportir terhadap importir
- ✓ Barang atau komoditas berikut dokumennya akan langsung dikirimkan oleh eksportir kepada importir
- ✓ Eksportir kelebihan likuiditas
- ✓ Tidak ada larangan di kedua negara mengenai pembayaran dengan syarat kemudian

Risiko yang mungkin terjadi dalam syarat pembelian kemudian atau *open account* antara lain :

- ✓ Eksportir tidak mendapat perlindungan yang kuat jika importir tidak membayar atau wanprestasi
- ✓ Perselisihan akan menimbulkan biaya yang tinggi bagi kedua pihak terutama eksportir
- ✓ Eksportir akan kesulitan atau hanya mempunyai bukti yang minim jika terjadi perselisihan dan dibawa ke pengadilan



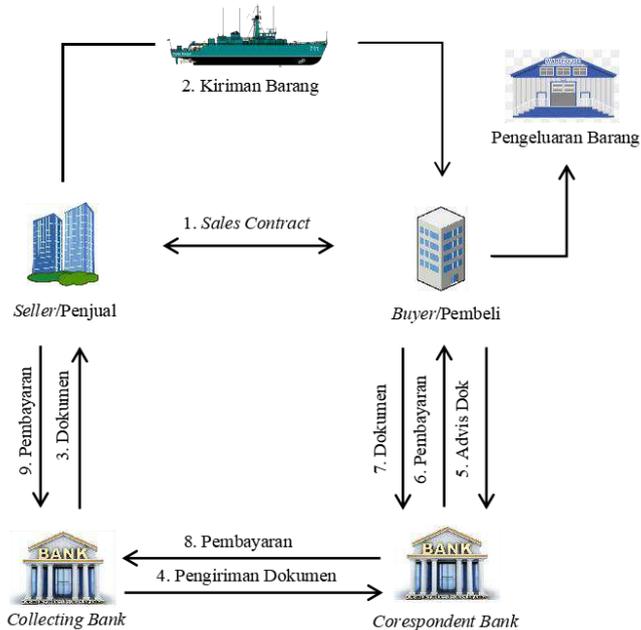
Gambar 6.2. Pembayaran Kemudian (*Open Account*)

Dalam realisasinya, antara transaksi dengan cara pembayaran *open account* atau pembayaran kemudian lebih dominan dibandingkan dengan pembayaran *advance payment*. Hal tersebut terutama disebabkan dalam sistem pemasaran global lebih cenderung terjadi pasar pembeli (*buyer's market*) dibandingkan dengan pasar penjual (*seller's market*).

3. Wesel Inkaso

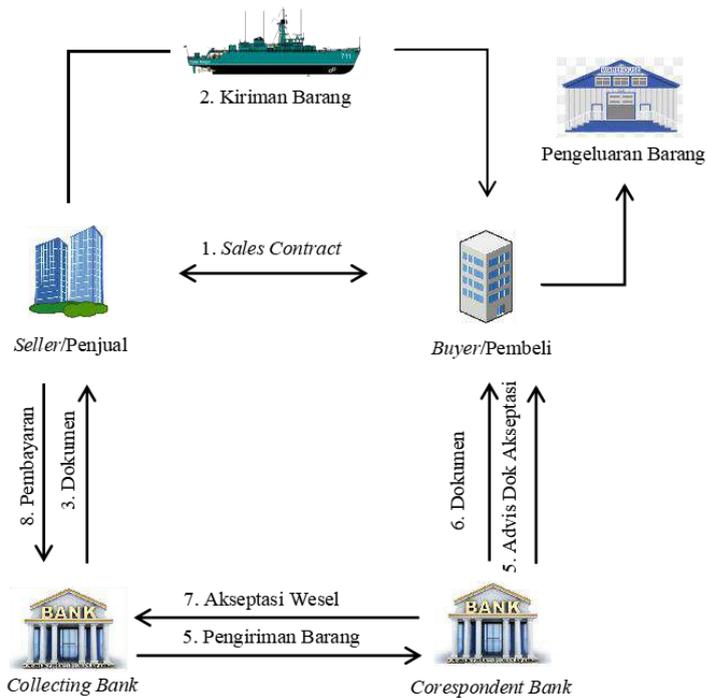
Wesel inkaso adalah suatu sistem pembayaran dengan menggunakan wesel atau *draft* sebagai bukti kewajiban importir kepada eksportir. Wesel dapat dibuka begitu kesepakatan transaksi tercapai atau setelah transaksi dilakukan secara *open account*. Wesel yang menjadi instrumen penagihan (inkaso) sebagai berikut :

- ✓ *Document Against Payment (DP)*, yaitu suatu kondisi yang menetapkan persyaratan bahwa importir selaku *buyer* diwajibkan membayar secara tunai atas penarikan wesel, selanjutnya menerima dokumen pengapalan untuk pengurusan pengeluaran barang di pelabuhan.



Gambar 6.3. *Document Against Payment (DP)*

- ✓ *Document Against Accepted (DA)*, yaitu suatu kondisi yang menetapkan persyaratan bahwa importir atau *buyer* diwajibkan menerima wesel yang ditarik oleh eksportir dan menerima dokumen pengapalan untuk pengurusan pengeluaran barang di pelabuhan.



Gambar 6.4. *Document Against Accepted (DA)*

- ✓ *Clean Bill Collection* adalah penagihan pembayaran terhadap hasil transaksi ekspor, baik yang dilakukan langsung oleh eksportir atau pihak ketiga lainnya tanpa mengikutsertakan atau tanpa melampirkan dokumen pengapalan atau dokumen pengiriman. Penagihan ini dapat terjadi sehubungan kewajiban pembayaran telah jatuh tempo atau pihak importir ingkar janji melakukan pembayaran.
- ✓ *Documentary Collection* adalah penagihan seperti halnya *clean bill collection*, namun dalam proses penagihan tersebut ikut dilampirkan dokumen pengapalan atau dokumen pembayaran, demikian pula kondisi dari penagihan itu sendiri

b. Pembayaran Menggunakan *Letter of Credit*

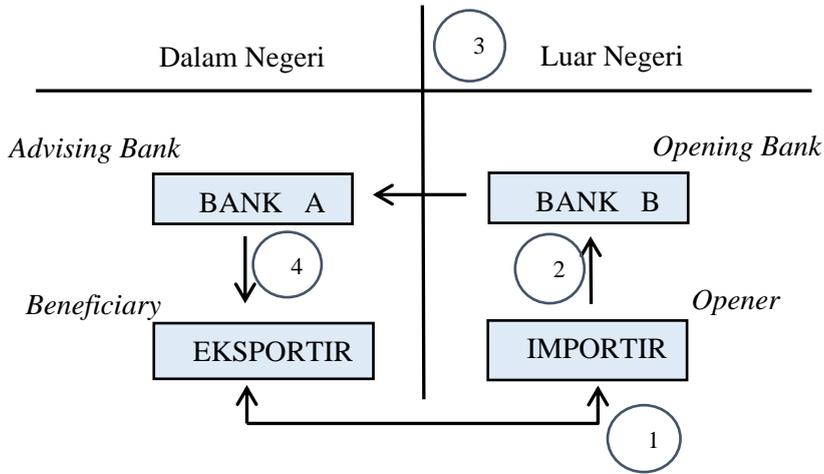
Sistem pembayaran menggunakan instrumen *letter of credit* (L/C) dipersyaratkan di dalam kontrak jual beli (*sales contract*).

Sales Contract merupakan kesepakatan yang digunakan untuk mengatur terjadinya suatu transaksi antara eksportir dan importir (Suseno, 2018). Menurut Kamar Dagang Internasional, *letter of credit* adalah setiap perjanjian, atau apapun namanya, atau maksudnya dengan suatu bank (*issuing bank*) bertindak atas permintaan dan instruksi seorang nasabah (*applicant*) atas namanya sendiri. Dalam perdagangan internasional, *letter of credit* meliputi kegiatan-kegiatan berikut :

1. Melakukan pembayaran kepada pihak ketiga (*beneficiary*) atau ordernya (orang yang ditunjuk oleh pihak ketiga), atau mengakseptasi dan membayar wesel-wesel yang ditarik oleh pihak *beneficiary*.
2. Memberi kuasa kepada pihak lain untuk melakukan pembayaran tersebut, atau untuk mengakseptasi wesel-wesel tersebut.
3. Memberi kuasa kepada bank untuk menegosiasi penyerahan dokumen-dokumen yang ditetapkan, asalkan pembayaran dan kondisi dari kredit yang bersangkutan sudah dipenuhi.

Kesepakatan internasional mengenai penerapan *letter of credit* ditetapkan di dalam *Uniform Customs and Practice for Document Credit* (UCP). UCP terakhir versi 600 yang dipublikasikan oleh Kamar Dagang Internasional atau *International Chamber of Commerce* (ICC). Salah satu prinsip UCP adalah *reasonable care* yang menyebutkan bahwa setiap bank diwajibkan memeriksa keabsahan dokumen-dokumen sesuai yang disyaratkan dalam L/C. Pemeriksaan tersebut dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

1. *Horizontal checking*, yaitu dokumen yang setingkat diperiksa satu sama lain untuk memeriksa kebenarannya,
2. *Vertical checking*, yaitu dokumen yang tidak setingkat diadakan pemeriksaan untuk memastikan kesesuaiannya satu sama lain (*on their face*).



Gambar 6.5. Mekanisme pembukaan *Letter of Credit*

Keterangan :

1. Perjanjian antara eksportir (penjual) dengan importir (pembeli) mengenai jual beli sejumlah barang atau komoditas berikut harga dan syarat-syarat penyerahan barang dan lainnya.
2. Importir mengajukan aplikasi pembukaan *letter of credit* kepada banknya yang ditujukan kepada eksportir melalui banknya di luar negeri. Isi pembukaan *letter of credit* tersebut sesuai dengan aplikasi yang diajukan oleh importir dan dibuat berdasarkan *sales contract*.
3. Bank importir atau disebut dengan *opening/issuing bank* membuka *letter of credit* kepada bank eksportir di luar negeri.
4. Bank eksportir atau disebut juga *advising bank* atau *negotiating bank* meneruskan *letter of credit* tersebut kepada eksportir atau disebut *beneficiary*.

Beberapa persyaratan dalam pembukaan *letter of credit* dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Persyaratan Utama pembukaan *letter of credit*, meliputi :
 - a. *Letter of Credit* yang dibuka adalah *commercial documentary letter of credit* sebagaimana yang ditetapkan oleh UCP;
 - b. Dokumen yang dipersyaratkan, minimal terdiri atas :
 - 1) *Full Set of Bill of Lading* atau Konosemen, dan

- 2) *Commercial Invoice* atau Faktur Komersial yang bersifat definitif
2. Persyaratan Pelengkap dalam pembukaan *letter of credit*, meliputi :
- a. Daftar pengepakan atau daftar *paccking (packing list)*
 - b. Catatan berat barang (*weight note*)
 - c. Daftar ukuran barang (*measurement list*)
 - d. Sertifikat asuransi (*insurance certificate*)
 - e. Brosur dan *leaflet (brochure/leaflet)*
 - f. Laporan pemeriksaan surveyor (*surveyor report*)
 - g. Sertifikat pabrik (*manufacturer's certificate*)
 - h. Sertifikat keterangan asal (*certificate of original*)
 - i. Izin proses (*processing license*)
 - j. Manual tugas atau instruksi (*instruction manual*)

Kepada / To: PT Bank UOB Indonesia ("Bank")

Tanggal / Date: 04-Feb-2016

RINCIAN UMUM / GENERAL DETAILS	
Tipe Kredit / Credit Type : Surat Kredit Berdokumen Dalam Negeri	Disisi oleh Petugas Bank / Filled by Bank's Officer
Dapat ditransfer / Transferable : Dapat Ditransfer / Transferable	No. Ref. / Ref. No. : Tanggal / Date :
Konfirmasi / Confirmation : Without	Mata Uang dan Nilai / Currency and Amount : IDR
Nama dan Alamat Pemohon / Applicant's Name and Address :	Toleransi / Tolerance : <input type="checkbox"/> Tidak melebihi / Not exceeding <input checked="" type="checkbox"/> (+) % and (-) %
	Tanggal Berakhir / Expiry Date :
	Tempat Berakhir / Expiry Place :
	*Jika tidak diisi, berlaku Negara Penerbit / If not indicated, in Beneficiary's Country is applicable
	Tanggal Pengiriman Terakhir / Last Shipment Date :
	Periode Pengiriman / Shipment Period :
NPWP / NPWP : No. API / API No. :	
Nama dan Alamat Penerima / Beneficiary's Name and Address :	Jangka Waktu / Tenor : <input type="checkbox"/> Atas Ujung / Sight <input checked="" type="checkbox"/> Berjangka / Usance : hari setelah / days after <input type="checkbox"/> lainnya / other :
	Pengiriman Sebagian / Partial Shipment : Tidak Diperkenankan / Not Allowed
	Pindah Kapal / Transshipment : Tidak Diperkenankan / Not Allowed
	Bank Pengkonfirmasi / Confirming Bank * :
SWIFT :	SWIFT :
*Jika tidak diisi, Bank berhak menentukan bank penerima yang ditetapkan LC atau SKBDN akan diterbitkan / If not indicated, Beneficiary Bank is to be determined by the Issuing Bank	*Jika Konfirmasi adalah "Confirm" atau "Atas Ujung" secara standar, Bank Penerbit adalah Bank Pengkonfirmasi / If not indicated, Beneficiary Bank is to be determined by the Issuing Bank
Tempat Penyerahan Barang / Place of Taking in Charge :	Tempat Tujuan Akhir / Place of Final Destination :
Pelabuhan Muat / Port of Loading :	Pelabuhan Bongkar / Port of Discharge :
Tersedia kepada / Available with : <input type="checkbox"/> Bank Manapun / Any Bank <input checked="" type="checkbox"/> lainnya / other Secara / by : Payment	Periode Penyerahan Dokumen / Document presentation period : <input type="checkbox"/> hari setelah tanggal pengiriman / days after shipment date <input checked="" type="checkbox"/> lainnya / other
*Jika tidak diisi, berlaku Bank Manapun secara Negosiasi / If not indicated, Any Bank by Negotiation is applicable	*Jika tidak diisi, berlaku 21 hari setelah tanggal pengiriman / If not indicated, 21 days after shipment date is applicable
RINCIAN BARANG / GOODS DETAILS	
Deskripsi Barang / Description of Goods :	No. Kontrak / Contract No. :
	Kode HS / HS Code :
	Negara Asal / Country Origin :
	Volume Barang / Goods Volume :
	Harga satuan / Unit price :
	Syarat Pengagangan / Trade Terms : <input checked="" type="checkbox"/> Incoterms2010 <input type="checkbox"/> lainnya / other
DOKUMEN YANG DIPERSYARIKATKAN / DOCUMENTS REQUIRED	
<input type="checkbox"/> Faktur yang ditandatangani dalam / Signed Commercial Invoice in : Asli / Original(s), dan/and Salinan / Copy(ies)	<input type="checkbox"/> Certificate of Origin dalam / Certificate of Origin in : Asli / Original(s), dan/and Salinan / Copy(ies), diterbitkan oleh / issued by :
<input type="checkbox"/> Packing List dalam / Packing List in : Asli / Original(s), dan/and Salinan / Copy(ies)	<input type="checkbox"/> Sertifikat dari Penerima dalam / Beneficiary's Certificate in : Asli / Original(s), dan/and Salinan / Copy(ies), menyatakan / certify
<input type="checkbox"/> Sertifikat atau Polis Asuransi dalam / Insurance Policy or Certificate in : Asli / Original(s), dan/and Salinan / Copy(ies) untuk/for % dari nilai bruto faktur / from gross invoice value, dengan klausul / under clause : <input type="checkbox"/> Institute Cargo Clauses <input type="checkbox"/> Institute War Clause (Cargo) <input type="checkbox"/> Institute Strike Risks Clause (Cargo) <input type="checkbox"/> lainnya / other	<input type="checkbox"/> Dokumen lain / other documents
<input checked="" type="checkbox"/> Seperangkat lengkap Bill of Lading dalam / Full set of Bill of Lading in : Asli / Original(s), dan/and Non Negotiable Copy / Non negotiable Copy di buat atas order PT. BANK UOB INDONESIA dan pemberitahuan kepada / made out to the order of PT. BANK UOB INDONESIA, and notify to :	
SYARAT TAMBAHAN / ADDITIONAL CONDITIONS	
	- Pembayaran / Issuance : Pemohon / Applicant - Penyimpangan / Discrepancy : Pemohon / Applicant - Konfirmasi / Confirmation : Tidak Berlaku / Not Applicable - Semua biaya di luar Bank / All charges outside Bank : Pemohon / Applicant
	Saya/Kami memberi kuasa kepada Bank untuk mendebit rekening saya/kami di bawah ini untuk keperluan pelunasan segala kewajiban, pembayaran biaya-biaya, atau hal lain yang menjadi tanggung jawab saya/kami terkait LC atau SKBDN yang diterbitkan oleh Bank berdasarkan Formulir Permohonan Penerbitan LC/SKBDN ini. I/We authorize Bank to debit my/our below account for the purpose of settlement of all liabilities, charges payment, or my/our other responsibilities related to the LC or SKBDN issuance by Bank based on this Application Form for LC/SKBDN issuance.
	No. Rekening / Account No. * : <input type="text"/>
	*Jika mata uang rekening tersebut di atas berbeda dengan mata uang transaksi, maka Bank berhak mengagaskan nilai luar yang berlaku pada Bank. If currency of the above mentioned account is otherwise with the transaction currency, the Bank has the right to use the applicable exchange rate.
Saya/kami telah menerima, membaca dan menyetujui Syarat dan Ketentuan sebagaimana tertera pada halaman berikutnya dari Formulir Permohonan Penerbitan LC/SKBDN ini dan menjadi satu kesatuan dengan Formulir Permohonan Penerbitan LC/SKBDN ini. I/We have accepted, read, and agreed Terms and Conditions as stipulated on the next page of this Application Form for LC/SKBDN issuance and being integral part of this Application Form for LC/SKBDN issuance.	
Formulir Permohonan Penerbitan LC/SKBDN serta Syarat dan Ketentuan ini dibuat dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, dimana apabila terdapat perbedaan antara versi Indonesia dengan versi Inggris, maka yang berlaku adalah teks dalam bahasa Indonesia. These Application Form for LC/SKBDN Issuance and Terms and Conditions are made in both Indonesian and English languages, whereby in the event of inconsistency between the Indonesian and English version, the Indonesian language text shall prevail.	

LC/DMS-10

Cap. Jika dipersyarkan dan Pemasangan Bersewang / Stamp if required and Authorized Signatures

UOB Indonesia merupakan lembaga perbankan yang terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan.
UOB Indonesia is a banking institution that is registered and supervised by the Financial Services Authority.

RIGHT BY YOU



Gambar 6.6. Contoh Formulir Permohonan Letter of Credit

Kelebihan menggunakan *letter of credit* adalah sebagai berikut :

1. Eksportir mempunyai jaminan dalam pembayaran hasil ekspor yang dilakukannya dari pihak bank sepanjang syarat-syarat dokumen yang ditetapkan lengkap.
2. Eksportir dapat menerima pembayaran begitu barang ekspor dikirimkan baik dalam bentuk pembayaran tunai (*sight L/C*) maupun dalam bentuk pembayaran berjangka (*usance L/C*)
3. Importir tidak diharuskan menyediakan dana sebesar nilai komoditas yang dipesannya, cukup berupa setoran jaminan impor yang disyaratkan bank. Pelunasan pembayaran dapat dilakukan ketika barang sampai atau dijadikan pembayaran oleh pihak bank dalam bentuk pemberian kredit impor.
4. Importir merasa terjamin terhadap kelengkapan dan keabsahan dokumen, karena jika tidak terpenuhi syarat-syarat tersebut, bank akan menolak atau tidak akan melakukan pembayaran.

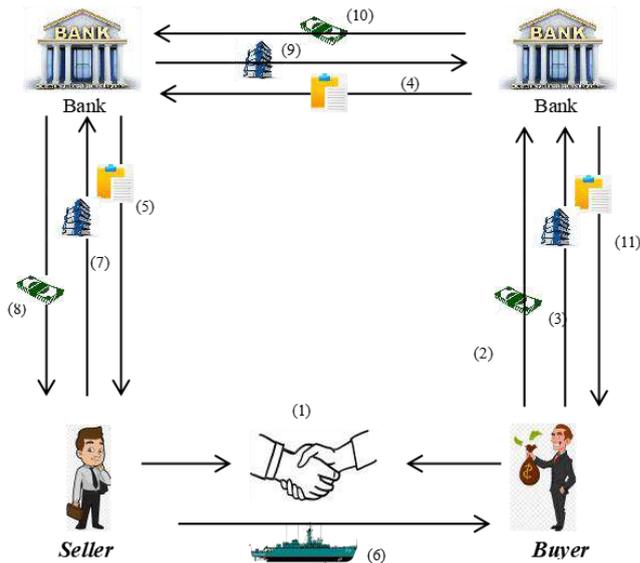
Adapun kelemahan *letter of credit* adalah sebagai berikut :

1. Importir dan eksportir akan dibebankan biaya oleh bank atas pembukaan L/C sekurang-kurangnya biaya administrasi.
2. Lalu lintas dokumen dalam hal yang berkaitan dengan pembukaan L/C harus disalurkan melalui bank.
3. Bank hanya berkepentingan dengan dokumen dan tidak bertanggungjawab dengan barang (disebut juga bank hanya berdagang dokumen)
4. Importir tidak mendapat jaminan bahwa komoditas yang dikapalkan sesuai dengan pesamannya. Bahkan dalam berbagai kasus sering terjadi barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan.

Letter of Credit dibedakan menjadi beberapa macam tergantung pada jangka waktu maupun jenisnya (Rinaldy, Ikhlas, & Utama, 2018), antara lain sebagai berikut :

1. Berdasarkan jangka waktunya, *letter of credit* terdiri dari 3 (tiga) macam sebagai berikut :
 - a. *Sight Letter of Credit*
Sight Letter of Credit adalah L/C yang diterbitkan dengan syarat bahwa pembayaran dapat dilakukan jika semua

syarat yang ditetapkan dalam L/C telah dipenuhi, dan dapat diajukan pada hari yang diinginkan oleh *beneficiary* atau eksportir. L/C ini disebut juga L/C tunai yang sangat diminati eksportir, terutama berkaitan dengan jangka waktu pembayaran.



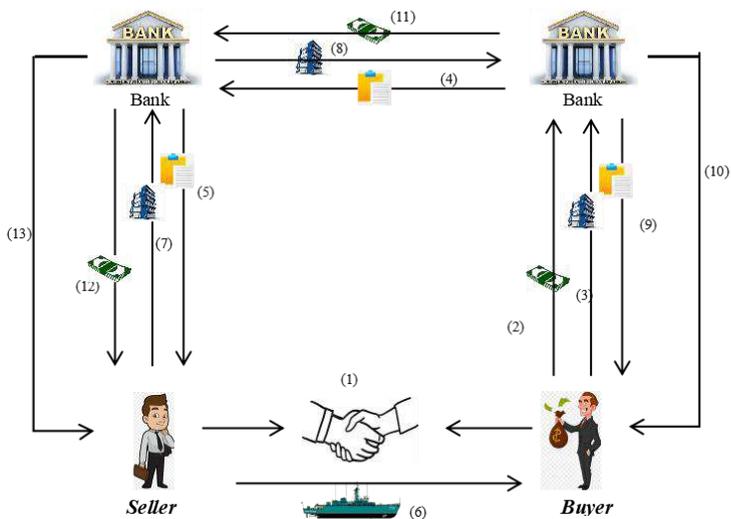
Gambar 6.7. *Slight Letter of Credit*

Keterangan :

1. *Seller* dan *Buyer* melakukan *sales contract*
2. *Buyer* mengajukan aplikasi L/C kepada *buyer bank*
3. *Buyer* melaksanakan pembayaran kepada *buyer bank*
4. *Buyer bank* menerbitkan L/C kepada *seller bank*
5. *Seller* mengapalkan barang
6. *Seller* menyerahkan dokumen kepada *seller bank*
7. *Seller* menyerahkan dokumen kepada *seller bank*
8. *Seller bank* melaksanakan pembayaran kepada *seller*
9. *Seller bank* mengirimkan dokumen kepada *buyer bank*
10. *Buyer bank* membayar kepada *seller bank*
11. *Buyer bank* mengirimkan dokumen kepada *buyer*

b. *Usance Letter of Credit*

Usance Letter of Credit adalah *letter of credit* yang mensyaratkan pembayaran realisasi ekspor secara berjangka, sesuai kesepakatan antara importir dan eksportir, serta kesepakatan tersebut dituangkan secara tegas dalam aplikasi pembukaan *letter of credit*. Mekanismenya yaitu setelah barang dikapalkan, sebagai bukti penagihan *beneficiary* atau eksportir melalui *advising bank* yaitu menarik wesel (wesel ekspor berjangka) kepada importir melalui *opening bank* berjangka waktu sesuai dengan syarat yang ditetapkan dalam *letter of credit*. Wesel berjangka hasil ekspor dapat didiskontokan oleh eksportir kepada *negotiating bank*. Di Indonesia, bank yang mengambil alih wesel ekspor berjangka dapat mendiskontokannya kepada Bank Indonesia dengan syarat-syarat yang ditetapkan Bank Indonesia.



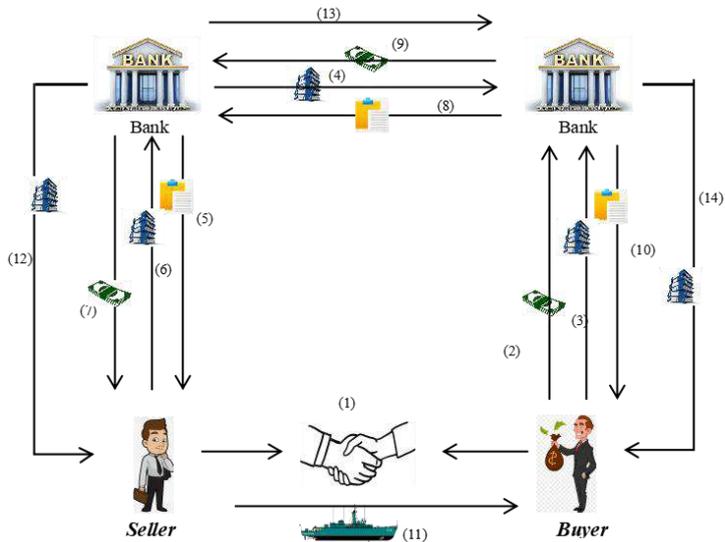
Gambar 6.8. *Usance Letter of Credit*

Keterangan :

1. *Seller* dan *Buyer* melakukan *sales contract*
2. *Buyer* mengajukan aplikasi L/C kepada *buyer bank*
3. *Buyer* melaksanakan pembayaran kepada *buyer bank*
4. *Buyer bank* menerbitkan L/C kepada *seller bank*

5. *Seller bank* mengadviskan L/C kepada *seller*
 6. *Seller* mengapalkan barang
 7. *Seller* menyerahkan dokumen kepada *seller bank*
 8. *Seller bank* mengirimkan dokumen kepada *buyer bank*
 9. *Buyer bank* meneruskan dokumen kepada *buyer*
 10. *Buyer* melaksanakan akseptasi
 11. *Buyer bank* mengadviskan akseptasi kepada *seller bank*
 12. *Seller bank* meneruskan akseptasi kepada *seller*
- c. *Red Clause Letter of Credit*
- Red Clause Letter of Credit* adalah L/C yang memuat klausul bahwa *beneficiary* atau eksportir diperkenankan melakukan penarikan atau menerima pembayaran lebih dahulu sebelum barang atau komoditas dikapalkan atau dikirimkan. *Red clause* L/C dapat dibagi menjadi 2 (dua) yaitu :
1. *Clean/unsecured red clause* L/C
 2. *Secured red clause* L/C

Pada *red clause* L/C terdapat klausa , “*the advising bank is here by authorized to make advance to you the extend of percents of this credit against your sample purchase and shipment of the merchandise for which this credit is open and be accompanied by your written undertaking to deliver documents is conformity terms to said bank on or before the latest date for negotiation.....*” yang mempunyai pengertian bahwa “*advising bank* diperkenankan menarik uang muka atau pembayaran sebesar% sebelum komoditas dikapalkan.....”.



Gambar 6.9. *Red Clause Letter of Credit*

Keterangan :

1. *Seller* dan *Buyer* melakukan *sales contract*
2. *Buyer* mengajukan aplikasi L/C kepada *buyer bank*
3. *Buyer* melaksanakan pembayaran kepada *buyer bank*
4. *Buyer bank* menerbitkan L/C kepada *seller bank*
5. *Seller bank* mengadviskan L/C kepada *seller*
6. *Seller* menyerahkan *simple receipt* (100% x nilai L/C)
7. *Seller bank* melaksanakan pembayaran kepada *seller*
8. *Seller bank* mengirimkan *simple receipt* kepada *buyer bank*
9. *Buyer bank* melaksanakan pembayaran kepada *seller bank*
10. *Buyer bank* meneruskan *simple receipt* kepada *buyer*
11. *Seller* mengapalkan barang
12. *Seller* menyerahkan dokumen kepada *seller bank*
13. *Seller bank* menyerahkan dokumen kepada *buyer bank*
14. *Buyer bank* menyerahkan dokumen kepada *buyer*

2. Berdasarkan jenisnya, *letter of credit* terdiri dari 3 (tiga) macam sebagai berikut :

- a. *Revocable Sight Letter of Credit*
Revocable Letter of Credit adalah L/C yang syarat-syaratnya sebagaimana diminta *applicant* sewaktu-waktu dapat diubah, dibatalkan, atau ditambah terutama yang berkaitan dengan harga, jumlah, dan jangka waktu serta syarat lainnya. UCP menetapkan bahwa perubahan L/C hanya dapat diakui sepanjang *beneficiary* belum melaksanakan pengapalan barang. Dengan demikian, jika pengapalan barang sebelumnya adanya perubahan, importir melalui *opening bank* wajib membayar *reimburs* yang diajukan eksportir melalui *negotiating bank*.
- b. *Irrevocable Letter of Credit*
Irrevocable Letter of Credit adalah L/C yang perubahannya tidak dapat dilakukan sepihak, terutama oleh *issuing bank* atau importir. Perubahan hanya dapat dilakukan jika para pihak yaitu *applicant*, *issuing bank*, dan *beneficiary* menyetujuinya. Dalam realisasinya, L/C jenis ini dianggap paling umum, terutama dilihat dari sudut eksportir atau bagi yang melakukan suatu transaksi perdagangan internasional pada tahap permulaan, namun dianggap kurang fleksibel bagi importir. Sesuai UCP jika suatu L/C tidak menyebutkan sifat atau jenisnya berarti L/C tersebut adalah *irrevocable L/C*.
- c. *Irrevocable Unconfirmed Letter of Credit*
Irrevocable Unconfirmed Letter of Credit adalah L/C yang prinsipnya sama dengan *Irrevocable Letter of Credit*, namun terdapat catatan atau klausul yang menyatakan bahwa *advising bank* secara tegas menolak atau tidak menjamin (*unconfirmed*) pembayaran L/C yang dimaksud. Catatan atau klausul yang terdapat pada L/C tersebut berbunyi, "*this is solely and advice of an irrevocable credit and conveys no engagement by us.....*".
- d. *Confirmation Letter of Credit*
Confirmation Letter of Credit adalah L/C yang diterbitkan oleh suatu bank (*issuing bank*) atas dasar permintaan nasabah (*applicant*) dan disampaikan kepada eksportir atau

beneficiary melalui *advising bank* dengan keterangan yang lengkap dan rinci. Pada umumnya, L/C ini diterbitkan disesuaikan dengan syarat-syarat yang terdapat dalam substansi *sales contract* atau atas permintaan *beneficiary*.

e. *Pre-Advice Letter of Credit*

Pre-Advice Letter of Credit adalah L/C yang diterbitkan secara ringkas atau singkat yang umumnya disampaikan melalui teleks, faksimile, atau sarana komunikasi lainnya yang memuat nomor, tanggal, nominal atau nilai, nama *applicant* dan *beneficiary*, tanggal pengapalan, serta *expired* L/C.

f. *Revolving Letter of Credit*

Revolving Letter of Credit adalah L/C yang dapat digunakan secara berulang-ulang untuk jumlah yang sama atau sampai pada jumlah kumulatif tertentu dalam satu masa (periode) tertentu atau sampai pemberitahuan dari *applicant* untuk mengakhirinya. Pada L/C tersebut, terdapat klausul "*this letter of credit is revolving to the extend that amount drawn by you non exceeding USD (IDR) may become available to you against but only upon receipt by of our format advice of reinstatement. Total drawing under this credit are not exceed USD (IDR)".*

g. *Restricted Letter of Credit*

Restricted Letter of Credit adalah L/C yang dapat dinegosiasi oleh eksportir pada bank tertentu sebagaimana yang tercantum dalam L/C tersebut. Lazimnya negosiasi hanya dapat dilakukan pada *advising bank* dan klausul yang tercantum dalam L/C adalah "*..... negotiating under this credit restricted to bank only".*

h. *Back to Back Letter of Credit* atau *Ansiliary Letter of Credit*

Back to Back Letter of Credit adalah L/C yang dibuka atas dasar L/C lain (*master L/C*). Dalam pengertian umum disebutkan L/C yang dijamin oleh suatu L/C yang tujuannya memberikan wewenang kepada *beneficiary* melimpahkan pengapalan barang atau komoditas kepada pihak lain. Dalam

realisasinya, nilai yang tercantum dalam *master L/C* lebih tinggi dari turunannya.

i. *Stand by Letter of Credit*

Stand by Letter of Credit adalah sejenis bank garansi yang diperlakukan sama dengan L/C, yang berfungsi sebagai bukti jaminan atas pelaksanaan suatu pekerjaan atau proyek, pengadaan barang, dan pemberian kredit yang realisasinya menyangkut pihak-pihak yang berada pada negara yang berbeda.

j. *Operative Letter of Credit*

Operative Letter of Credit adalah sistem pengiriman L/C yang menggunakan sarana teleks atau faksimile dan dapat dinyatakan sah atau berlaku tanpa penegasan tertulis (*confirmation mail*) sepanjang angka-angka rahasia (*test key*) benar atau cocok. Dewasa ini, penyampaian L/C dominan adalah dalam kondisi *operative*. Namun jika L/C memuat kata-kata seperti "*full detail to follow*" atau yang sama dengan itu, berarti L/C tersebut tidak *operative*.

Pihak-pihak yang terkait dalam mekanisme transaksi yang menggunakan *letter of credit* adalah sebagai berikut :

1. *Applicant* adalah importir nasabah bank yang mengajukan permohonan atau aplikasi pembuatan L/C untuk diteruskan kepada *beneficiary* seperti tercantum di dalam aplikasi tersebut. Dokumen yang diperlukan terutama yang berkaitan dengan syarat-syarat pembayaran dan penyerahan barang harus dicantumkan secara tegas dalam aplikasi. Istilah lain *applicant* adalah *accountee*, *account party*, *buyer*, *consignee*, *drawee*, *notify party*, *opener*, dan *payer*.
2. *Issuing Bank* adalah bank yang menerbitkan L/C atas permintaan *applicant* atau nasabah bank yang bertindak sebagai importir untuk diteruskan kepada *negotiating bank* untuk kepentingan *beneficiary* atau eksportir. Istilah lain *issuing bank* adalah *opening bank* dan *importer's bank*.
3. *Negotiating Bank* adalah bank yang diperkenankan melakukan negosiasi pembayaran atas hasil ekspor setelah eksportir melengkapi semua dokumen yang dipersyaratkan di dalam

substansi L/C. Pada dasarnya semua bank dapat berfungsi sebagai *negotiating bank* kecuali jika ditetapkan lain.

4. *Advising Bank* adalah bank penerima L/C dari bank korespondennya (*issuing bank*) dan mengadvis atau memberitahukan atau meneruskannya kepada *beneficiary* atau eksportir setelah menegaskan tentang keabsahan atau kebenaran L/C tersebut. *Advising bank* dapat juga berfungsi sebagai *paying bank* atau *confirming bank* atau bahkan *issuing bank* jika dalam hal ini berbeda dengan *opening bank*. *Advising bank* disebut juga sebagai *seller's bank* atau *foreign correspondent bank*.
5. *Confirming Bank* adalah *issuing bank* atau *advising bank* yang memberikan jaminan pembayaran kepada *beneficiary* atau eksportir, jika importir tidak melaksanakan prestasinya atau tidak melakukan pembayaran terhadap suatu tagihan pembayaran atau *reimburse* yang dilakukan oleh *beneficiary* atau eksportir.
6. *Notifying Bank* adalah bank yang menerima L/C dari *issuing bank* untuk diteruskan kepada *supplier* atau eksportir. *Notifying bank* belum tentu sebagai *advising bank* atau *paying bank*. Karena semata-mata untuk meneruskan L/C sehubungan dengan *negotiating bank* tidak mempunyai kantor atau kantor cabang di kota atau di tempat eksportir.
7. *Reimbursing Bank* adalah bank pihak ketiga yang memfasilitasi hubungan antara dua bank eksportir dan importir, karena tidak mempunyai hubungan koresponden. Dengan demikian dalam pembukaan L/C, *reimbursing bank* berperan sebagai perantara kedua bank, baik dari pihak eksportir maupun importir.

6.5. Pasar Valuta Asing

Valuta asing atau mata uang asing adalah jenis mata uang yang digunakan di negara lain. Karena adanya perbedaan nilai mata uang, maka dikenallah apa yang disebut dengan kurs (nilai tukar). Valuta asing dapat diperoleh di pasar valuta asing. Valuta asing akan mempunyai nilai apabila valuta asing tersebut dapat ditukarkan dengan valuta asing lainnya tanpa pembatasan dan tempat untuk

bertemu antara penawaran dan permintaan, valuta asing disebut Bursa Valuta Asing atau *foreign exchange market*.

Secara umum pasar valuta asing adalah tempat membeli atau menukar mata uang asing untuk keperluan internasional serta dapat diartikan sebagai pasar yang memfasilitasi pertukaran valuta untuk mempermudah transaksi perdagangan dan keuangan internasional. Fungsi pasar valuta asing antara lain sebagai berikut :

- a. Mempermudah penukaran valuta asing serta pemindahan dana dari suatu negara ke negara lain (misalnya melalui *clearing*)
- b. Memperlancar terjadinya kegiatan ekspor maupun impor
- c. Memungkinkan dilakukan *hedging*. *Hedging* adalah tindakan pihak tertentu untuk menghindari kerugian akibat kemungkinan terjadinya perubahan kurs valuta asing di masa yang akan datang.

Meskipun kurs nilai tukar pada dasarnya ditentukan oleh kekuatan pasar, namun sesungguhnya ada faktor lain yang menentukan besarnya kurs, yaitu sistem kurs valuta asing yang dianut suatu negara. Secara umum, terdapat 3 (tiga) sistem penetapan kurs valuta asing, diantaranya :

- a. Sistem Kurs Tetap

Menurut sistem kurs tetap (*fixed exchange rate*), nilai tukar mata uang suatu negara terhadap mata uang negara lainnya ditetapkan oleh pemerintah. Walaupun nilai tukar ditetapkan oleh pemerintah, namun tidak berarti bahwa tidak ada perubahan permintaan dan penawaran atas suatu mata uang di pasar valuta asing. Dampak dari perubahan permintaan dan penawaran mata uang asing di pasar valuta asing tersebut akan diredam oleh pemerintah. Jika terjadi kelebihan penawaran, pemerintah akan membelinya. Sebaliknya, jika terjadi kelebihan permintaan terhadap mata uang asing tertentu, maka pemerintah akan menjual persediaan mata uang yang dimilikinya. Kebaikan sistem kurs tetap adalah sistem ini mampu memberikan kepastian mengenai nilai tukar. Namun sistem ini pun mengandung kelemahan, yakni pemerintah harus memiliki cadangan devisa yang besar untuk berjaga-jaga jika dibutuhkan intervensi pasar.

b. Sistem Kurs Bebas

Kurs bebas adalah nilai kurs yang ditentukan kekuatan pasar yang biasa disebut juga dengan kurs mengambang. Keuntungan dari sistem kurs bebas adalah bahwa tingkat kurs yang berlaku selalu sama dengan tingkat kurs keseimbangan. Jadi, tidak ada masalah pasar gelap dan akibat negatifnya. Dalam sistem kurs devisa yang betul-betul mengambang, tidak ada masalah surplus atau defisit neraca pembayaran, sebab bekerjanya pasar selalu menyeimbangkan jumlah devisa yang masuk dengan devisa yang keluar. Sistem ini bisa dilaksanakan apabila syarat-syarat berikut dapat terpenuhi, yaitu :

1. Kurs ditentukan sepenuhnya oleh kekuatan pasar
2. Tidak ada pembatasan penggunaan valuta asing

c. Sistem Kurs Mengambang Terkendali

Usaha-usaha untuk menstabilkan kurs *konferensi Bretton Woods*. Pada sistem kurs mengambang terkendali, nilai tukar pada dasarnya ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan. Nilai kurs bebas bergerak untuk naik maupun turun. Namun untuk menghindari gejolak yang terlalu tajam, pemerintah melakukan intervensi atau campur tangan sampai batas-batas yang telah ditentukan, misalnya 5% di atas atau di bawah kurs keseimbangan. Batas yang digunakan untuk mengatakan bahwa perubahan nilai tukar dianggap terlalu tajam ditentukan oleh bank sentral. Campur tangan pemerintah dalam mempengaruhi nilai kurs ini dapat dilakukan secara langsung (membeli maupun menjual valuta asing di pasar) maupun secara tidak langsung (misalnya melalui pengaturan tingkat bunga). Apabila pemerintah melakukan campur tangan secara langsung maka sistem kurs valuta asing yang dianut disebut *dirty floating* (mengambang kotor). Sedangkan jika pemerintah melakukan campur tangan secara tidak langsung, maka sistem kurs valuta asing yang dianut disebut sebagai *clean floating* (mengambang bersih).

Dibandingkan dengan sistem kurs bebas, sistem kurs mengambang terkendali lebih memberikan kepastian yang lebih

baik lagi bagi para eksportir dan importir tentang besarnya nilai tukar yang akan berlaku untuk satu periode.

6.6. Nilai Tukar Valuta Asing (Kurs)

Nilai tukar dalam arti umum yakni jumlah satuan mata uang yang harus diserahkan untuk mendapatkan satu satuan mata uang asing, atau dapat juga diartikan sebagai perbandingan antara harga mata uang asing dari suatu negara dengan harga uang negara lain. Nilai tukar antara mata uang satu dengan mata uang negara lain disebut juga nilai kurs. Nilai kurs merupakan harga satuan mata uang asing dalam satuan uang dalam negeri.

Nilai kurs biasanya akan selalu berubah tergantung kepada permintaan dan penawaran pasar. Artinya nilai mata uang akan cenderung meningkat apabila permintaan terhadap mata uang yang bersangkutan lebih besar dibandingkan dengan pasokan uang asing yang dibutuhkan atas pasar yang ada. Nilai uang akan cenderung menurun apabila permintaan terhadap mata uang tersebut lebih kecil dari suplai yang ada.

Sebagai contoh, menjelang bulan Agustus-September permintaan terhadap mata uang arabia yaitu riyal mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan karena pada bulan September atau dalam penanggalan Islam disebut bulan Dzulhijah, para umat Islam melaksanakan ibadah haji ke tanah suci Mekkah yang berada di negara Saudi Arabia, sehingga para calon jemaah haji memerlukan mata uang riyal untuk keperluan berbelanja selama mereka beribadah haji di kota Mekkah Madinah. Perubahan dalam penawaran dan permintaan terhadap suatu mata uang yang selanjutnya berakibat pada terjadinya perubahan dalam kurs. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya sebagai berikut :

- a. Perubahan gaya hidup di masyarakat
- b. Perubahan harga barang ekspor maupun impor
- c. Kenaikan harga umum (inflasi)
- d. Adanya perubahan suku bunga dan tingkat pengembalian investasi
- e. Pertumbuhan ekonomi

6.7. Pelaku Pasar Valuta Asing

Nilai valuta asing akan selalu berubah-ubah dari waktu ke waktu dikarenakan adanya hukum *demand* dan *supply* melibatkan para pelaku pasar yang masing-masing mempunyai kepentingan. Pelaku pasar tersebut antara lain :

- a. Perusahaan
- b. Individu
- c. Bank Umum
- d. Pialang Pasar Valas/Broker
- e. Pemerintah
- f. Bank Sentral

6.8. Perhitungan Kurs

Kurs sebagaimana telah dibahas sebelumnya merupakan nilai tukar antara mata uang satu negara dengan negara lain. Kurs terdiri atas 2 (dua) jenis yaitu :

- a. Kurs Jual

Merupakan valuta asing yang digunakan jika Bank atau *Money Changer* menjual valuta asing kepada masyarakat atau kepada nasabah.

- b. Kurs Beli

Yaitu valuta asing yang digunakan ketika Bank atau *Money Changer* membeli valuta asing dari masyarakat atau nasabah.

Contoh perhitungan kurs dapat dilihat pada Tabel 6.1 sebagai berikut.

Tabel 6.1. Daftar Mata Uang Asing

No.	Mata Uang	Kurs Jual	Kurs Beli
1.	USD	12.100	11.500
2.	SGD	8.000	7.000
3.	HKD	1.560	1.480
4.	JPY	138	128
5.	GBP	17.300	16.360
6.	AUD	7.640	7.220
7.	THB	350	290
8.	EUR	15.460	14.660

6.9. Pertanyaan dan Latihan

(Untuk menjawab pertanyaan berikut, gunakan Tabel 6.1 sebagai pedoman dalam menjawab setiap pertanyaan!)

1. Tuan Yoshihara berkunjung ke Indonesia dengan membawa uang sebesar 150.000 yen. Ketika ditukar ke Bank, maka uang yang diperoleh Tuan Yoshihara adalah sejumlah rupiah.
2. Tuan Amir menyimpan mobil dari negara Amerika Serikat dengan harga US \$ 15.000. Berdasarkan data tersebut diatas maka hitung berapa rupiahkah yang harus dibayar oleh Tuan Amir untuk membayar mobil yang di impor tersebut?
3. Stevanus ingin membuka usaha di bidang impor gula dari negara Thailand. Ia memerlukan THB 150.000 untuk digunakan sebagai modal usaha. Berdasarkan pernyataan tersebut, hitunglah berapa rupiahkah yang harus ia persiapkan jika ia memiliki tabungan senilai USD 4.500?
4. Tuan Budi mendapat kiriman uang dari anaknya yang bekerja di Eropa sebesar EUR 1.400. Dia mempunyai niat untuk membeli perlengkapan pecinta alam dan panjat tebing senilai SGD 300, kemudian ia membeli beras untuk keluarganya senilai HKD 300. Jika Tuan Budi ingin membelikan untuk istrinya perhiasan dari Inggris senilai 1.500 GBP. Maka berapa rupiahkah yang harus diberikan oleh Tuan Budi?
5. Denni mendapat dividen dari sejumlah saham yang ia miliki diluar negeri sebesar AUD 12.000. Kemudian ia ingin membelikan anak kembarnya notebook yang masing-masing harganya SGD 975. Selain itu ia ingin mengajak istrinya pergi ke suatu tempat di luar negeri untuk tour dimana setiap orang dikenakan USD 4.000 dan biaya fiskal Rp 2.500.000,00. Berapa EURO yang harus diambil Denni dari tabungannya untuk membeli notebook dan biaya tour bersama keluarganya ke luar negeri?
6. Allan ingin membuka usaha bengkel di Jakarta Barat. Setelah dilakukan kalkulasi modal yang dibutuhkan untuk membuka usaha bengkel tersebut sebesar US \$ 5.000. Sedangkan Allan memiliki simpanan di rumah sebesar SGD 4.500. Berapa

Australia Dollar yang harus diminta dari ayahnya yang sedang berbisnis di Australia?

7. Seorang pedagang mengimpor dari Australia sebanyak 1.000 kg buah anggur dan 4.000 kg buah apel. Barang-barang tersebut diimpor dengan syarat CIF Tanjung Priok . Faktur dari eksportir sebagai berikut :

1.000 kg anggur @ A\$ 5	=	A\$ 5.000
4.000 kg apel @ A\$ 6	=	A\$ 24.000
Tambang kapal	=	A\$ 1.000
C & F	=	A\$ 30.000
CIF	=	A\$ 33.000

Ongkos bongkar di pelabuhan serta ongkos angkut sampai ke gudang adalah Rp 100.000,00. Pada waktu barang dibongkar ternyata hanya 900 kg anggur yang baik dan 200 kg apel yang rusak. Oleh karena itu, kerusakan barang-barang diperhitungkan sebagian biaya ongkos memilih Rp 2.000,00 tiap kwintal barang yang diterima, semua barang yang diimpor tidak mengalami susut timbangannya.

Berdasarkan data tersebut di atas, hitunglah berapa harga pokok setiap kg apel dan anggur jika ongkos-ongkos dialokasikan berdasarkan perbandingan harga dan timbangan barang yang akan dikirim bila nilai kurs A\$ = Rp 600,00.

7.1. Kompetensi dan Indikator

Dengan mempelajari bab ini, Anda diharapkan dapat memahami neraca pembayaran internasional yang meliputi sistem moneter internasional, neraca pembayaran, sistem akuntansi neraca pembayaran, dan neraca pembayaran Indonesia tahun 2019.

7.2. Sistem Moneter Internasional

Sistem moneter internasional ada karena kebanyakan negara memiliki mata uangnya sendiri. Alat untuk saling menukar mata uang ini diperlukan jika hendak dilakukan diluar batas-batas negara.

Sistem moneter internasional menciptakan aturan yang dipakai suatu negara untuk menilai dan menukarkan mata uangnya. Sistem ini menyediakan mekanisme untuk mengoreksi ketidakseimbangan antara pembayaran internasional suatu negara dan penerimaannya.

Sistem moneter internasional dewasa ini dapat ditelusuri akarnya dari daya tarik emas dan perak pada zaman kuno, yang keduanya berperan sebagai media pertukaran pada masa awal perdagangan antar suku dan dalam perdagangan kemudian hari diantara negara-negara kota.

7.2.1. Standar Emas

Standar emas adalah apabila Negara-negara sepakat untuk membeli atau menjual emas dengan sejumlah satuan mata uang yang telah ditetapkan. Asset cadangan sentral terdiri dari emas, SDR, atau mata uang keras yang disimpan dalam perbendaharaan suatu Negara.

Ketergantungan masa kuno pada uang logam emas sebagai media pertukaran internasional mengakibatkan penggunaan sistem moneter internasional yang dikenal sebagai standar emas. Dalam standar emas (*gold standard*), negara-negara setuju membeli atau menjual mata uang kertasnya dengan emas atas permintaan individu atau perusahaan, dan berbeda dari penumpukan emas

merkantilisme, juga setuju membolehkan ekspor bebas batangan emas dan uang logam.

Standar emas secara efektif menciptakan system nilai tukar yang tetap. Nilai tukar (*exchange rate*) adalah harga satu mata uang terhadap mata uang kedua. Dalam system nilai tukar tetap (*fixed exchange rate system*), harga mata uang tertentu tidak berubah dibandingkan dengan mata uang lain. Standar emas menciptakan nilai tukar tetap karena masing-masing negara mengikat atau mematok nilai mata uangnya terhadap emas.

Sejauh perusahaan merasa yakin dengan janji suatu negara untuk menukarkan mata uangnya dengan emas pada nilai yang sudah dijanjikan pada saat diminta untuk melakukannya, banyak diantaranya sesungguhnya lebih suka untuk dibayar dalam mata uang. Transaksi dalam bentuk emas adalah mahal.

Dari tahun 1821 hingga akhir perang dunia I pada tahun 1918, mata uang yang paling penting dalam perdagangan internasional adalah poundsterling Inggris, suatu cerminan munculnya Inggris dari perang Napoleon sebagai kekuatan ekonomi dan militer dominan di Eropa. Dalam menyelesaikan transaksi, kebanyakan perusahaan di seluruh dunia bersedia menerima emas maupun pound Inggris. Akibatnya, system moneter internasional selama kurun waktu ini sering disebut standar emas berbasis sterling (*sterling-based gold standard*).

7.2.2. Ambruknya Standar Emas

Selama perang Dunia I, standar emas berbasis sterling terpisah-pisah. Dengan meletusnya perang, transaksi perdagangan normal antara sekutu (Perancis, Rusia, dan Inggris) dan kekuatan pusat (Austria-Hungaria, Jerman, dan keluarga ottoman) berhenti. Tekanan ekonomi akibat perang menyebabkan negara-negara satu demi satu meneguhkan janjinya untuk membeli atau menjual emas dengan nilai par mata uangnya. Setelah perang, konferensi Brussels (1920) dan Genoa(1922) menghasilkan kesepakatan umum di antara kekuatan-kekuatan ekonomi besar untuk kembali ke standar emas sebelum perang.

Namun, kesadaran terhadap standar emas tersebut terbukti hanya bertahan singkat karena tekanan ekonomi yang dipicu Depresi besar di seluruh dunia. Bank of England, bank sentral Inggris, tidak mampu menepati janjinya untuk mempertahankan nilai pound. Setelah Inggris meninggalkan standar emas, muncul “daerah sterling” (*sterling area*) karena beberapa negara, terutama anggota-anggota persemakmuran Inggris, mematok mata uangnya dengan pound dan mengandakan saldo sterling yang disimpan di London sebagai cadangan internasionalnya.

7.2.3. Era Bretton Woods

Banyak politisi dan sejarawan percaya bahwa macetnya sistem moneter internasional dan perdagangan internasional sesudah Perang Dunia I menciptakan kondisi-kondisi ekonomi yang membantu melahirkan Perang Dunia II. Inflasi, pengangguran, dan biaya untuk membangun kembali perekonomian negara-negara yang dicabik-cabik perang menciptakan instabilitas politik yang memungkinkan diktator-diktator fasis dan komunis merebut kekuasaan atas pemerintahannya masing-masing.

Para peserta konferensi Bretton Woods itu sepakat memperbaharui standar emas dengan perubahan yang sangat besar. Mereka juga sepakat membentuk organisasi internasional baru yang akan membantu membangun kembali perekonomian dunia dan sistem moneter internasional, yaitu:

a) **Bank Rekonstruksi dan Pembangunan Internasional**

Bank Rekonstruksi dan Pembangunan Internasional adalah nama resmi bank dunia. Didirikan pada tahun 1945, tujuan semula bank dunia adalah membantu mendanai rekonstruksi perekonomian negara-negara Eropa yang dicabik-cabik perang. Karena misinya lama-kelamaan telah meluas, Bank Dunia membentuk tiga organisasi, yaitu Asosiasi Pembangunan Internasional (*International Development Association*), Badan Usaha Keuangan Internasional (*International finance corporation*), dan Lembaga Jaminan Investasi Multilateral (*Multilateral Investment Guarantee Agency*).

- b) Dana Moneter Internasional
Para peserta Bretton Woods yakin bahwa merosotnya perdagangan internasional selama beberapa tahun setelah beberapa tahun setelah Perang Dunia I sebagian diakibatkan devaluasi nilai tukar kompetitif yang melanda perdagangan internasional. Untuk memastikan agar sistem moneter pasca- perang dunia II akan meningkatkan perdagangan internasional, Perjanjian Bretton Woods menyerukan pembentukan Dana Moneter Internasional untuk mengawasi fungsi sistem moneter internasional.
- c) Standar emas berbasis Dollar
Selama masa-masa pasca-perang, hanya dollar Amerika Serikat dan Kanada sendirilah yang menjadi mata uang konversi, yaitu mata uang yang dapat ditukarkan secara bebas dengan mata uang lain tanpa batasan hukum. Negara-negara percaya dengan perekonomian Amerika Serikat dan dengan demikian bersedia menerima dollar Amerika Serikat untuk menyelesaikan transaksinya.

7.2.4. Berakhirnya Sistem Bretton Woods

Sistem ini berjalan dengan baik sejauh pesimisme terhadap perekonomian suatu negara bersifat sementara, tetapi jika suatu negara mengalami masalah-masalah makroekonomi struktural, kesulitan-kesulitan besar dapat saja muncul. Misalnya, pada akhir tahun 1960-an, pemerintahan partai buruh yang memperjuangkan keadilan sosial mendominasi politik Inggris, dan serikat-serikat buruh Inggris menuntut upah yang lebih tinggi, kondisi kerja yang lebih baik, dan peraturan-peraturan kerja yang memberi perlindungan. Namun, pada saat yang sama, produktivitas Inggris menurun dibandingkan dengan pesaing-pesaing internasional utamanya, dan nilai pound mulai melemah. Bank of England harus melakukan intervensi terus-menerus dalam pasar mata uang asing, dengan menjual emas dan berbagai mata uang asing untuk menyokong pound. Namun, ketika melakukan hal ini, kepemilikan bank tersebut atas cadangan resmi, yang diperlukan untuk mendukung janji Bretton Woods Negara tersebut mulai berkurang.

Ketika simpanan dollar luar negeri meningkat, orang-orang mulai mempertanyakan kemampuan Amerika Serikat memenuhi kewajibannya sesuai dengan Bretton Woods. Hal ini melahirkan Paradox Triffin. Paradox itu muncul karena pihak asing perlu meningkatkan simpanan dollarnya untuk membiayai perluasan perdagangan internasional, tetapi makin banyak dollar mereka punyai, makin sedikit kepercayaan yang mereka miliki terhadap kemampuan Amerika Serikat membeli kembali dollar itu dengan emas. Makin kurang keyakinan yang dimiliki pihak asing terhadap Amerika Serikat, mereka makin ingin melepaskan dollar tersebut dari mereka dan memperoleh emas sebagai gantinya. Namun, apabila mereka melakukan hal ini, perdagangan internasional dan sistem moneter internasional mungkin akan ambruk karena Amerika Serikat tidak memiliki cukup banyak emas untuk membeli kembali semua dollar yang dipegang pihak asing.

Dalam “Konferensi Smithsonian”, yang dilakukan di Washington, D.C, pada bulan desember 1971, perwakilan-perwakilan Bank sentral dari grup sepuluh setuju memulihkan sistem nilai tukar tetap tersebut, tetapi dengan nilai tukar yang telah direstrukturisasi di antara semua mata uang utama dalam perdagangan. Nilai dollar A.S didevaluasi menjadi \$38 per ons tetapi tidak dapat dikonversi ke emas, dan nilai par semua mata uang yang kuat seperti yen direvaluasi ke atas. Semua mata uang dibolehkan berfluktuasi disekitar nilai parnya yang baru sebesar $\pm 2,25$ persen, yang menggantikan rentang yang lebih sempit $\pm 1,00$ sebagaimana diizinkan oleh Perjanjian Bretton Woods.

7.3. Neraca Pembayaran

Suwiryo, Darmo (2018) mengemukakan bahwa neraca pembayaran adalah catatan sistematis mengenai semua transaksi ekonomi antar penduduk suatu negara dengan negara-negara lain selama periode tertentu. Pengertian penduduk dalam hal ini meliputi perorangan (individu), perusahaan, badan hukum, badan pemerintah, atau siapa saja yang tempat tinggal utamanya di negara tersebut. Transaksi ekonomi berarti pertukaran nilai barang atau

jasa ekonomi atau pengalihan kekayaan penduduk suatu negara ke negara lain.

Neraca pembayaran memiliki dua sisi, yaitu kredit dan debit. Kredit adalah transaksi yang menimbulkan hak menerima pembayaran dari penduduk negara lain. Sementara sisi debit adalah transaksi yang menimbulkan kewajiban membayar kepada penduduk negara lain. Semua transaksi kredit masuk dalam neraca pembayaran dengan tanda positif (+). Sedangkan transaksi debit masuk dengan tanda negatif (-).

Neraca pembayaran terdiri dari beberapa komponen, yaitu neraca barang (neraca perdagangan) dan neraca jasa. Keduanya disebut neraca transaksi berjalan (*current account*) dan neraca modal.

a. Neraca Barang (Neraca Perdagangan)

Neraca barang dan neraca jasa disebut juga neraca transaksi berjalan (*current account*). Pos ini merupakan golongan terbesar dalam neraca pembayaran, yang meliputi transaksi barang. Transaksi barang ini meliputi ekspor barang, termasuk barang-barang yang bisa dilihat secara fisik, misalnya minyak, tembakau, tanah, kayu, karet, dan sebagainya. Ekspor barang merupakan transaksi kredit karena transaksi itu menimbulkan hak untuk menerima pembayaran (menyebabkan terjadinya aliran uang atau dana masuk ke dalam negeri). Impor barang meliputi barang-barang konsumsi, barang modal, dan bahan mentah untuk produksi. Impor barang-barang merupakan transaksi debit karena menimbulkan kewajiban untuk melakukan pembayaran kepada negara lain (menyebabkan aliran dana atau utang ke luar negeri).

b. Neraca Jasa

Neraca jasa hanya mencatat transaksi-transaksi jasa saja. Neraca jasa meliputi transaksi ekspor dan impor jasa. Ekspor jasa meliputi penjualan jasa angkutan, turisme/pariwisata, asuransi, pendapatan investasi dan modal di luar negeri. Ekspor jasa termasuk transaksi kredit. Impor jasa meliputi pembelian jasa dari penduduk negara lain, terutama pembayaran bunga,

dividen, atau keuntungan modal yang ditanam di dalam negeri oleh penduduk negara lain.

c. Neraca Modal

Neraca modal adalah neraca yang mencatat transaksi berupa investasi modal dan emas. Neraca modal (*capital account*) termasuk transaksi modal, terdiri dari transaksi jangka pendek dan transaksi jangka panjang.

d. Lalu Lintas Moneter

Transaksi lalu lintas moneter adalah semua transaksi jual beli yang terjadi dari suatu negara ke luar negeri. Transaksi ini sering disebut *accomodating transaction* sebab merupakan transaksi yang timbul sebagai akibat dari adanya transaksi lain. Transaksi lain itu sering disebut dengan *autonomous*, karena timbul dengan sendirinya tanpa dipengaruhi transaksi lain. Termasuk dalam transaksi *autonomous* adalah transaksi-transaksi yang sedang berjalan dan transaksi kapital serta transaksi satu arah.

e. Surplus dan Defisit Neraca Pembayaran

Neraca perdagangan dikatakan surplus bila nilai ekspor barang lebih besar dari pada impornya. Kebijakan neraca pembayaran ditujukan untuk lebih meningkatkan penerimaan devisa dari ekspor guna memenuhi kebutuhan konsumsi dalam negeri. Kebijakan tersebut ditujukan untuk menghemat devisa melalui substitusi impor dan memanfaatkan sumber-sumber dana dari luar negeri, baik berupa pinjaman maupun penanaman modal asing, serta menunjang perluasan kesempatan kerja dan pemerataan pembangunan.

Pada umumnya setiap negara di dunia memiliki beberapa tahapan dalam penyelesaian neraca pembayarannya dari negara yang berkategori debitur muda hingga negara yang berkategori kreditur madya. Berikut penjelasannya :

a. Negara debitur muda

Yaitu keadaan dimana suatu negara dalam aktivitas ekonominya lebih banyak mengimpor barang dan jasa dari luar negeri daripada mengekspornya, sehingga akan terjadi selisih dengan saldo minus yang akan ditutup dengan pinjaman luar negeri sehingga menunjukkan negara menumpuk modal.

b. Negara debitur madya

Pada tahapan ini neraca perdagangan suatu negara telah surplus akan tetapi dikarenakan pertumbuhan dividen dan bunga yang harus dibayarkan untuk pinjaman luar negeri, akan berakibat neraca modalnya kurang seimbang.

c. Negara kreditur muda

Pada tahapan ini, suatu negara dalam kegiatan ekspornya cukup baik dan sangat luar biasa sehingga menunjukkan negara ini memiliki cadangan devisa sangat tinggi yang berakibat negara ini dapat meminjamkan kepada negara-negara lain yang membutuhkannya.

d. Negara kreditur madya

Dalam tahapan ini, keadaan suatu negara dimana pendapatan modal dan investasi dari luar negeri memberikan surplus cukup besar terhadap neraca perdagangan.

Secara umum bahwa neraca pembayaran internasional merupakan suatu ikhtisar yang meringkas transaksi-transaksi antara penduduk suatu negara dengan negara lain. Maka secara rinci kegunaan dari pembayaran internasional adalah sebagai berikut :

- ✓ Membukukan seluruh transaksi pembayaran internasional yang terjadi antara penduduk dalam negeri dengan penduduk luar negeri
- ✓ Mengetahui struktur dan komposisi transaksi perdagangan internasional suatu negara
- ✓ Mengetahui mitra utama suatu negara dalam hubungan bisnis internasional
- ✓ Mengetahui posisi keuangan internasional suatu negara
- ✓ Mengetahui salah satu indikator yang menjadi pertimbangan bagi negara donatur atau lembaga keuangan internasional seperti IMF untuk memberikan bantuan keuangan bagi negara yang memerlukan dan mengalami kesulitan neraca pembayaran internasional.
- ✓ Sebagai salah satu indikator mendasar dari perekonomian suatu negara

Secara garis besar, konsep neraca pembayaran internasional terdiri dari konsep penyajian neraca pembayaran dan konsep keseimbangan neraca pembayaran. Lebih jelasnya sebagai berikut:

a. Konsep Penyajian Neraca Pembayaran

1) Penyajian Standar

Komponen neraca pembayaran dalam penyajian standar disusun berdasarkan panduan sebagaimana yang telah dicantumkan dalam BOP MANUAL.

2) Penyajian Analitis

Komponen neraca pembayaran dalam penyajian analitis disusun berdasarkan keperluan analitis bagi perumus kebijakan di masing-masing negara, namun komponen yang disajikan tetap mengacu kepada komponen yang dirasakan sangat diperlukan.

b. Konsep Keseimbangan Neraca Pembayaran

1) Konsep keseimbangan perdagangan (*trade balance*)

Dalam konsep ini, transaksi yang termasuk dalam *autonomous transaction* adalah transaksi yang mengakibatkan surplus atau defisit hanya transaksi ekspor dan impor barang sehingga keseimbangan neraca pembayaran diukur dari berapa besarnya surplus atau defisit kedua transaksi tersebut.

2) Konsep keseimbangan transaksi berjalan (*current account balance*)

Untuk menentukan surplus atau defisit pada *autonomous transaction*, selain diperhitungkan ekspor dan impor, juga diperhitungkan jasa-jasa termasuk penghasilan (*income*) dan transfer.

3) Konsep *basic balance*

Dalam konsep ini yang termasuk dalam *autonomous transaction*, selain pos-pos dalam transaksi berjalan, juga komponen-komponen dalam transaksi modal dan keuangan jangka panjang.

4) Konsep *overall balance*

Yang termasuk dalam *autonomous transaction* dalam konsep ini adalah komponen-komponen transaksi modal dan keuangan, baik jangka panjang maupun jangka pendek.

Mekanisme atau proses yang menyangkut neraca pembayaran pada umumnya terdapat tiga cara, yaitu :

- a. Melalui perubahan harga-harga atau mekanisme harga (*price effect*)
- b. Melalui perubahan pendapatan nasional atau mekanisme pendapatan (*income effect*)
- c. Melalui perubahan stok uang atau mekanisme moneter (*real balance effect*)

Masalah paling pokok yang dihadapi oleh perekonomian dunia adalah ketidakseimbangan neraca pembayaran. Neraca pembayaran yang defisit akan merisaukan keadaan perekonomian suatu negara. Namun bukan berarti neraca pembayaran yang surplus tidak akan menimbulkan masalah. Keadaan neraca pembayaran yang dianggap ideal bagi perekonomian suatu negara adalah neraca pembayaran yang seimbang.

Dalam menyeimbangkan neraca pembayaran internasional terdapat beberapa mekanisme *adjustment* atau penyesuaian secara teoritis yang digunakan oleh masing-masing negara.. Terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan ketidakseimbangan di dalam neraca pembayaran internasional, diantaranya sebagai berikut :

- a. Adanya perubahan tingkat harga di dalam negeri
- b. Adanya perubahan posisi utang piutang dengan luar negeri
- c. Terjadinya bencana alam
- d. Perekonomian dalam negeri tidak stabil dengan ditandai oleh tidak seimbangannya antara kegiatan ekspor yang menurun dan meningkatnya kegiatan impor
- e. Terjadinya pergeseran permintaan luar negeri terhadap produk dalam negeri

Pada dasarnya, cara menghilangkan atau mengurangi defisit di dalam neraca pembayaran internasional yang terjadi di suatu negara dapat dilakukan dengan cara menyeimbangkan kembali neraca pembayaran dengan melalui lima jalur, dimana kelima jalur tersebut akan bekerja melalui komponen-komponen sebagai berikut:

- a. Pendapatan nasional

Proses ini dilakukan dengan cara kebijakan fiskal, yaitu semua tindakan pemerintah yang bertujuan untuk mempengaruhi

jalannya sistem perekonomian melalui anggaran pendapatan dan belanja negara.

b. Tingkat harga

Proses ini dilakukan dengan cara mengeluarkan kebijakan moneter, yaitu semua upaya pemerintah yang diarahkan untuk dapat mempengaruhi jalannya perekonomian dengan cara mengurangi jumlah uang yang beredar di masyarakat.

c. Kurs valuta asing

Proses ini dilakukan dengan cara mengeluarkan kebijakan devaluasi, yaitu kebijakan untuk menurunkan nilai mata uang dalam negeri terhadap uang asing, dengan tujuan untuk meningkatkan ekspor suatu negara dalam upaya menambah devisa negara.

d. Tingkat harga

Proses menyeimbangkan kembali neraca pembayaran melalui perubahan tingkat bunga melalui perubahan neraca investasi atau neraca modal. Oleh karena itu, proses ini dapat dilakukan melalui perubahan jumlah uang yang beredar dengan menaikkan atau menurunkan suku bunga yang berlaku.

e. Sektor moneter

Proses ini dilakukan dengan melalui suatu bentuk campur tangan pemerintah yang bernama *Exchange Control*, artinya suatu bentuk campur tangan pemerintah dalam bisnis internasional. Dalam sistem ini, semua valuta asing dikuasai oleh pemerintah, yang mengandung arti bahwa semua alat-alat pembayaran luar negeri yang dimiliki atau diperoleh seluruh penduduk dari suatu negara harus diserahkan kepada pemerintah, untuk selanjutnya pemerintah mengatur dan menentukan penggunaan valuta asing.

Dari pemaparan dan pembahasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa neraca pembayaran merupakan suatu ikhtisar yang meringkas transaksi-transaksi antara penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain selama jangka waktu tertentu, yang mencakup pembelian serta penjualan barang dan jasa. Sedangkan neraca perdagangan adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan perbedaan selisih antara ekspor dan impor. Dapat

dikatakan surplus apabila nilai ekspor lebih besar daripada nilai impor. Sedangkan sebaliknya, jika nilai ekspor lebih rendah dari nilai impor, maka neraca perdagangan tersebut defisit.

Neraca pembayaran merupakan hal yang penting dalam melakukan kontrol kegiatan perekonomian internasional. Neraca pembayaran sangat berguna untuk mengumpulkan informasi perekonomian suatu negara sehingga pelaku kegiatan ekonomi suatu negara tersebut akan segera mengambil langkah yang diperlukan dalam melakukan aktivitas dalam kegiatan ekonomi internasional bahkan ekonomi global.

7.4. Sistem Akuntansi Neraca Pembayaran

Setiap tahun, negara-negara membeli triliunan dollar barang, jasa, dan aset dari satu sama lain. Sistem akuntansi neraca pembayaran adalah sistem pembukuan berpasangan (*double-entry*) yang dirancang untuk mengukur dan mencatat semua transaksi ekonomi antara penduduk suatu negara dan penduduk negara-negara lain selama kurun waktu tertentu. Sistem ini membantu penentu kebijakan memahami kinerja perekonomian masing-masing negara dalam pasar internasional.

Para pelaku bisnis internasional perlu memberi perhatian dekat kepada statistik neraca pembayaran setiap negara karena beberapa alasan, termasuk yang berikut:

- a. Statistik neraca pembayaran membantu mengidentifikasi pasar yang sedang berkembang untuk barang dan jasa.
- b. Statistik neraca pembayaran dapat memberi peringatan tentang kemungkinan kebijakan-kebijakan baru yang mungkin akan mengubah iklim bisnis suatu negara, dengan demikian mempengaruhi profitabilitas pengoperasian suatu perusahaan di negaraitu.
- c. Statistik neraca pembayaran menunjukkan pengurangan cadangan devisa suatu negara, yang mungkin berarti mata uang negara tersebut akan terdepresiasi mendatang.
- d. Sebagaimana terjadi dalam iklim krisis hutang internasional tersebut, Statistik neraca pembayaran tersebut memberi tanda tentang meningkatnya risiko pemberian pinjaman kepada negara-negara tertentu.

Empat aspek penting sistem akuntansi neraca pembayaran perlu ditekankan antara lain:

- a. Sistem akuntansi neraca pembayaran mencatat transaksi internasional yang dilakukan selama kurun waktu tertentu, misalnya satu tahun.
- b. Selama ini hanya mencatat transaksi ekonomi, yaitu transaksi yang melibatkan sesuatu yang bernilai moneter.
- c. Sistem ini mencatat transaksi antara penduduk suatu negara dan penduduk semua Negara lain.
- d. Sistem akuntansi neraca pembayaran adalah sistem berpasangan. Masing-masing transaksi menghasilkan pencatatan kredit dan pencatatan debit dengan jumlah yang sama.

Sistem akuntansi neraca pembayaran secara konseptual dapat dibagi menjadi empat perkiraan utama, yaitu:

- a. Transaksi Berjalan. Transaksi berjalan mencata empat jenis transaksi di antara penduduk negara-negara yang berbeda, yaitu:
 - ✓ Ekspor dan Impor barang. Selisih antara ekspor dan impor barang suatu Negara disebut neraca perdagangan barang.
 - ✓ Ekspor dan Impor jasa. Ekspor jasa adalah penjualan jasa kepada Negara lain. Impor jasa adalah pembelian jasa oleh penduduk Negara lain. Selisih antara ekspor jasa dan impor jasa suatu Negara disebut neraca perdagangan jasa.
 - ✓ Pendapatan Investasi
 - ✓ Pemberian
- b. Transaksi Modal. Perkiraan kedua dalam sistem akuntansi neraca pembayaran adalah transaksi modal (*capital account*), yang meliputi penerimaan dan pembayaran antara penduduk suatu negara dan negara-negara lain.
- c. Transaksi Finansial. Perkiraan ketiga dalam sistem akuntansi neraca pembayaran adalah transaksi finansial yang meliputi aset dan kewajiban atas investasi langsung, investasi portofolio, derivatif finansial, dan investasi lainnya.
- d. Cadangan devisa dan yang terkait (perkiraan cadangan resmi). Perkiraan utama berikutnya dalam sistem akuntansi neraca pembayaran adalah perkiraan cadangan resmi (*official reserves account*), mencatat tingkat cadangan resmi yang dimiliki suatu pemerintah nasional.

e. Selisih perhitungan bersih (kesalahan dan pengabaian)

Perkiraan terakhir dalam sistem akuntansi neraca pembayaran adalah selisih perhitungan bersih yang muncul akibat perkiraan kesalahan (*error account*) dan perkiraan pengabaian (*omission account*) yang dipakai untuk membuat saldo neraca pembayaran sesuai dengan persamaan berikut :

$$\text{Transaksi Berjalan} + \text{Transaksi Modal} + \text{Transaksi Finansial} + \text{Cadangan Devisa \& yang Terkait} + \text{Selisih Perhitungan Bersih} = 0$$

7.5. Neraca Pembayaran Indonesia Tahun 2019

Neraca Pembayaran Indonesia (NPI) pada triwulan IV 2019 mencatat surplus sehingga menopang ketahanan eksternal Indonesia. NPI pada triwulan IV 2019 mencatat surplus sebesar USD4,3 miliar, membaik dibandingkan dengan triwulan sebelumnya yang mengalami defisit sebesar USD46 juta. Surplus NPI tersebut terutama ditopang oleh surplus transaksi modal dan finansial yang meningkat serta defisit transaksi berjalan yang tetap terkendali. Dengan perkembangan tersebut, posisi cadangan devisa pada akhir Desember 2019 mencapai USD129,2 miliar, meningkat dari USD124,3 miliar pada akhir September 2019. Posisi cadangan devisa tersebut setara dengan pembiayaan 7,6 bulan impor atau 7,3 bulan impor dan pembayaran utang luar negeri pemerintah, serta berada di atas standar kecukupan internasional sebesar 3 bulan impor.

Surplus transaksi modal dan finansial pada triwulan IV 2019 meningkat yang mencerminkan optimisme terhadap prospek perekonomian domestik. Surplus transaksi modal dan finansial pada triwulan IV 2019 tercatat sebesar USD12,4 miliar, lebih tinggi dari surplus pada triwulan sebelumnya sebesar USD7,4 miliar. Besarnya surplus tersebut terutama didorong oleh tingginya arus masuk investasi portofolio yang bersumber dari penerbitan obligasi global baik pemerintah maupun korporasi. Selain itu, investasi lainnya juga mencatat surplus sejalan dengan adanya penarikan simpanan bank di luar negeri oleh pelaku usaha domestik dan bertambahnya penempatan dana non-residen di bank dalam negeri. Hal tersebut mencerminkan tingginya kepercayaan investor terhadap prospek

perekonomian domestik dan imbal hasil aset keuangan domestik yang tetap menarik.

Defisit neraca transaksi berjalan pada triwulan IV 2019 tetap terkendali, sehingga turut menopang ketahanan sektor eksternal Indonesia. Defisit neraca transaksi berjalan pada triwulan IV 2019 tercatat sebesar USD8,1 miliar (2,84% dari PDB), ditopang oleh surplus neraca perdagangan nonmigas yang meningkat. Meningkatnya surplus neraca perdagangan nonmigas terutama dipengaruhi oleh penurunan impor nonmigas di tengah kinerja ekspor nonmigas yang belum kuat. Di sisi lain, defisit neraca perdagangan migas meningkat sejalan dengan naiknya impor minyak untuk memenuhi tingginya permintaan di akhir tahun.

Perkembangan NPI secara keseluruhan tahun 2019 menunjukkan ketahanan sektor eksternal yang tetap kuat. NPI tahun 2019 mencatat surplus USD4,7 miliar, membaik dari tahun sebelumnya yang mengalami defisit sebesar USD7,1 miliar. Perkembangan tersebut didorong oleh defisit neraca transaksi berjalan yang membaik serta surplus transaksi modal dan finansial yang meningkat signifikan. Defisit neraca transaksi berjalan pada 2019 tercatat sebesar USD30,4 miliar atau 2,72% dari PDB, membaik dibandingkan dengan defisit pada tahun sebelumnya sebesar 2,94% dari PDB. Perkembangan tersebut terutama ditopang oleh neraca perdagangan barang yang mencatat surplus, berbeda dibandingkan tahun sebelumnya yang mengalami defisit. Neraca perdagangan barang yang mencatat surplus dipengaruhi oleh surplus neraca perdagangan non-migas yang meningkat serta defisit neraca perdagangan migas yang menurun. Hal tersebut dipengaruhi oleh turunnya impor minyak sejalan dengan kebijakan pengendalian impor seperti program B20. Kinerja NPI yang membaik juga ditopang oleh surplus transaksi modal dan finansial yang meningkat signifikan menjadi sebesar USD36,3 miliar dari USD25,2 miliar pada 2018, ditopang oleh aliran masuk modal berjangka panjang di tengah berlanjutnya ketidakpastian pasar keuangan global. Neraca pembayaran Indonesia tahun 2019 dijelaskan melalui Tabel 6.1. berikut :

Tabel 6.1. Neraca Pembayaran Indonesia - Ringkasan (Juta USD)
Februari 2019

ITEMS	2019				
	TW.I*	TW.II*	TW.III*	TW.IV**	Total**
I. Transaksi Berjalan	(6.592)	(8.209)	(7.490)	(8.122)	(30.415)
A. Barang	1.270	571	1.363	310	3.513
- Ekspor	41.213	40.209	43.671	43.368	168.460
- Impor	(39.943)	(39.638)	(42.308)	(43.058)	(164.947)
1. Barang Dagangan Umum	774	223	685	(29)	1.652
- Ekspor	40.404	39.384	42.462	42.667	164.916
- Impor	(39.630)	(39.161)	(41.777)	(42.696)	(163.264)
a. Nonmigas	2.907	3.112	2.745	3.203	11.966
- Ekspor	37.374	36.438	39.456	39.662	152.930
- Impor	(34.467)	(33.326)	(36.711)	(36.459)	(140.964)
b. Migas	(2.133)	(2.889)	(2.060)	(3.232)	(10.314)
- Ekspor	3.030	2.946	3.006	3.005	11.986
- Impor	(5.163)	(5.835)	(5.066)	(6.237)	(22.300)
2. Barang Lainnya	496	348	678	339	1.861
- Ekspor	809	825	1.209	701	3.544
- Impor	(313)	(477)	(531)	(362)	(1.683)
B. Jasa-jasa	(1.565)	(1.879)	(2.283)	(2.057)	(7.784)
- Ekspor	7.444	7.358	8.426	8.375	31.603
- Impor	(9.009)	(9.237)	(10.709)	(10.432)	(39.387)
C. Pendapatan Primer	(8.128)	(8.899)	(8.396)	(8.349)	(33.773)
- Penerimaan	1.435	2.311	1.661	1.966	7.372
- Pembayaran	(9.563)	(11.210)	(10.057)	(10.315)	(41.145)
D. Pendapatan Sekunder	1.831	1.998	1.826	1.974	7.629
- Penerimaan	2.983	3.225	3.192	3.277	12.677
- Pembayaran	(1.152)	(1.227)	(1.366)	(1.303)	(5.048)
II. Transaksi Modal	1	5	13	13	32
- Penerimaan	1	5	13	13	32
- Pembayaran	-	-	-	-	-
III. Transaksi Finansial	9.893	6.640	7.438	12.369	36.338
- Aset	(6.857)	(3.933)	(4.021)	(494)	(15.306)
- Kewajiban	16.750	10.573	11.459	12.863	51.644
1. Investasi Langsung	5.925	5.637	5.172	3.315	20.048
a. Aset	(825)	(1.606)	(615)	(1.348)	(4.395)
b. Kewajiban	6.750	7.243	5.787	4.663	24.443
2. Investasi Portofolio	5.199	4.557	4.841	6.953	21.549
a. Aset	123	(1)	(44)	363	441
b. Kewajiban	5.076	4.558	4.885	6.590	21.108
- Sektor Publik 2)	3.780	4.166	2.523	4.382	14.850
- Sektor Swasta 3)	1.296	392	2.362	2.208	6.258
3. Derivatif Finansial	84	(1)	90	6	179
4. Investasi Lainnya	(1.315)	(3.553)	(2.665)	2.095	(5.438)
a. Aset	(6.239)	(2.325)	(3.452)	485	(11.531)
b. Kewajiban	4.924	(1.228)	787	1.610	6.093
- Sektor Publik 2)	(767)	(645)	(445)	(703)	(2.560)
- Sektor Swasta 3)	5.691	(583)	1.232	2.313	8.653
IV. Total (I + II + III)	3.302	(1.564)	(39)	4.260	5.955
V. Selisih Perhitungan Bersih	(881)	(412)	(7)	20	(1.280)
VI. Neraca Keseluruhan (IV + V)	2.421	(1.976)	(46)	4.280	4.675
VII. Cadangan Devisa dan yang terkait 4)	(2.421)	1.976	46	(4.280)	(4.675)
a. Transaksi Cadangan Devisa	(2.421)	1.976	46	(4.280)	(4.675)
b. Kredit dan Pinjaman IMF	-	-	-	-	-
c. <i>Exceptional Financing</i>	-	-	-	-	-
Memorandum :					
- Posisi Cadangan Devisa	124.539	123.823	124.332	129.183	129.183
- Dalam bulan Impor dan Pembayaran Utang Luar Negeri	6,70	6,70	6,90	7,30	7,30
- Transaksi Berjalan (% PDB)	(2,46)	(2,95)	(2,60)	(2,84)	(2,72)
Catatan :	1) Berdasarkan BPM6, namun penggunaan tanda "+" dan "-" mengikuti BPM 2) Terdiri dari Pemerintah dan Bank Sentral 3) Terdiri dari Bank dan Non Bank 4) Negatif berarti surplus dan positif berarti debit * angka sementara ** angka sangat sementara				

7.6. Pertanyaan dan Latihan

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan analisa dan *argument* yang tepat !

1. Dalam menyelesaikan pembayaran ke luar negeri dapat dilakukan dengan tiga cara, yaitu :
 - a. *Cash Payment*
 - b. *Open Account*
 - c. *Letter of Credit*

Jelaskan tentang ketiga cara tersebut, kapan dapat dilaksanakannya, dan apa sebabnya setiap eksportir selalu ingin dibayar menggunakan *L/C Irrevocable and Confirmed Letter of Credit*. Berikan alasannya!

Bab

KONDISI PEREKONOMIAN DAN INFLASI DI INDONESIA

TAHUN 2018-2019

8

8.1. Kompetensi dan Indikator

Dengan mempelajari bab ini, Anda diharapkan dapat memahami kondisi perekonomian dan inflasi di Indonesia Tahun 2018-2019 yang meliputi Pengertian inflasi, jenis-jenis inflasi, teori inflasi, dampak inflasi terhadap perekonomian, pengukuran inflasi, dan Indeks Harga Konsumen dan Inflasi di Indonesia pada Triwulan I, Triwulan II, Triwulan III, dan Triwulan IV Tahun 2019.

8.2. Pengertian Inflasi

Inflasi adalah proses kenaikan harga-harga umum barang-barang secara terus menerus yang bersumber dari terganggunya keseimbangan antara arus uang dan barang. Dari pengertian tersebut kita dapat menarik kesimpulan bahwa suatu negara yang mengalami inflasi memiliki ciri-ciri berikut ini:

- a. Harga-harga barang pada umumnya dalam keadaan naik terus menerus
- b. Jumlah uang yang beredar melebihi kebutuhan
- c. Jumlah barang relatif sedikit
- d. Nilai uang atau daya beli uang turun

Faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya inflasi antara lain sebagai berikut :

- ✓ Jumlah uang yang beredar tidak seimbang dengan jumlah barang (jumlah uang lebih banyak daripada jumlah barang)
- ✓ Jumlah uang yang beredar menjadi lebih besar karena pencetakan uang baru oleh Pemerintah. Hal ini biasanya dilakukan oleh Pemerintah apabila Pemerintah menganut APBN yang defisit dalam rangka menghilangkan pinjaman Luar negeri.

- ✓ Desakan golongan masyarakat tertentu untuk memperoleh kredit murah sehingga jumlah kredit yang harus disediakan melebihi jumlah yang bisa menjaga kestabilan harga.
- ✓ Adanya sektor ekspor atau impor, tabungan, investasi, penerimaan dan pengeluaran negara.

8.3. Jenis-jenis Inflasi

Jenis-jenis inflasi dapat dilihat berdasarkan empat hal yakni sebagai berikut:

- a. Berdasarkan tingkat keparahan
 1. Inflasi ringan, besarnya inflasi di bawah 10% pertahun
 2. Inflasi sedang, besarnya inflasi antara 10% -30% pertahun
 3. Inflasi berat, besarnya inflasi antara 30% - 100% pertahun
 4. Hiperinflasi atau tidak terkendali, besarnya inflasi di atas 100% pertahun.

- b. Berdasarkan sebabnya

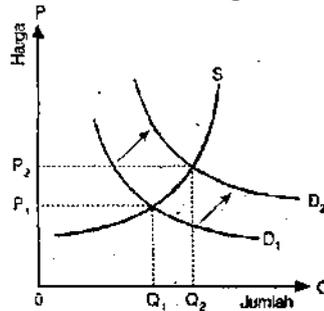
1. Inflasi permintaan (*Demand-Pull Inflation*)

Inflasi ini timbul karena permintaan masyarakat akan barang terlalu kuat, sehingga terjadi perubahan pada tingkat harga sehingga disebut dengan *demand-pull inflation*. Bertambahnya permintaan terhadap barang dan jasa mengakibatkan bertambahnya permintaan terhadap faktor-faktor produksi. Meningkatnya permintaan terhadap faktor produksi itu kemudian menyebabkan harga faktor produksi meningkat. Jadi, inflasi ini terjadi karena suatu kenaikan dalam permintaan total sewaktu perekonomian yang bersangkutan dalam situasi *full employment*.

Sebagai contoh, banyaknya permintaan masyarakat terhadap minyak tanah. Apabila permintaan masyarakat terhadap minyak tanah bertambah (*aggregate demand*), maka kurva permintaan akan bergeser dari D1 ke D2. Naiknya harga minyak tanah ini akan mengakibatkan kenaikan harga barang secara umum naik dari P1 ke P2. Kenaikan permintaan ini misalnya disebabkan oleh bertambahnya pengeluaran pemerintah yang dibiayai dengan pencetakan uang, kenaikan permintaan luar negeri

akan barang-barang ekspor, dan bertambahnya pengeluaran investasi swasta karena kredit ringan.

Gambaran inflasi permintaan (*demand pull inflation*) dapat dilihat pada Gambar 8.1 sebagai berikut :

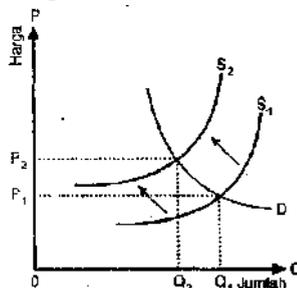


Gambar 8.1. Inflasi Permintaan (*demand pull inflation*)

2. Inflasi biaya (*Cost-Push Inflation*)

Inflasi ini timbul karena kenaikan ongkos produksi (*input*) sehingga harga produk (*output*) yang dihasilkan ikut naik. Meningkatnya biaya produksi dapat disebabkan 2 (dua) hal, yaitu kenaikan harga bahan baku dan kenaikan upah atau gaji buruh. Kenaikan ini menyebabkan produsen mengurangi target jumlah output yang dihasilkan sehingga penawaran agregat dipasar menjadi berkurang.

Gambaran inflasi biaya (*cost push inflation*) dapat dilihat pada Gambar 8.2 sebagai berikut :



Gambar 8.2. Inflasi Biaya (*cost push inflation*)

- c. Berdasarkan asalnya
 - 1. *Domestic inflation*

Inflasi yang berasal dari dalam negeri sendiri tanpa adanya pengaruh dari negara lain (luar negeri). Hal ini disebabkan karena adanya defisit anggaran belanja yang dibiayai dengan mencetak uang baru, pembatasan kredit untuk kegiatan produksi atau gagalnya panen sehingga harga-harga makanan menjadi mahal.

2. *Imported inflation*

Inflasi yang berasal dari luar negeri sebagai akibat dari naiknya barang-barang impor. Hal ini biasa terjadi di negara-negara berkembang karena sebagian besar bahan baku berasal dari luar negeri (impor). Terjadinya kenaikan barang-barang impor akan mengakibatkan :

- ✓ Secara langsung, kenaikan indeks biaya hidup karena sebagian barang yang tercakup di dalamnya berasal dari impor
- ✓ Secara tidak langsung, kenaikan indeks harga melalui kenaikan ongkos produksi dan kemudian kenaikan harga jual dari berbagai barang yang menggunakan bahan mentah atau mesin-mesin yang diimpor dan contoh kenaikan harga di dalam negeri karena ada kemungkinan kenaikan harga barang impor menaikkan pengeluaran pemerintah atau swasta.

Penurunan *imported inflation* bisa juga diakibatkan kenaikan barang-barang ekspor yang mengakibatkan:

- ✓ Bila harga-harga ekspor naik seperti kopi, teh, dan lain-lain yang sejenis, indeks biaya hidup di sektor tersebut akan naik
- ✓ Jika harga barang-barang ekspor seperti kayu, karet, timah, besi, dan lain-lain yang sejenis naik, ongkos produksi yang menggunakan bahan-bahan tersebut juga akan naik, dan kemudian harga jualnya akan naik pula, terjadilah *cost push inflation*
- ✓ Kenaikan harga barang ekspor berarti kenaikan penghasilan para eksportir dan juga para produsen barang-barang ekspor tersebut. Kenaikan penghasilan tersebut kemudian akan dibelanjakan untuk membeli

barang-barang baik dari dalam maupun luar negeri. Jika jumlah barang yang tersedia di pasar tidak bertambah sedang permintaan bertambah harga barang akan naik sehingga mendorong terjadinya inflasi (*demand pull inflation*).

- d. Berdasarkan besarnya cakupan pengaruh terhadap harga
1. Inflasi tertutup (*closed inflation*). Jika kenaikan harga yang terjadi hanya berkaitan dengan satu atau dua barang tertentu.
 2. Inflasi terbuka (*open inflation*). Apabila kenaikan harga terjadi pada semua barang secara umum.

8.4. Teori Inflasi

Terdapat 3 (tiga) teori dalam menyoroiti hal-hal yang berperan dalam proses inflasi, antara lain sebagai berikut :

a. Teori Kuantitas

Teori ini menyoroiti hal-hal yang berperan dalam proses inflasi, yaitu jumlah uang yang beredar dan anggapan masyarakat mengenai kenaikan harga-harga. Inti dari teori kuantitas adalah sebagai berikut :

1. Inflasi hanya bisa terjadi apabila ada penambahan volume uang yang beredar. Tanpa ada kenaikan jumlah uang beredar, gagal panen misalnya hanya akan menaikkan harga-harga untuk sementara waktu saja. Penambahan jumlah uang ibarat "bahan bakar" bagi inflasi. Apabila jumlah uang bertambah, inflasi akan berhenti dengan sendirinya.
2. Laju inflasi disebabkan oleh laju pertumbuhan jumlah uang beredar dan anggapan masyarakat mengenai kenaikan harga-harga.

Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$M.V = P.T$$

Keterangan:

M = jumlah uang yang beredar

V = kecepatan perputaran uang

P = tingkat harga

T = banyaknya transaksi

Di setiap transaksi, jumlah uang yang dibayarkan oleh pembeli sama dengan jumlah uang yang diterima oleh penjual. Hal ini berlaku untuk seluruh perekonomian.

Dalam periode tertentu nilai barang dan jasa yang dibeli harus sama dengan nilai barang dan jasa yang dijual. Nilai barang yang dijual sama dengan volume transaksi (T) dikalikan harga rata-rata barang tersebut (P).

b. Teori Keynes

Menurut John Maynard Keynes, inflasi terjadi karena suatu masyarakat ingin hidup di luar batas kemampuan ekonominya. Keynes berpendapat, proses inflasi adalah proses perebutan bagian rejeki di antara kelompok-kelompok sosial yang menginginkan bagian yang lebih besar dari yang bisa disediakan oleh masyarakat tertentu. Oleh Keynes proses perebutan ini diterjemahkan menjadi keadaan dimana permintaan masyarakat terhadap barang selalu melebihi jumlah barang-barang yang tersedia. Peristiwa tersebut menimbulkan apa yang disebut celah inflasi atau *inflationary gap*.

Celah inflasi ini timbul karena golongan-golongan masyarakat berhasil menerjemahkan aspirasi mereka menjadi permintaan yang efektif terhadap barang. Golongan-golongan masyarakat yang dimaksud yaitu pemerintah, pengusaha dan serikat buruh. Pemerintah berusaha memperoleh bagian lebih besar dari output masyarakat dengan cara mencetak uang baru. Pengusaha melakukan investasi dengan modal yang diperoleh dari kredit bank, serikat buruh atau pekerja memperoleh kenaikan upah. Hal ini terjadi karena permintaan total melebihi jumlah barang yang tersedia, maka harga-harga akan naik. Adanya kenaikan harga-harga ini menunjukkan sebagian dari rencana-rencana pembelian barang dari golongan-golongan tersebut bias dipenuhi.

Proses inflasi akan terus berlangsung selama jumlah permintaan efektif dari semua golongan masyarakat melebihi jumlah output yang dihasilkan. Namun apabila permintaan efektif total tidak melebihi harga-harga yang berlaku dari jumlah output yang tersedia, inflasi akan berhenti.

c. Teori Strukturalis

Teori ini didasarkan atas pengalaman di negara-negara Amerika Latin. Teori ini memberikan perhatian yang besar terhadap struktur perekonomian negara-negara berkembang. Hal ini disebabkan inflasi dikaitkan dengan faktor-faktor struktural dari perekonomian. Menurut teori ini, ada dua hal penting dalam perekonomian negara-negara sedang berkembang yang dapat menimbulkan inflasi, yaitu sebagai berikut :

1. Ketidakjelasan Penerimaan Ekspor

Nilai ekspor tumbuh secara lamban dibanding dengan pertumbuhan sektor-sektor lain. Adapun penyebab kelambanan tersebut adalah :

- ✓ Di pasar dunia, harga barang-barang ekspor dari negara tersebut semakin memburuk
- ✓ Produksi barang-barang ekspor tidak responsif terhadap kenaikan harga.

2. Ketidak elastisan Penawaran atau Produksi bahan makanan di dalam negeri

Produksi bahan makanan dalam negeri tidak tumbuh secepat pertambahan penduduk dan pendapatan per kapita. Hal ini menyebabkan harga bahan makanan di dalam negeri cenderung untuk naik, sehingga melebihi kenaikan harga barang-barang lain. Dampak yang ditimbulkan yaitu munculnya tuntutan karyawan untuk mendapatkan kenaikan upah atau gaji. Naiknya upah karyawan menyebabkan kenaikan ongkos produksi. Hal ini berarti akan menaikkan harga barang-barang. Kenaikan harga barang-barang tersebut mengakibatkan munculnya kenaikan upah lagi. Adanya kenaikan upah akan diikuti oleh kenaikan harga barang-barang, begitu seterusnya.

Proses ini akan berhenti apabila harga bahan makanan tidak terus naik. Namun, karena faktor strukturalis harga bahan makanan akan terus naik sehingga proses saling dorong mendorong antara upah dalam harga tersebut selalu mendapat umpan batu dan tidak akan berhenti.

8.5. Dampak Inflasi terhadap Perekonomian

Adanya inflasi turut berdampak terhadap perekonomian suatu negara. Dampak tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Dampak inflasi terhadap distribusi (pemerataan) pendapatan
 - ✓ Inflasi akan merugikan orang yang berpendapatan tetap
 - ✓ Orang enggan menabung atau investasi karena harga meningkat dengan cepat
 - ✓ Kreditur atau pihak yang meminjamkan uang akan rugi karena nilai uang pengembalian lebih rendah dibanding pada saat peminjaman
- b. Dampak inflasi terhadap efisiensi

Inflasi akan berpengaruh terhadap proses produksi terutama dalam penggunaan faktor produksi. Adanya inflasi akan menyebabkan perubahan daya beli masyarakat. Bagi mereka yang diuntungkan, daya beli masyarakat akan meningkat sedang bagi yang mereka dirugikan karena adanya inflasi, daya beli masyarakat akan menurun. Adanya perubahan struktur permintaan yang tidak menentu tersebut, bagi para produsen yang mengakibatkan faktor-faktor produksi akan dianggap sebagai ketidakpastian yang akan mengakibatkan inefisiensi dalam proses produksi.
- c. Dampak inflasi terhadap *output* (hasil produksi)

Bagi produsen, inflasi dapat menguntungkan bila pendapatan yang diperoleh lebih tinggi daripada kenaikan biaya produksinya (biasanya terjadi pada pengusaha besar). Namun, bila inflasi menyebabkan naiknya biaya produksi hingga akhirnya merugikan produsen, maka produsen akan menurunkan produksinya. Bahkan jika tidak sanggup mengikuti laju inflasi, usaha produsen akan bangkrut (biasanya terjadi pada pengusaha kecil).
- d. Dampak inflasi terhadap pengangguran

Milton Friedman mengatakan “Setahu saya tidak ada negara yang bisa menghilangkan inflasi yang besar tanpa mengalami periode peralihan dari pertumbuhan ekonomi yang lambat dan pengangguran” (Dornbusch : 486).

Dari kutipan di atas kita dapat menyimpulkan bahwa suatu negara tidak akan bisa menghilangkan inflasi yang tinggi tanpa

harus dibayar dengan pertumbuhan ekonomi yang lambat. Jika suatu negara berusaha menghentikan laju inflasi yang tinggi berarti pula akan menciptakan pengangguran.

e. Dampak inflasi terhadap perdagangan International

Jika terjadi inflasi di dalam negeri maka dampaknya harga barang-barang buatan dalam negeri akan jauh lebih mahal daripada harga barang-barang sejenis buatan luar negeri, sehingga barang-barang buatan dalam negeri tidak bisa bersaing di luar negeri. Dengan demikian, akibatnya arus impor akan meningkat dan arus ekspor akan terhambat dan mengalami penurunan terus menerus. Pada akhirnya, hal itu akan menghabiskan cadangan devisa negara dan neraca perdagangan kita akan defisit atau pasif.

Inflasi bagi negara berkembang seperti Indonesia akan memberikan dampak buruk karena negara tersebut kekurangan *entrepreneur* yang inovatif dan dapat memanfaatkan celah keuntungan. Negara berkembang sedikit sekali mempunyai kapasitas produksi yang tinggi karena ketergantungan bahan baku dari luar negeri. Di negara berkembang biasanya inflasi tidak diikuti investasi riil tapi investasi yang spekulatif dan komersil. Di negara berkembang dimana terdapat kenaikan pendapatan, sebagian besarnya akan dikonsumsi karena tingginya hasrat berkonsumsi (*propensity to consume*).

8.6. Pengukuran Inflasi

Inflasi dianggap terjadi jika proses kenaikan harga berlangsung secara terus menerus dan saling pengaruh mempengaruhi. Istilah inflasi juga digunakan untuk mengartikan peningkatan persediaan uang yang kadangkala dilihat sebagai penyebab meningkatnya harga. Adapun berbagai cara untuk mengukur tingkat inflasi adalah sebagai berikut :

a. Indeks Harga Konsumen (IHK) atau *Consumer Price Index* (CPI)

Indeks Harga Konsumen (IHK) adalah indeks yang mengukur harga rata-rata dari barang tertentu yang dibeli oleh konsumen. Biasanya barang yang dibeli masyarakat dapat berubah. Hal ini disesuaikan dengan pola konsumsi yang ada.

Indeks harga konsumen (IHK) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$IHK = \frac{\sum P_t \cdot Q_0}{\sum P_0 \cdot Q_0}$$

Keterangan :

Q₀ = jumlah barang pada tahun dasar
 P₀ = harga barang pada tahun dasar
 P_t = harga barang pada tahun t

Sedangkan untuk menghitung inflasi dengan menggunakan indeks harga konsumen adalah :

$$LI_t = \frac{IHK_t - IHK_{t-1}}{IHK_{t-1}} \times 100\%$$

Keterangan :

LI_t = laju inflasi pada tahun t
 IHK_t = indeks harga konsumen pada tahun t
 IHK_{t-1} = indeks harga konsumen pada tahun t-1

b. GNP Deflator

GNP deflator adalah rasio GNP (*Gross Nasional Product*) nominal pada tahun tertentu terhadap GNP riil pada tahun tersebut. Hal ini merupakan ukuran inflasi dari periode dimana harga dasar untuk penghitungan GNP ini digunakan sampai GNP sekarang. Penghitungan cara ini melibatkan semua barang yang diproduksi. GNP deflator dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$GNP.deflator = \frac{\sum P_t \cdot Q_t}{\sum P_0 \cdot Q_t}$$

Keterangan :

Q_t = jumlah barang pada tahun t
 P₀ = harga barang pada tahun dasar
 P_t = harga barang pada tahun t

Sedangkan untuk menghitung inflasi dengan menggunakan GNP deflator adalah :

$$LI_t = \frac{GNP.deflator_t - GNP.deflator_{t-1}}{GNP.deflator_{t-1}} \times 100\%$$

Keterangan :

- LI_t = laju inflasi pada tahun t
 $GNP.deflator_t$ = GNP deflator pada tahun t
 $GNP.deflator_{t-1}$ = GNP deflator pada tahun $t-1$

Perbedaan IHK dengan GNP deflator adalah:

1. GNP deflator mengukur harga barang lebih besar daripada IHK
2. IHK mengukur biaya pembelian yang relatif sama dari tahun ke tahun. Hal ini tergantung jenis dan jumlah barang yang diproduksi
3. IHK secara langsung mencakup barang impor, sedangkan GNP deflator hanya mencakup barang yang diproduksi dalam negeri.

8.7. Indeks Harga Konsumen dan Inflasi di Indonesia pada Triwulan I, Triwulan II, Triwulan III, dan Triwulan IV Tahun 2019

Berdasarkan data Laporan Indeks Harga Konsumen dan Inflasi Bulanan di Indonesia pada Triwulan I, Triwulan II, Triwulan III, dan Triwulan IV Tahun 2019 yang dikutip dari website resmi Badan Pusat Statistik (BPS) dimana Indeks Harga Konsumen dan Inflasi Bulanan Indonesia, Januari 2014 - Desember 2018 (2012 = 100), Januari - Desember 2019 (2012 = 100) dan Januari - Maret 2020 (2018 = 100) diperoleh tabel sebagai berikut :

Tabel 8.1. Indeks Harga Konsumen dan Inflasi Bulanan Indonesia

Bulan	2018		2019	
	IHK	Inflasi	IHK	Inflasi
Januari	132,10	0,62	135,83	0,32
Februari	132,32	0,17	135,72	-0,08
Maret	132,58	0,20	135,87	0,11
April	132,71	0,10	136,47	0,44
Mei	132,99	0,21	137,40	0,68
Juni	133,77	0,59	138,16	0,55
Juli	134,14	0,28	138,59	0,31
Agustus	134,07	-0,05	138,75	0,12
September	133,83	-0,18	138,37	-0,27
Oktober	134,2	0,28	138,4	0,02
November	134,56	0,27	138,6	0,14
Desember	135,39	0,62	139,07	0,34
Tingkat Inflasi	1.602,66	3,13	1.651,23	2,72

(Sumber : Badan Pusat Statistik)

*) Sejak Januari 2014, IHK didasarkan pada pola konsumsi pada survei biaya hidup di 82 kota tahun 2012 (2012 = 100)

BPS mencatat bahwa laju inflasi tahun 2018 tertinggi terjadi pada bulan Januari dan Desember, yakni masing-masing 0,62%. Sementara inflasi terendah tercatat di bulan April yaitu 0,10%. Sedangkan tingkat deflasi tertinggi terjadi pada bulan September sebesar 0,18% dan yang terendah pada Agustus sebesar 0,05% (Statistik, 2020).

Berdasarkan tabel 8.1, IHK pada tahun 2018 adalah sebesar 1.602,66 dengan tingkat inflasi 3,13 %, artinya inflasi di Indonesia masih tergolong ringan (masih berada di batas yang aman yaitu < 10%). IHK pada tahun 2019 adalah sebesar 1.651,23 dengan tingkat inflasi 2,72 %, artinya inflasi di Indonesia masih tergolong ringan (masih berada di batas yang aman yaitu < 10%), namun terjadi penurunan angka inflasi dari tahun 2018 ke tahun 2019 berarti ada kenaikan pola konsumsi masyarakat. Hal ini disebabkan oleh penurunan harga-harga barang sehingga daya beli masyarakat meningkat dengan penghasilan yang tetap atau tidak naik. Ini dapat dibuktikan dengan menghitung laju inflasi tahun 2019 yang berfluktuasi pada IHK :

$$LI_t = \frac{IHK_t - IHK_{t-1}}{IHK_{t-1}} \times 100\%$$

$$LI_{2019} = \frac{IHK_{2019} - IHK_{2018}}{IHK_{2018}} \times 100\% = \frac{1651,23 - 1602,66}{1602,66} \times 100\% = 3,03\%$$

Indikator utama yang digunakan untuk mengukur inflasi ialah indeks harga konsumen (IHK) yang dikelompokkan menjadi tujuh kelompok pengeluaran, yaitu (1) bahan makanan, (2) makanan jadi, (3) perumahan, (4) sandang, (5) kesehatan, (6) pendidikan, rekreasi dan olahraga, serta (7) transportasi, komunikasi, dan jasa keuangan.

Faktor penyebab inflasi yang terjadi pada tahun 2018 adalah sebagai berikut :

Januari 2018 : Inflasi Januari 2018 sebesar 0,62%. Komponen tertinggi yang mempengaruhi inflasi berasal dari bahan makanan mencapai 0,48%. Transportasi hanya memberikan andil sebesar -0,05%. Harga beras menjadi penyumbang terbesar yaitu

- sebesar 0,24% kemudian daging ayam ras 0,07% serta komoditas lainnya.
- Februari 2018 : Inflasi Februari 2018 sebesar 0,17%. Laju inflasi pada Februari 2018 dipengaruhi oleh kenaikan harga bahan pangan pokok yang menunjukkan kenaikan harga utamanya komoditas bawang putih dan beras, hal tersebut dipengaruhi oleh cuaca yang kurang bagus.
- Maret 2018 : Inflasi Maret 2018 sebesar 0,20%. Pengaruh besar inflasi adalah dari bahan makanan, transportasi, dan sandang. Khusus untuk bahan makanan memberikan andil sebesar 0,05% terutama pada harga bumbu-bumbuan. Cabai merah menyumbang 0,07% lalu bawang merah dan bawang putih masing-masing 0,04%.
- April 2018 : Inflasi April 2018 sebesar 0,1%. Secara umum perkembangan harga konsumen pada April dipengaruhi oleh panen raya dan kenaikan beberapa harga pangan menjelang puasa dan lebaran. Sepanjang April harga bawang merah naik 19,4%, daging ayam 5,21%, daging sapi 0,08%, telur ayam 7,1% dan minyak goreng 0,4%.
- Mei 2018 : Inflasi Mei 2018 sebesar 0,21%. Rendahnya inflasi Mei 2018 dibanding Mei 2017 dan 2016 yang bertepatan dengan Ramadhan, dipicu oleh terkendalinya inflasi harga pangan bergejolak termasuk beras, cabai merah dan rawit serta bawang putih.
- Juni 2018 : Inflasi Juni 2018 sebesar 0,59%. Kenaikan tarif angkutan umum periode lebaran menjadi pemicu inflasi Juni 2018. Kenaikan tarif angkutan udara menyumbang andil inflasi sebesar 0,15%, diikuti tarif angkutan antar kota sebesar 0,08%, dan tarif kereta api sebesar 0,01%. Kelompok lainnya adalah bahan pangan yang mengalami inflasi 0,88% karena kenaikan beberapa harga

- komoditas pangan. Misalnya ikan segar, daging ayam ras, maupun daging ayam kampung.
- Juli 2018 : Inflasi Juni 2018 sebesar 0,28%. Inflasi disumbang oleh kenaikan harga telur ayam ras, daging ayam ras dan bensin. Ketiga komponen menyumbang inflasi masing-masing 0,08%, 0,07% dan 0,06%.
- Agustus 2018 : Agustus 2018 mengalami deflasi sebesar 0,05%. Posisi deflasi lebih rendah dari Agustus 2017 sebesar 0,07% tapi lebih tinggi dari Agustus 2016 sebesar 0,02%. Faktor yang mendorong terjadinya deflasi adalah terkendalinya harga-harga bahan pangan dan turunnya tarif transportasi angkutan udara.
- September 2018 : September 2018 mengalami deflasi sebesar 0,18%. Perkembangan harga berbagai komoditas secara umum mengalami penurunan. Dari kelompok bahan makanan, daging ayam ras memberi andil deflasi 0,13%, bawang merah sebesar 0,15% dan ikan segar 0,04%.
- Oktober 2018 : Inflasi Oktober 2018 sebesar 0,28%. Faktor penyebab utamanya adalah kenaikan harga cabai merah, bensin, dan sewa rumah. Kelompok pengeluaran bahan makanan mengalami inflasi sebesar 0,15% dan cabai menyumbang inflasi sebesar 0,09%. Selanjutnya bahan bakar non subsidi sebesar 0,06%.
- November 2018 : Inflasi November 2018 sebesar 0,27%. Inflasi dipicu sektor transportasi, komunikasi, dan jasa keuangan dengan kontribusi tertinggi sebesar 0,1%.
- Desember 2018 : Inflasi Desember 2018 sebesar 3,13% dari target 3,5%. Menurut data BPS inflasi bahan makanan mencapai 1,45% dan memiliki andil 0,29% dari inflasi umum di bulan itu. Sementara kelompok transportasi, komunikasi, dan jasa keuangan

mengalami inflasi senilai 1,28% dengan andil 0,24% dari total inflasi umum. Andil inflasi dari harga daging ayam ras senilai 0,07% dan telur ayam ras senilai 0,09%. Selain itu bawang merah senilai 0,05% dan beras senilai 0,03%. Kenaikan harga tersebut disebabkan karena persiapan natal dan tahun baru.

Sedangkan pada tahun 2019, Badan Pusat Statistik (BPS) merilis data bahwa terjadi inflasi sebesar 0.34% pada Desember 2019 dibanding bulan sebelumnya. Sementara inflasi sepanjang tahun lalu sebesar 2.72%, lebih rendah dari tahun sebelumnya. Inflasi tahunan ini merupakan yang terendah dalam 20 tahun. Inflasi sebelumnya tercatat pada 1999. yakni sebesar 2.01%, pasca Indonesia dilanda krisis moneter.

Menurut BPS inflasi terjadi di komoditas cabai merah dengan andil inflasi 0,10%, daging ayam ras 0,05%, bawang putih 0,05%, ikan segar 0,04% dan komoditas sayur-sayuran sebesar 0,01%. Di sisi lain, BPS mencatat komoditas bahan pangan yang memberikan andil deflasi, antara lain bawang merah 0,04%. Penurunan harga bawang merah disebabkan oleh adanya panen di Brebes dan Bima. Sementara itu, harga beras juga tercatat turun sehingga menyumbang deflasi 0,02%. Dengan demikian, kelompok ini tercatat mengalami inflasi sebesar 2,02% dan memberikan andil inflasi sebesar 0,43%. Kelompok makanan jadi, minuman rokok dan tembakau mengalami inflasi sebesar 0,56% dengan andil sebesar 0,10%. Andil inflasi di dalam kelompok ini disumbang oleh kenaikan harga nasi dan lauk pauk sebesar 0,01%, rokok kretek 0,01% dan gula pasir 0,01%. Dari kelompok transportasi, BPS mencatat inflasinya sebesar 0,54% dengan andil inflasi 0,10%. Inflasi ini dipicu oleh kenaikan tarif Angkutan Antar Kota Antar Provinsi (AKAP) sebesar 0,04%, tarif angkutan udara dan tarif kereta api sebesar masing-masing 0,02%

Dari pembahasan di atas, disimpulkan penyebab utama inflasi pada tahun 2019 adalah bahan makanan seperti cabai merah, ayam ras, dan bawang putih yang mengalami kenaikan permintaan sepanjang bulan Ramadhan.

Alhasil, inflasi harga pangan berkejolak pada Mei 2019 mencapai 0,48% dan andilnya sebesar 0,09%. Penyebab inflasi lainnya adalah tarif transportasi seperti AKAP, kereta api dan pesawat terbang akibat arus mudik Lebaran.

Pemerintah bersama dengan Bank Indonesia telah merumuskan strategi dan kebijakan terkait untuk menjaga angka inflasi, dengan melakukan upaya-upaya sebagai berikut :

- 1) Menjaga inflasi volatile food maksimal di kisaran 4-5% dengan memastikan kecukupan pasokan pangan, meliputi :
 - a. Mengelola kesiapan produksi antar waktu
 - b. Memperkuat cadangan pangan Pemerintah dan tata kelola operasi pasar oleh Bulog
 - c. Memperbaiki manajemen produksi melalui penguatan kelembagaan petani, pengelolaan produksi dan pasca panen khususnya pengeringan dan pergudangan, serta pemasaran
 - d. Meningkatkan tingkat rendemen dan kualitas beras melalui revitalisasi penggilingan
 - e. Menyalurkan Rastra Bansos dan Bantuan Pangan non Tunai sesuai dengan jadwal dan dengan kualitas yang terjaga
 - f. Membangun sistem data produksi yang akurat melalui pembangunan dan pemanfaatan *e-commerce* untuk pangan
 - g. Memfasilitasi sinergi petani dan industri hilir
- 2) Mengatur besaran dan *timing* kenaikan kebijakan *administered prices* serta mengendalikan dampak lanjutan yang berpotensi timbul, dalam hal terdapat kebijakan penyesuaian *administered prices*.
- 3) Memperkuat koordinasi pemerintah pusat, daerah, dan BI. Antara lain melalui penyelenggaraan Rakornas Pengendalian Inflasi pada 2018.
- 4) Memperkuat kualitas data untuk mendukung pengambilan kebijakan.
- 5) Memperkuat bauran kebijakan BI untuk memastikan tetap terjaganya stabilitas makro ekonomi.

8.8. Pertanyaan dan Latihan

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan analisa dan *argument* yang tepat !

1. Inflasi mengakibatkan perekonomian suatu negara mengalami kerugian. Pernyataan tersebut BENAR atau SALAH? Jelaskan alasannya! Dan sebutkan kerugian apa saja yang terjadi akibat inflasi?
2. Peningkatan pada harga mempengaruhi nilai riil dari uang. Pernyataan tersebut BENAR atau SALAH? Jelaskan alasannya!
3. Jelaskan pengaruh peningkatan pada tingkat inflasi terhadap suku bunga dan nominal menurut Efek Fisher!

Bab PERUMUSAN KEBIJAKAN PERDAGANGAN INTERNASIONAL

9

9.1. Kompetensi dan Indikator

Dengan mempelajari bab ini, Anda diharapkan dapat memahami perumusan kebijakan perdagangan internasional yang meliputi latar belakang perumusan kebijakan perdagangan internasional, kebijakan perdagangan internasional, hambatan perdagangan internasional, peningkatan perdagangan internasional, dan mengendalikan praktek-praktek perdagangan yang tidak adil.

9.2. Latar Belakang Perumusan Kebijakan Perdagangan Internasional

Perumusan kebijakan perdagangan nasional merupakan hal yang sangat penting di dunia perdagangan yang telah lama berkembang, dan sampai pada saat sekarang ini Perumusan Kebijakan Perdagangan Nasional sangat di utamakan oleh pemerintah agar perusahaan dalam negerinya dapat bertahan di dalam pangsa pasar terutama pasar internasional. Perumusan Kebijakan Perdagangan Nasional ini sangat berkaitan erat dalam hal kemajuan ekonomi suatu Negara. Oleh karena itu, Pemerintah suatu Negara harus dapat merencanakan, merumuskan dan mengimplementasikan strategi – strategi yang berkaitan dengan perdagangan nasional yang mempunyai pengaruh untuk menentukan berhasil atau tidaknya perusahaan di dalam negeri melalui tahap-tahap perdagangan yang dapat diterima di pasaran lokal dan internasional. Apabila Perumusan Kebijakan Perdagangan Nasional yang dibuat pemerintah mampu membuat perusahaan-perusahaan dalam negeri bersaing dalam pasar internasional, hal ini tentunya akan berpengaruh terhadap tujuan pemerintah yaitu menciptakan stabilitas ekonomi dan memajukan perekonomian negara. Selain itu, masalah penting lain yang harus dihadapi pemerintah adalah bagaimana pemerintah

memutuskan untuk membuat kebijakan-kebijakan yang tepat bagi perusahaan-perusahaan dalam negeri.

Pokok bahasan Kebijakan Perdagangan Nasional bertujuan melihat beberapa pokok bahasan penting seperti:

- a. Untuk melihat perumusan kebijakan-kebijakan perdagangan nasional yang di buat pemerintah dan keberhasilan perusahaan-perusahaan dalam negeri bersaing di pasar internasional.
- b. Mengkaji faktor dominan apa saja yang perlu diwaspadai pemerintah dalam membuat kebijakan perdagangan nasional.

Didasari atas pentingnya kebijakan-kebijakan perdagangan nasional bagi perusahaan dalam negeri, maka pemerintah harus dapat merancang berbagai macam kebijakan-kebijakan dan strategi yang dapat memberikan manfaat bagi perusahaan. Oleh karena itu, penelitian tentang perumusan kebijakan perdagangan nasional ini difokuskan agar perusahaan dapat menyusun strategi perdagangan yang tepat bagi perusahaan berupa penempatan fasilitas dan faktor produksi, mendapatkan sumber daya yang dibutuhkan perusahaan, teknologi yang dipakai serta pengelolaan input menjadi output agar dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan dari luar negeri.

9.3. Kebijakan Perdagangan Internasional

Kebijakan-kebijakan perdagangan yang dibuat oleh pemerintah nasional diawali dengan melihat dari sudut pandang seluruh perekonomian, yakni sebagai berikut :

- ✓ Program pembangunan ekonomi

Perdagangan internasional memegang peran utama dalam program pembangunan ekonomi. Negara-negara yang bergantung pada satu ekspor sering memilih untuk melakukan diversifikasi perekonomiannya untuk mengurangi dampak dari, misalnya, gagalnya panen atau jatuhnya harga ekspor dominannya. Menurut strategi peningkatan ekspor ini, suatu Negara mendorong perusahaan-perusahaannya bersaing dalam pasar luar negeri dengan memanfaatkan suatu keunggulan yang dimiliki Negara tersebut. Negara-negara lain seperti, Australia, Argentina, India, dan Brazil, menganut strategi substitusi impor setelah perang dunia II, strategi seperti ini mendorong

pertumbuhan industri manufaktur dalam negeri dengan menciptakan hambatan yang tinggi terhadap barang impor.

✓ Kebijakan industri

Di mana pemerintah nasional mengidentifikasi industri-industri utama dalam negeri yang sangat berperan penting bagi pertumbuhan ekonomi masa depan Negara tersebut dan kemudian merumuskan program-program yang mendukung daya saingnya. Idealnya, kebijakan industri membantu perusahaan-perusahaan suatu Negara merebut pangsa pasar global yang penting dan terus tumbuh, sebagaimana telah dilakukan MITI bagi perusahaan-perusahaan multinasional Jepang.

✓ Analisis pilihan publik

Suatu cabang ilmu ekonomi yang menganalisa pengambilan keputusan publik, kepentingan khusus itu sering menguasai kepentingan umum untuk setiap masalah tertentu karena alasan sederhana. Kelompok-kelompok kepentingan khusus bersedia bekerja lebih keras agar disahkan undang-undang yang menguntungkan kepentingan mereka dibandingkan dengan upaya yang bersedia dikerahkan masyarakat umum untuk berjuang mengalahkan undang-undang yang tidak menguntungkan kepentingan-kepentingannya.

9.4. Hambatan Perdagangan Internasional

Negara-negara telah memberlakukan hambatan perdagangan sejak terciptanya Negara-bangsa modern pada abad 16 dengan harapan untuk menaikkan pendapatan nasional, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dan atau mengangkat standar hidup warganya. Kadang-kadang, sebagaimana baru saja anda baca, kebijakan perdagangan nasional yang menguntungkan kelompok-kelompok kepentingan tertentu dianut dengan mengorbankan rakyat umum atau masyarakat pada umumnya. Berikut adalah jenis-jenis dari hambatan perdagangan internasional :

- a. Hambatan tarif, adalah pajak yang dikenakan atas suatu barang yang diperdagangkan secara internasional. Beberapa tarif dikenakan terhadap barang ketika barang tersebut

meninggalkan negaranya (tarif ekspor), atau ketika barang tersebut melintasi satu Negara menuju Negara lainnya (tarif transit), namun kebanyakan dipungut atas barang impor (tarif impor). Ada tiga bentuk tarif impor, antara lain sebagai berikut :

- 1) Tarif Ad Valorem, ditentukan sebagai persentase dari nilai pasar barang yang diimport tersebut.
- 2) Tarif Spesifik, ditentukan sebagai jumlah dollar tertentu per unit per ukuran bobot atau ukuran standarlainnya.
- 3) Tarif Majemuk, mempunyai komponen ad valorem maupun komponen tarif spesifik.

Dalam sejarahnya, tarif diberlakukan karena dua alasan, yakni:

- ✓ Tarif meningkatkan pendapatan bagi pemerintah nasional.
- ✓ Tarif berperan sebagai hambatan perdagangan.

b. Hambatan non-tarif

1) Kuota

Kuota adalah batasan jumlah suatu barang yang boleh diimpor ke suatu Negara selama kurun waktu tertentu, seperti satu tahun, secara tradisional, kuota telah digunakan untuk melindungi industri-industri yang kuat secara politis seperti pertanian, otomotif, dan tekstil dari ancaman.

2) Pembatasan jumlah ekspor

Suatu Negara juga dapat memberlakukan hambatan kuantitatif terhadap perdagangan dalam bentuk pembatasan jumlah barang yang akan diekspornya. Pembatasan jumlah ekspor sukarela (*voluntary export restraint*) adalah janji suatu Negara membatasi ekspor barangnya ke Negara lainnya hingga jumlah atau persentase yang sudah ditetapkan dari pasar yang telah dituju tersebut.

3) Embargo

Embargo adalah larangan mutlak terhadap ekspor dan/atau impor barang ke tujuan tertentu. Dianut oleh penguasa pemerintahan suatu Negara atau internasional untuk menghukum Negara lain.

c. Hambatan non-tarif lainnya

Negara juga menggunakan berbagai jenis hambatan non-tarif lainnya untuk melindungi dari persaingan luar negeri. Beberapa

hambatan non tarif digunakan dengan alasan-alasan kebijakan publik dalam negeri yang sah, tetapi mempunyai akibat yang membatasi perdagangan. Namun, kebanyakan hambatan non tarif jelas-jelas bersifat proteksionis. Negosiasi-negosiasi internasional pada masa pasca perang dunia II telah mengurangi penggunaan tariff dan kuota. Karena alasan ini, hambatan non tarif non-kuantitatif kini telah menjadi penghalang utama pertumbuhan perdagangan internasional. Semua hambatan non tarif ini lebih sulit dihapuskan dari pada tariff dan kuota karena tersebut sering melekat dalam prosedur birokratis dan tidak dapat diubah dengan cepat.

1) Standar pengujian dan produk

Adalah ketentuan bahwa barang-barang luar negeri harus memenuhi standar produk atau standar pengujian suatu Negara sebelum barang-barang tersebut dapat ditawarkan di Negara tersebut. Rusia mengharuskan agar alat-alat telekomunikasi impor diuji dua lembaga pemerintahan berbeda, suatu proses yang sering memakan waktu 12 sampai 18 bulan.

2) Pembatasan akses ke jaringan distribusi

Pembatasan akses pemasok ke saluran distribusi normal dapat juga berfungsi sebagai suatu hambatan non tarif. Misalnya di Cina, Cina mengharuskan agar barang-barang impor didistribusikan hanya oleh perusahaan-perusahaan lokal, walaupun negara itu sudah berjanji bahwa pemerintah akan menghapus pembatasan ini suatu saat dalam dasawarsa ini.

3) Kebijakan pengadaan barang sektor publik

Kebijakan pengadaan barang sektor publik yang memberi perlakuan istimewa kepada perusahaan-perusahaan dalam negeri adalah bentuk lain dari hambatan non tarif. Misalnya, kota Los Angeles lebih memilih pengadaan peralatan angkutan umumnya dari produsen-produsen Amerika Serikat. Pemerintah federal umumnya mengharuskan agar tiket-tiket perjalanan udara internasional yang dibeli dengan

dana pemerintah Amerika Serikat dilakukan di perusahaan-perusahaan penerbangan Amerika Serikat.

4) Persyaratan pembelian lokal

Pemerintah negara tujuan dapat menghalangi perusahaan asing untuk melakukan ekspor atau menjalankan usaha di negara tujuan tersebut dengan mengharuskan perusahaan itu membeli barang atau jasa dari perusahaan lokal. Cina mengharuskan agar pembangkit listrik di bawah 600 Megawatt hanya memakai alat-alat yang dibuat di dalam negeri.

5) Pembatasan melalui peraturan

Pemerintah dapat menciptakan hambatan non tarif dengan menggunakan pembatasan melalui peraturan, seperti melakukan pemeriksaan kesehatan dan keselamatan, pemberlakuan peraturan lingkungan, keharusan perusahaan memperoleh izin sebelum memulai usaha atau membangun pabrik baru dan pengenaan pajak dan biaya bagi layanan-layanan publik yang mempengaruhi kemampuan bisnis-bisnis internasional bersaing dalam pasar negara tujuan tersebut.

6) Pembatasan mata uang

Negara-negara yang sedang berkembang dan negara-negara yang perekonomiannya direncanakan secara terpusat, menciptakan hambatan perdagangan internasional melalui pembatasan mata uang. Eksportir barang diizinkan menukar mata uang asing dengan nilai tukar yang menguntungkan untuk menjadi pasar luar negeri sebagai gerai penjualan yang menarik bagi produsen-produsen dalam negeri. Importir dipaksa untuk membeli mata uang asing dari bank sentralnya dengan nilai tukar yang menguntungkan, dengan demikian menaikkan harga-harga barang asing di dalam pasar dalam negeri.

7) Pembatasan investasi

Pembatasan atas investasi dan kepemilikan asing adalah sesuatu yang lazim, khususnya dalam industri-industri utama seperti penyiaran, listrik dan air minum, transportasi udara,

kontrak pertahanan dan jasa keuangan. Misalnya, Polandia membatasi kepemilikan asing dalam industri penyiaran hingga 33%.

9.5. Peningkatan Perdagangan Internasional

Dalam bagian ini, kita membahas kebijakan-kebijakan pemerintah yang meningkatkan bisnis internasional, termasuk subsidi, pembentukan zona perdagangan luar negeri, dan program pembiayaan ekspor. Biasanya, program-program ini dirancang untuk menciptakan lapangan kerja dalam sektor ekspor atau untuk menarik investasi ke tempat-tempat yang mengalami tekanan ekonomi.

a. Subsidi

Negara sering berupaya merangsang ekspor dengan menawarkan subsidi yang dirancang untuk mengurangi biaya perusahaan dalam menjalankan bisnis. Brasil dan Kenya, misalnya, membebaskan masukan impor yang digunakan untuk memproduksi barang ekspor dari pajak dan tarif, sementara India membebaskan penerimaan ekspor dari pajak pendapatan.

b. Zona perdagangan luar negeri

Adalah kawasan geografis dimana barang-barang impor dan ekspor menerima perlakuan tariff yang istimewa. Sistem Maquiladora adalah contoh lain dari penggunaan zona perdagangan luar negeri. Maquiladora adalah suatu pabrik yang terletak di suatu FTZ di Meksiko. Pabrik-pabrik ini mengimpor barang setengah jadi atau bagian-bagian dari komponen, memproses barang atau suku cadang tersebut lebih jauh dan mengekspornya kembali. Barang yang diproduksi Maquiladora menikmati perlakuan bea dan pajak istimewa. Meksiko tidak mengenakan bea masuk atas barang-barang setengah jadi yang di impor Maquiladora, asalkan barang tersebut di ekspor kembali setelah diproses lebih jauh di Meksiko, mesin yang diimpor ke Meksiko dan digunakan Maquiladora juga dibebaskan dari bea masuk.

c. Program pembiayaan ekspor

Bagi banyak barang yang bernilai tinggi seperti pesawat, *super-computer* dan proyek konstruksi besar, keberhasilan atau

kegagalan ekspornya bergantung pada kemampuan suatu perusahaan menghasilkan produk yang berkualitas tinggi, menyediakan layanan perbaikan purna jual yang handal dan sering menjadi faktor penentu menawarkan paket pembayaran yang menarik.

9.6. Mengendalikan Praktek-praktek Perdagangan yang Tidak Adil

Dengan pemerintah-pemerintah di seluruh dunia yang menggunakan program yang dirancang untuk melindungi industri dalam negeri dari impor dan program lain untuk meningkatkan ekspornya, seharusnya tidak lagi menherankan apabila para pesaing sering mengeluhkan kecurangan. Untuk menanggapi keluhan ini, banyak Negara telah memberlakukan undang-undang yang melindungi industri-industri dalam negerinya dari praktik-praktik perdagangan yang tidak adil.

a) Bea *Countervailing* (*Countervailing Duty* / CVD)

Adalah tariff ad valorem atas barang impor yang dikenakan Negara pengimpor untuk menandingi dampak subsidi luar negeri tersebut. CVD dihitung untuk sekadar mengimbangi keuntungan yang diperoleh eksportir tersebut dari subsidi tadi. Dengan cara ini, perdagangan masih dapat digerakkan oleh kekuatan bersaing masing-masing perusahaan dan hukum keunggulan komparatif, bukan oleh tingkat subsidi yang ditawarkan pemerintah kepada perusahaan-perusahaannya.

Tidak semua subsidi pemerintah memberikan kepada perusahaan asing suatu keuntungan yang tidak adil di pasar dalam negeri. Kebanyakan pemerintah memberlakukan CVD hanya jika pemberian subsidi asing kepada suatu produk mengakibatkan distorsi perdagangan internasional. Misalnya, pemerintah Amerika Serikat, dalam melaksanakan CVD-nya mencoba menentukan apakah subsidi tertentu umumnya disediakan bagi seluruh industri di suatu Negara, sehingga dalam hal ini CVD tidak akan diberlakukan atau apakah subsidi tersebut dibatasi hanya kepada industri tertentu sehingga dalam hal ini CVD boleh diberlakukan.

b) Peraturan Anti-*dumping*

Ada dua jenis *dumping*, *dumping* dapat terjadi ketika suatu perusahaan menjual barang-barangnya dalam pasar luar negeri dengan harga dibawah yang dikenakan dalam pasar Negara asalnya sendiri. Jenis *dumping* ini adalah bentuk diskriminasi harga internasional. Jenis *dumping* yang kedua terjadi ketika perusahaan tersebut menjual barang-barangnya di bawah biaya di pasar luar negeri dan dalam kasus ini *dumping* tersebut adalah bentuk *predatory pricing*. Yang menjadi masalah dengan *predatory pricing* adalah bahwa suatu perusahaan asing mungkin akan menurunkan harganya di Negara tujuan tersebut keluar dari pasar dan kemudian mengenakan harga monopoli kepada konsumen Negara tujuan tadi begitu para pesaing sudah tersisihkan.

PERANCANGAN ORGANISASI BISNIS INTERNASIONAL

Bab

10

10.1. Kompetensi dan Indikator

Dengan mempelajari bab ini, Anda diharapkan dapat memahami perancangan organisasi bisnis internasional yang meliputi latar belakang perancangan organisasi dan permasalahannya, sifat perancangan organisasi internasional, perancangan organisasi global, perancangan produk global, perancangan area global, perancangan fungsional global, pelanggan global, matrik global, isu yang berkaitan dengan perencanaan organisasi global.

10.2. Latar Belakang Perancangan Organisasi dan Permasalahannya

Sebuah sistem perancangan tidak terlepas dari kenyataan bahwa suatu organisasi melibatkan individu-individu. Aktivitas individu ini diarahkan untuk mencapai tujuan organisasi. Yang sering dilupakan adalah bahwa individu sebagai makhluk pribadi juga mempunyai keinginan-keinginan atau tujuan pribadi. Tujuan pribadi seseorang bisa selaras dengan tujuan organisasi bisa juga tidak selaras. Ketidakselarasan tujuan mengakibatkan tujuan organisasi atau tujuan individu tidak tercapai dan terkadang dapat menimbulkan konflik. Untuk itulah diperlukan suatu Perancangan kerja yang sesuai sehingga tujuan individu dapat selaras dengan tujuan organisasi. Salah satu alat untuk mencapai tujuan tersebut adalah adanya sistem perancangan manajemen yang baik, yang memudahkan komunikasi dan koordinasi antara atasan dan bawahan dalam perusahaan.

Masalah perancangan organisasi merupakan masalah yang penting bagi perusahaan, karena perencanaan bisnis mempunyai efek yang langsung terhadap keuntungan perusahaan. Kesalahan dalam perencanaan organisasi dalam bisnis akan menekan keuntungan perusahaan. Adanya perencanaan organisasi yang terlalu besar dibandingkan kebutuhan perusahaan akan menambah

beban bunga dan biaya serta kemungkinan terjadinya penyusutan dan kualitas yang tidak bisa dipertahankan, sehingga semuanya ini akan mengurangi keuntungan perusahaan. Demikian pula sebaliknya, perencanaan organisasi yang terlalu kecil dalam perusahaan akan mengakibatkan kemacetan dalam produksi, sehingga perusahaan akan mengalami kerugian juga.

Cara penyelenggaraan perencanaan organisasi berbeda-beda untuk setiap perusahaan, paling sedikit ada tiga alasan perlunya perencanaan organisasi bagi perusahaan, yaitu :

- a. Adanya unsur ketidakpastian permintaan global
- b. Adanya unsur ketidakpastian pasokan dari supplier
- c. Adanya unsur ketidakpastian tenggang waktu

Untuk menghadapi ketiga unsur ketidakpastian tersebut, pihak perusahaan harus mampu mengantisipasinya. Antisipasi tersebut berkaitan erat dengan tujuan diadakannya perencanaan organisasi, yaitu:

1. Untuk memberikan layanan yang terbaik pada pelanggan
2. Untuk memperlancar proses produksi
3. Untuk mengantisipasi kemungkinan terjadinya kekurangan perencanaan (*stockout*)
4. Untuk menghadapi fluktuasi harga

Pencapaian tujuan tersebut menimbulkan konsekuensi bagi perusahaan, yaitu harus menanggung biaya maupun risiko yang berkaitan dengan perencanaan. Terjadinya kekurangan perencanaan atau tidak adanya perancangan organisasi pada saat dibutuhkan dapat menyebabkan jalannya aktivitas perusahaan terhenti, sebaliknya terlampau banyaknya perencanaan akan mengakibatkan tertahannya modal secara tidak produktif, sehingga hal ini merupakan salah satu faktor kerugian bagi perusahaan.

Salah satu bagian yang menjadi sumber pengeluaran yang tidak dapat dihindari oleh perusahaan adalah dalam hal perencanaan organisasi. Dalam hal ini sangat penting bagi perusahaan untuk mengupayakan pemenuhan kebutuhan organisasi agar tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil, terjamin kontinuitasnya, serta efektif dan efisien.

10.3. Sifat Perancangan Organisasi Internasional

Perancangan yang tepat untuk organisasi tergantung pada ukuran, strategi, teknologi, dan lingkungan perusahaan, dan juga budaya di Negara- negara dimana perusahaan beroperasi. Untuk dapat berfungsi dengan baik perusahaan harus terlebih dahulu menyusun komponen strukturalnya. Dengan perancangan organisasi perusahaan dapat mengerjakan 4 hal yaitu ; mengalokasikan sumber daya, membagi tugas ke karyawan, menginformasikan ke karyawan tentang peraturan, prosedur, dan target kinerja karyawan, dan mengumpulkan dan menyebarkan informasi penting yang diperlukan dalam menyelesaikan masalah, pembuatan keputusan, dan pengendalian organisasi yang efektif.

Perancangan organisasi tidak disusun kemudian ditinggalkan begitu saja tetapi merupakan suatu proses yang berkelanjutan. Sehingga manajer harus terus-menerus mengubah atau mengembangkan perancangan organisasi globalnya. Pengetahuan tentang pasar luar negeri menjadi sangat penting dan metode baru dalam pengoperasian perusahaan sangatlah diperlukan.

10.4. Perancangan Organisasi Global

Ketika perusahaan mulai berkembang dari perusahaan yang berorientasi domestik dengan operasi internasional menuju ke perusahaan internasional dengan aspirasi global. Biasanya perusahaan akan meninggalkan pendekatan divisi internasional dan menggantinya dengan menciptakan suatu perancangan organisasi global untuk mencapai sinergi antara operasinya yang luas sekali di seluruh dunia dan untuk menerapkan strategi internasionalnya. Tentunya perancangan global yang dipakai perusahaan harus mempertimbangkan kebutuhan perusahaan agar dapat mengintegrasikan dengan ketiga pengetahuan supaya dapat bersaing dengan efektif secara global yaitu:

- a. Pengetahuan tentang area (*area knowledge*) : dimana manajer harus memahami kondisi budaya, perdagangan, sosial, dan ekonomi di setiap pasar Negara tujuan tempat perusahaan berbisnis.

- b. Pengetahuan tentang produk (*product knowledge*) : dimana manajer harus memahami faktor-faktor seperti teknologi, kebutuhan konsumen, dan kekuatan persaingan yang mempengaruhi barang yang diproduksi dan dijual perusahaan.
- c. Pengetahuan fungsional (*functional knowledge*) : manajer harus memiliki akses ke para pekerja yang memiliki akses ke para pekerja yang memiliki keahlian dalam fungsi dasar bisnis seperti produksi, pemasaran, keuangan, akuntansi, manajemen sumber daya manusia, dan teknologi informasi.

Perusahaan juga biasanya menggunakan 1 dari 4 filosofi manajerial yang memandu pendekatannya untuk fungsi-fungsi seperti perancangan organisasi dan pemasaran. Filosofi manajerial yaitu :

- a) *Ethnocentric* : filosofi nasional manajemen dimana nilai dan perhatian dari pedoman perusahaan induk, dalam pemilihan strategi.
- b) *Polycentric* : filosofi manajemen diman pemilihan strategi yang dikhususkan pada kebudayaan suatu Negara dimana MNC beroperasi.
- c) *Regiocentric* : filosofi manajemen dimana perusahaan mencoba memadukan kepentingan pemilik dengan perusahaan cabang di basis regional.
- d) *Geocentric* : filosofi manajemen dimana perusahaan mencoba mengintegrasikan pendekatan sistem global untuk mengambil keputusan.

Lima bentuk perancangan organisasi global yang paling umum adalah produk, area, fungsional, pelanggan dan matrik.

1. Perancangan Produk Global

Perancangan organisasi yang paling banyak dipakai oleh perusahaan multinasional adalah perancangan produk global. Perancangan ini mengatur agar produk atau kelompok produk tertentu dikerjakan menurut divisi-divisi dalam operasi di perusahaan itu. Perancangan dapat berhasil dengan baik jika perusahaan memiliki berbagai lini produk atau jika lini produknya dijual di berbagai pasar yang berbeda sehingga koordinasi antar lini tidak terlalu penting. Apabila produk yang

dihasilkan oleh perusahaan maka menggunakan perancangan yang disebut M-form namun jika produknya tidak saling berhubungan menggunakan perancangan H-form.

Perancangan produk global memberikan beberapa potensi keunggulan bersaing, antara lain sebagai berikut :

- a. Divisi yang fokus pada satu produk atau kelompok produk sehingga manajer memperoleh keahlian dalam semua aspek, atau produk-produk tertentu. Hal ini baik karena manajer dapat bersaing secara global.
- b. Perancangan Produk Global akan memudahkan efisiensi dalam memproduksi sehingga mereka bebas menghasilkan produk di tempat produksi dimanapun yang biaya manufaktur paling murah.
- c. Membuat manajer mampu mengkoordinasikan berbagai produksi pada berbagai fasilitas.
- d. Karena manajer memiliki pengetahuan yang luas tentang produk sehingga mereka dapat menerapkan teknologi baru ke produknya.
- e. Mempermudah pemasaran produk secara global.

Akan tetapi perancangan model ini juga memiliki beberapa kekurangan, yakni perancangan ini akan mendorong biaya yang mahal karena kelompok produk tertentu membutuhkan keterampilan fungsional sendiri seperti, pemasaran, keuangan, dan manajemen informasi bahkan terkadang juga membutuhkan fasilitas-fasilitas produksi, distribusi, dan R&D sendiri. Sejalan dengan hal inisetiap kelompok produk harus mengembangkan pengetahuan tentang lingkungan budaya, hukum, dan politik di berbagai pasar regional dan nasional. Jadi perusahaan harus dengan hati-hati mempertimbangkan keuntungan dan kekurangan penggunaan perancangan produk global ketika memutuskan bentuk perancangan organisasi terbaik untuk keadaan tertentu.

2. Perancangan Area Global

Perancangan area global, perancangan model ini mengatur aktivitas perusahaan menurut area atau daerah tertentu di dunia. Pendekatan ini sangat bermanfaat untuk perusahaan yang memakai filosofi polisentris atau multidomestik. Biasanya

perusahaan yang memakai perancangan ini adalah perusahaan yang produknya tidak dapat langsung ditransfer lintas daerah.

Manfaat yang ditawarkan model ini didapatkan oleh perusahaan yang strateginya berupa dorongan pemasaran (*marketing driven*), bukan efisiensi manufaktur atau inovasi teknologi atau untuk perusahaan yang kekuatan bersaing terletak pada reputasi nama merek produknya. Seperti halnya bentuk perancangan lainnya, perancangan ini juga memiliki beberapa kekurangan yaitu:

- a. Tidak cocok untuk lini produk yang harus menghadapi perubahan teknologi yang cepat
- b. Menimbulkan duplikasi sumber daya karena setiap divisi area harus memiliki spesialis fungsional
- c. Membuat koordinasi antar area sangat mahal

3. Perancangan Fungsional Global

Perancangan fungsional global (*global functional design*) mengharuskan perusahaan mendirikan departemen atau divisi yang bertanggung jawab secara global untuk fungsi-fungsi yang lazim di dalam suatu organisasi seperti : keuangan, operasi, pemasaran, R&D, dan manajemen sumber daya manusia. Perancangan model ini cocok bagi perusahaan yang lini produknya relatif sempit. Perancangan ini juga memberikan beberapa keuntungan yaitu :

- a. Perusahaan mudah mentransfer keahlian dalam setiap divisi area fungsional
- b. Manajer memiliki pengendalian yang terpusat atas operasi-operasi fungsional.
- c. Berfokus pada fungsi-fungsi kunci dalam perusahaan

Akan tetapi perancangan fungsional global juga memiliki kelemahan yaitu:

- a. Perancangan ini praktis hanya jika dipakai jika perusahaan memiliki cukup sedikit produk atau konsumen
- b. Koordinasi antar divisi menjadi masalah utama. Misalkan, divisi manufaktur dan pemasaran sangat berbeda satu dengan yang lainnya sehingga masing-masing mengejar tujuannya sendiri yang dapat merusak tujuan perusahaan secara keseluruhan

- c. Kemungkinan terjadi duplikasi sumber daya di antara manajer

Karena masalah-masalah tersebut perancangan ini sangat terbatas pemakaiannya. Biasanya perancangan ini dipakai oleh perusahaan yang bergerak dalam penyulingan dan pemrosesan sumber daya alam, seperti industri pertambangan dan energi, karena dalam industri ini kemampuan untuk mentransfer keahlian teknis sangat penting.

4. Perancangan Pelanggan Global

Perancangan ini digunakan ketika perusahaan melayani pelanggan atau kelompok pelanggan atau kelompok pelanggan yang berbeda-beda, masing-masing dengan kebutuhan khusus yang memerlukan keahlian dan perhatian khusus. Perancangan pelanggan global sangat bermanfaat ketika beberapa kelompok pelanggan yang dibidik perusahaan sangat berbeda sehingga membutuhkan pendekatan pemasaran yang benar-benar berbeda.

Di sisi lain, perancangan pelanggan global dapat menghasilkan duplikasi sumber daya yang signifikan jika setiap kelompok membutuhkan area dan spesialis fungsional sendiri. Koordinasi antar divisi-divisi yang berbeda juga sulit karena setiap divisi hanya memperhatikan pasar-pasar yang pada dasarnya berbeda.

5. Perancangan Matrik Global

Perancangan ini merupakan hasil dari menempatkan bentuk perancangan organisasi ke bentuk perancangan yang sudah ada sebelumnya namun berbeda. Perancangan ini memberikan beberapa keuntungan yaitu perancangan ini menggabungkan keahlian fungsional, area, dan produk suatu perusahaan ke dalam tim untuk mengembangkan produk baru atau merespon tantangan baru di pasar global. Namun di sisi lain juga memiliki keterbatasan, yakni :

- a. Tidak cocok untuk perusahaan yang memiliki sedikit jenis produknya dan beroperasi di pasar yang relatif stabil,
- b. Perancangan ini membuat karyawan berada posisi yang harus bertanggung jawab pada lebih dari satu manajer,
- c. Cenderung meningkatkan kompromi atau keputusan yang didasarkan pada kekuatan politik yang melibatkan manajer.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi. (2014). Analisis Pengaruh Investasi, Tenaga Kerja dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Jawa Timur (Studi Kasus 2001-2010). *Jurnal Ekonomi : Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Uni-versitas Brawijaya, Vol. 2 No.1* .
- Agus, S. (2011). Dampak Globalisasi Ekonomi terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmiah CIVIS, Volume 1, No 2* , 100-119.
- Ball, D. A., Geringer, J. M., Minor, M. S., & McNett, J. M. (2013). *Bisnis Internasional*. Jakarta: Salemba Empat.
- Budiono, G. L. (2009). *Bisnis Internasional*. Jakarta: FEBSOS.
- Fitriani, E. (2019). Analisis Pengaruh Perdagangan Internasional terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol.IX No.1* , 18-26.
- Halwani, R. H. (2002). *Ekonomi Internasional dan Globalisasi Ekonomi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hill, C. W. (2013). *Bisnis Internasional Perspektif Asia 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mankiw, G. N. (2008). *Principles of Macroeconomics. Third Edition*. The Dryden Press.
- Radebaugh, L., & Sullivan, D. P. (2004). *International Business*. Prentice Hall.
- Rinaldy, E., Ikhlas, D., & Utama, A. (2018). *Perdagangan Internasional Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Romer, D. (1993). Openness and Inflation: Theory and Evidence. *Quarterly Journal of Economics* 108 (4) , 869-903.
- Statistik, B. P. (2020, January 1). www.bps.go.id. Dipetik April 20, 2020, dari www.bps.go.id/statictable/2009/06/15/907/indeks-harga-konsumen-dan-inflasi-bulanan-indonesia-2006-2020.html.
- Suseno, B. D. (2018). *Bisnis Internasional dan Aplikasi Ekspor dan Impor*. Bogor: IN MEDIA.

- Suwiryo, D. H. (2018). *Bisnis Internasional*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Tim Peneliti Badan Penelitian dan Pengembangan SDM, Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2017). *www.kominfo.go.id*. Diambil kembali dari *www.balitbangsdm.kominfo.go.id/publikasi*.
- Widharosa, N., & Andaiyani, S. (2017). Pengaruh Globalisasi Ekonomi terhadap Inflasi : Pendekatan Data Panel. *Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol. 15 (2)* , 116-126.
- Yuliana, O. Y. (2000). Penggunaan Teknologi Internet dalam Bisnis. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol.2 No.1* , 36-52.

BISNIS INTERNASIONAL

Konsep dan Aplikasi

Wawasan mengenai bisnis internasional sangat penting bagi para mahasiswa di bidang bisnis terlebih untuk mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Buku bahan ajar mata kuliah bisnis internasional ini hadir untuk memenuhi kebutuhan baik untuk mahasiswa, praktisi, maupun akademisi di bidang bisnis internasional. Buku ini dilengkapi dengan kajian teoritis, penelitian terkini terkait bisnis internasional, konsep dan aplikasi bisnis internasional di dunia kerja, serta soal-soal latihan sebagai bahan untuk pendalaman materi.

Oleh karena itu, dengan hadirnya buku ini diharapkan mampu menjawab tantangan-tantangan dalam dunia bisnis internasional di era revolusi industri saat ini.



ISBN: 978-602-6248-87-9



9 786026 248879