



Analisis Kebijakan Perdagangan Internasional

Nadila Silvia Amanda¹, Nuri Aslami²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Corresponding Author: ✉ nadilasilviaamanda@gmail.com

ABSTRACT

Setiap negara tidak dapat hidup sendiri. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan sumber daya yang dimiliki. Oleh karena itu, suatu negara akan membutuhkan negara lain. Dalam rangka pemenuhan kebutuhan, setiap negara melakukan hubungan perdagangan. Hubungan perdagangan antar negara ini disebut juga perdagangan internasional. Mengapa setiap negara melakukan perdagangan internasional? Karena dengan melakukan perdagangan internasional banyak keuntungan yang diperoleh, meskipun ada juga kerugian yang akan didapat. Setiap negara juga mempunyai kebijakan-kebijakan tersendiri untuk melindungi perekonomian dalam negeri mereka dari dampak negatif persaingan yang ditimbulkan dalam perdagangan internasional. Perdagangan internasional memungkinkan masuknya barang-barang dan jasa dari luar negeri ke dalam negeri. Jika barang dan jasa dari luar negeri lebih banyak dan lebih diminati oleh masyarakat dibandingkan produk dalam negeri, maka hal itu akan berdampak buruk bagi perekonomian dalam negeri. Oleh karena itu, pemerintah perlu membuat suatu kebijakan perdagangan internasional.

Keywords

Kebijakan, Perdagangan, Internasional

PENDAHULUAN

Transaksi ekonomi yang dilakukan penduduk suatu negara dengan negara lain, baik secara perorangan, maupun pemerintah. Terjadinya perdagangan internasional tidak bisa dihindari oleh negara manapun, karena tiap wilayah memiliki kelebihan dan kekurangan pada salah satu sumber daya alamnya. Kelebihan sumber daya alam disiasati dengan mengimpornya ke luar negeri. Demikian pula sebaliknya, kekurangan sumber daya alam dapat diatasi dengan perdagangan internasional ekspor dan impor. Sudah sejak zaman dahulu kala, manusia selalu berinteraksi dengan sesamanya termasuk dalam hal pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Sejarah membuktikan bahwa berabad-abad silam penduduk di berbagai belahan dunia sudah melakukan transaksi ekonomi dengan penduduk di negara lain, contohnya jalur sutra dan Amber Road. Beberapa abad kemudian barulah para ahli ekonomi merumuskan teori-teori yang berhubungan dengan aktivitas ekonomi penduduk lintas negara. Untuk saat ini, bisnis internasional ekspor impor sudah bukan lagi urusan mengatasi kekurangan sumber daya alam maupun sumber daya manusia pada

suatu negara. Perdagangan internasional telah menjadi hubungan simbiosis mutualis antar beberapa negara. Bagaimana tidak, melalui kegiatan ekspor dan impor, lapangan kerja baru menjadi terbuka, mendorong industrialisasi, kemajuan transportasi, serta kehadiran perusahaan-perusahaan internasional. Aktivitas perdagangan internasional tidak terlepas dari pihak eksportir dan importir.

Pengertian Perdagangan Internasional

Pengertian Perdagangan Internasional untuk memenuhi kebutuhan manusia, pedagang mempunyai peranan yang sangat penting. Barang hasil produksi dapat tersalurkan ke konsumen melalui para pedagang tersebut. Mereka membeli barang untuk dijual kembali tanpa mengubah jenis/bentuknya dengan tujuan memperoleh laba disebut perdagangan. Sekarang, kegiatan perdagangan sangat luas. Perdagangan sudah merambah wilayah antarnegara (internasional). Proses tukar-menukar barang atau jasa yang terjadi antara satu negara dengan negara yang lain inilah yang disebut perdagangan internasional. Dalam perdagangan antarnegara tersebut melibatkan eksportir dan importir.

Penyebab Timbulnya Perdagangan Internasional

Ada beberapa tokoh yang mengemukakan teori tentang terjadinya perdagangan internasional. Tokoh tersebut di antaranya adalah Adam Smith dan David Ricardo. Adam Smith mengemukakan teori yang disebut Theory of Absolute Advantage (teori keunggulan mutlak). Menurut teori ini suatu negara disebut memiliki keunggulan mutlak dibandingkan negara lain apabila negara tersebut dapat memproduksi barang atau jasa yang tidak dapat diproduksi negara lain. Misalnya Indonesia memproduksi gas alam cair. Jepang tidak mempunyai sumber gas alam, tetapi mampu memproduksi mobil. Dengan demikian, terjadilah perdagangan barang antara Indonesia dan Jepang. Sedangkan David Ricardo mengajukan teori tentang perdagangan internasional yang disebut Theory of Comparative Advantage (Teori Keunggulan Komparatif). Menurut David Ricardo keunggulan komparatif suatu negara apabila negara tersebut dapat memproduksi suatu barang atau jasa dengan efisien dan lebih murah dibandingkan negara lain. Sebagai contoh, Indonesia dan Korea Selatan adalah produsen komputer. Korea Selatan mampu memproduksi komputer dengan harga lebih murah daripada Indonesia. Korea Selatan memiliki keunggulan komparatif dibandingkan Indonesia dalam memproduksi komputer. Indonesia akan lebih untung apabila mengimpor komputer dari Korea Selatan. Perdagangan internasional terjadi karena adanya hal-hal berikut.

a. Perbedaan Hasil Produksi

Tiap-tiap negara mempunyai kekayaan alam, modal, teknologi, dan kebudayaan yang berbeda. Oleh karena itu, tiap-tiap negara mempunyai hasil produksi yang berbeda-beda. Ada negara yang dapat memproduksi suatu barang atau jasa yang melimpah, sementara ada negara yang kekurangan hasil produksi barang atau jasa tersebut tetapi memiliki barang atau jasa lainnya. Contoh Indonesia banyak menghasilkan produksi pertanian, Korea dan Jepang banyak menghasilkan barang-barang elektronik.

b. Perbedaan Harga Barang

Harga suatu barang di tiap-tiap negara berbeda. Perbedaan harga inilah yang mendorong adanya perdagangan internasional. Misalnya, harga komputer di Korea Selatan dan di Jepang lebih murah daripada harga di Indonesia mendorong orang Indonesia membeli komputer tersebut di Korea atau Jepang untuk dijual di Indonesia. Mereka melakukan perdagangan karena memperoleh keuntungan sebagai akibat dari adanya perbedaan harga jual dan harga beli.

c. Adanya Keinginan untuk Meningkatkan Produktivitas

Tiap-tiap negara mempunyai kebutuhan akan barang yang beranekaragam. Namun secara ekonomi, tiap negara lebih baik memproduksi beberapa macam barang saja kemudian melakukan perdagangan internasional. Dengan spesialisasi ini produktivitas tiap negara menjadi lebih tinggi.

Faktor- faktor Penghambat Perdagangan Internasional

Seringkali terdapat banyak hambatan dalam melakukan perdagangan internasional. Hambatan itu ada yang berasal dari dalam maupun luar negeri. Adapun hambatan tersebut antara lain, sebagai berikut.

a. Tidak Amannya Suatu Negara

Jika suatu negara tidak aman, para pedagangnya beralih ke negara lain yang lebih aman. Semakin aman keadaan, semakin mendorong para pedagang untuk melakukan perdagangan internasional.

b. Kebijakan Ekonomi Internasional yang Dilakukan oleh Pemerintah

Ada kebijakan ekonomi yang diterapkan oleh suatu negara yang merupakan hambatan bagi kelancaran perdagangan internasional. Misalnya, pembatasan jumlah impor, pungutan biaya impor/ekspor yang tinggi, perijinan yang berbelit-belit.

c. Tidak Stablnya Kurs Mata Uang Asing

Kurs mata uang asing yang tidak stabil membuat para eksportir maupun importir mengalami kesulitan dalam menentukan harga valuta asing. Kesulitan tersebut berdampak pula terhadap harga penawaran maupun

permintaan dalam perdagangan. Hal ini membuat para pedagang internasional enggan melakukan kegiatan ekspor dan impor.

Perbedaan Perdagangan dalam Negeri dan Luar Negeri

Terdapat beberapa perbedaan antara perdagangan dalam negeri dan perdagangan internasional. Perbedaan tersebut antara lain sebagai berikut.

a. Jangkauan Wilayah

Perdagangan dalam negeri mencakup satu wilayah negara, sedangkan perdagangan antarnegara menjangkau beberapa negara.

b. Cara Pembayaran

Cara pembayaran pada perdagangan dalam negeri menggunakan satu macam mata uang, sedangkan perdagangan luar negeri menggunakan macam-macam mata uang (valuta asing)

c. Sistem Distribusi

Perdagangan dalam negeri lebih banyak dilakukan dengan menggunakan sistem distribusi langsung. Sedangkan perdagangan luar negeri menggunakan sistem distribusi tidak langsung.

d. Peraturan yang Berlaku

Peraturan yang harus diikuti dalam perdagangan antarnegara lebih rumit dibandingkan dengan perdagangan dalam negeri. Dalam perdagangan internasional melibatkan sekurang-kurangnya dua negara. Oleh karena itu, peraturan-peraturan yang harus ditaati oleh pedagang internasional sekurang-kurangnya berlaku pada dua negara tersebut.

e. Tingkat Persaingan

Karena penjual dan pembeli suatu barang berasal dari berbagai negara maka tingkat persaingan perdagangan antarnegara lebih ketat dibandingkan dengan perdagangan dalam negeri.

f. Satuan Ukuran dalam Berat, Panjang, dan Isi

Dalam perdagangan dalam negeri biasanya digunakan ukuran berat, panjang, dan volume yang berlaku di dalam negeri. Namun untuk perdagangan internasional, ukuran-ukuran tersebut harus menggunakan ukuran yang berlaku secara internasional.

g. Biaya Angkutan

h. Dalam perdagangan internasional diperlukan biaya angkutan yang lebih tinggi daripada perdagangan dalam negeri. Ini terjadi karena perbedaan jarak dan sistem administrasi perdagangan. Dalam perdagangan dalam negeri, antara penjual dan pembeli dapat bertatap secara langsung. Akan tetapi, dalam perdagangan internasional bagi penjual.

Dampak Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional mempunyai dampak pada negara-negara yang terlibat. Dampak tersebut ada yang positif dan ada yang negatif. Indonesia sebagai negara yang juga melakukan perdagangan internasional memperoleh dampak-dampak tersebut.

a. Dampak Positif Perdagangan Internasional

Negara pengekspor maupun pengimpor mendapatkan keuntungan dari adanya perdagangan internasional. Negara pengekspor memperoleh pasar dan negara pengimpor memperoleh kemudahan untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan. Adanya perdagangan internasional juga membawa dampak yang cukup luas bagi perekonomian suatu negara. Dampak tersebut antara lain sebagaiberikut:

- 1) Mempererat persahabatan antarbangsa.
Perdagangan antarnegara membuat tiap negara mempunyai rasasaling membutuhkan dan rasa perlunya persahabatan. Oleh karena itu, perdagangan internasional dapat mempererat persahabatan negara-negara yang bersangkutan.
- 2) Menambah kemakmuran negara.
Perdagangan internasional dapat menaikkan pendapatan negara masing-masing. Ini terjadi karena negara yang kelebihan suatu barang dapat menjualnya ke negara lain, dan negara yang mendorong negara pengekspor untuk meningkatkan ilmu dan teknologinya agar produknya mempunyai keunggulan dalam bersaing.
- 3) Sumber pemasukan kas negara
Perdagangan internasional dapat meningkatkan sumber devisa negara. Bahkan, banyak negara yang mengandalkan sumber pendapatan dari pajak impor dan ekspor.
- 4) Menciptakan efisiensi dan spesialisasi
Perdagangan internasional menciptakan spesialisasi produk. Negara-negara yang melakukan perdagangan internasional tidak perlu memproduksi semua barang yang dibutuhkan. Akan tetapi hanya memproduksi barang dan jasa yang diproduksi secara efisien dibandingkan dengan negara lain.
- 5) Memungkinkan konsumsi yang lebih luas bagi penduduk suatu negara
Dengan perdagangan internasional, warga negaranya dapat menikmati barang-barang dengan kualitas tinggi yang tidak diproduksi di dalam negeri.

Dampak Negatif Perdagangan Internasional

Adanya perdagangan internasional mempunyai dampak negatif baginegara yang melakukannya. Dampak negatifnya sebagai berikut.

- 1) Adanya ketergantungan suatu negara terhadap negara lain.
- 2) Adanya persaingan yang tidak sehat dalam perdaganganinternasional.
- 3) Banyak industri kecil yang kurang mampu bersaing menjadigulung tikar.
- 4) Adanya pola konsumsi masyarakat yang meniru konsumsinegara yang lebih maju.
- 5) Terjadinya kekurangan tabungan masyarakat untukinvestasi. Ini terjadi karena masyarakat menjadi konsumtif.
- 6) Timbulnya penjajahan ekonomi oleh negara yang lebih maju.
- 7) Neraca Perdagangan dan Neraca Pembayaran.

Suatu negara harus mencatat nilai aktivitas ekonominya yang dilakukan dengan negara lain. Catatan tersebut dinamakan neraca. Jika catatan tersebut hanya untuk bidang perdagangan, maka neracanya merupakan neraca perdagangan. Akan tetapi, kalau neracanya mencakup semua aliran keuangan maka neracanya merupakan neraca pembayaran.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2005: 1), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Penelitian deskriptif kualitatif berusaha menggali informasi yang sesuai gambaran kondisi, objek, atau fenomena sosial saat dilakukan penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif, metode ini dianggap relevan dan sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu untuk memperoleh pemahaman yang sebenarnya mengenai Bisnis Internasional di Indonesia, serta dengan menggunakan metode ini dapat mengungkap secara komprehensif bagaimana proses ekspor insidental; ekspor aktif; penjualan lisensi.; franchising.; pemasaran di luar negeri; produksi dan pemasaran di luar negeri, sehingga peneliti berkeyakinan bahwa metode penelitian kualitatif dianggap relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Suatu Negara ataupun suatu perusahaan melakukan transaksi bisnis internasional baik dalam bentuk perdagangan internasional pada umumnya memiliki beberapa pertimbangan ataupun alasan. Pertimbangan tersebut meliputi beberapa alasan atau pertimbangan. Pertimbangan tersebut meliputi pertimbangan ekonomis, politis ataupun social budaya bahkan tidak jarang atas dasar pertimbangan militer. Bisnis internasional memang tidak dapat

dihindarkan karena sebenarnya tidak ada satu Negara pun didunia yang dapat mencukupi seluruh kebutuhan negerinya dari barang-barang atau produk yang dihasilkan oleh Negara itu sendiri. Tidak ada suatu Negara pun yang dapat memenuhi 100% swasembada. Hal ini disebabkan karena terjadinya penyebaran yang tidak merata dari sumber daya baik dari sumber daya alam modal maupun sumber daya manusia. Ketidakmeratanya sumber daya tersebut akan mengakibatkan adanya keunggulan tertentu baik suatu Negara tertentu yang memiliki sumber daya tertentu pula. Sebagai contoh Negara Australia yang memiliki daratan yang sangat luas yang memiliki jumlah penduduk yang sangat sedikit., sebaliknya Negara Hong Kong yang memiliki daratan yang sangat sempit tapi jumlah penduduknya yang sangat padat. Kesuburan tanah juga tidak akan sama antara Negara yang satu dengan yang lain ada suatu negeri yang cocok untuk tanaman tertentu sedangkan Negara yang lainnya boleh dikatakan tidak mungkin untuk menanam tanaman yang sangat dibutuhkan oleh manusia itu. Keadaan ini yang menentukan dilaksanakan bisnis ataupun perdagangan internasional. Oleh karena itu, maka dapat kita lihat beberapa alasan untuk melaksanakan bisnis internasional antara lain berupa :

Spesialisasi antar bangsa-bangsa

Dalam hubungan dengan keunggulan atau kekuatan tertentu beserta kelemahannya itu maka suatu Negara haruslah menentukan pilihan strategis untuk memproduksi suatu komoditi yang strategis yaitu :

- 1) Memanfaatkan semaksimal mungkin kekuatan yang ternyata benar-benar paling unggul sehingga dapat menghasilkannya secara lebih efisien dan paling murah diantara Negara-negara yang lain.
- 2) Menitik beratkan pada komoditi yang memiliki kelemahan paling kecil diantara Negara-negara yang lain
- 3) Mengkonsentrasikan perhatiannya untuk memproduksi atau menguasai komoditi yang memiliki kelemahan yang tertinggi bagi negerinya.

Pertimbangan pengembangan bisnis

Perusahaan yang sudah bergerak di bidang tertentu dalam suatu bisnis di dalam negeri seringkali lalu mencoba untuk mengembangkan pasarnya ke luar negeri. Hal ini akan menimbulkan beberapa pertimbangan yang mendorong mengapa suatu perusahaan melaksanakan atau terjun ke bisnis internasional tersebut :

- 1) Memanfaatkan kapasitas mesin yang masih menganggur yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

- 2) Produk tersebut di dalam negeri sudah mengalami tingkat kejenuhan dan bahkan mungkin sudah mengalami tahapan penurunan (decline phase) sedangkan di luar negeri justru sedang berkembang (growth)
- 3) Persaingan yang terjadi di dalam negeri kadang justru lebih tajam ketimbang persaingan terhadap produk tersebut di luar negeri
- 4) Mengembangkan pasar baru (ke luar negeri) merupakan tindakan yang lebih mudah ketimbang mengembangkan produk baru (di dalam negeri)
- 5) Potensi pasar internasional pada umumnya jauh lebih luas ketimbang pasar domestic.

Tahapan-Tahapan Dalam Memasuki Bisnis Internasional

Adapun tahap tersebut secara kronologis adalah sebagai berikut:

- 1) Ekspor Insidental.
 - 2) Ekspor Aktif.
 - 3) Penjualan Lisensi.
 - 4) Franchising.
 - 5) Pemasaran diluar Negeri
 - 6) Produksi dan Pemasaran di Luar Negeri
- 1) Ekspor Insidental (Incidental Export)
Dalam rangka untuk masuk kedalam dunia bisnis internasional suatu perusahaan pada umumnya dimulai dari suatu keterlibatan yang paling awal yaitu dengan melakukan ekspor insidental.
 - 2) Ekspor Aktif (Active Export)
Tahap ini perusahaan negeri sendiri mulai aktif untuk melaksanakan manajemen atas transaksi itu.
 - 3) Penjualan Lisensi (Licensing)
Tahap ini Negara pendatang menjual lisensi atau merek dari produknya kepada negara penerima.
 - 4) Franchising
Tahap berikutnya merupakan tahap yang lebih aktif lagi yaitu perusahaan disuatu negara menjual tidak hanya lisensi atau merek dagangannya 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 dinegara kita dan juga dinegara lain yaitu:
 - a) Manajemen sistem yang sudah teruji.
 - b) Memiliki nama yang sudah terkenal dan populer.
 - c) Performance Record yang sudah mapan untuk alat penilaian.Sebaliknya bentuk ini juga memiliki kelemahan yaitu :
 - a) Biaya tinggi untuk mendapatkan Franchise.

- b) Keputusan bisnis akan dibatasi oleh Franchitor.
- c) Sangat dipengaruhi oleh kegagalan dari bentuk Franchise lain.

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 itu dinegara asing (Home Country).

Produksi Dan Pemasaran Di Luar Negeri (Total Internasional Businnes)

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 Internaional Business" Bentuk inilah yang menimbulkan MNC atau Multy National Corporation yaitu perusahaan Multi Nasional. Dalam tahap ini perusahaan asing datang dan mendirikan perusahaan di negeri asing itu lengkap dengan segala modalnya lalu melakukan prosese produksi di Negeri itu, kemudian menjual hasil produksinya itu di Negeri itu juga. Bentuk ini memiliki unsure positif bagi Negara 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 miskin dana untuk pembangunan bangsanya.

KESIMPULAN

Perdagangan Internasional (International Trade) merupakan transaksi antar Negara itu biasanya dilakukan dengan cara tradisional yaitu dengan cara ekspor dan impor. Dengan adanya transaksi ekspor dan impor tersebut maka timbul neraca perdagangan antar negara (balance of tread), sedangkan Pemasaran internasional yang merupakan keadaan suatu perusahaan dapat terlibat dalam suatu transaksi bisnis dengan negara lain, perusahaan lain ataupun masyarakat umum di luar negeri. Transaksi bisnis internasional ini pada umumnya merupakan upaya untuk memasarkan hasil produksi diluar negeri. Tahapan-tahapan dalam memasuki bisnis internasional: 1) Ekspor Insidental; 2) Ekspor Aktif.; 3) Penjualan Lisensi.; 4) Franchising.; 5) Pemasaran diluar Negeri; 6) Produksi dan Pemasaran di Luar Negeri. Adapun hambatan-hambatan dalam melakukan bisnis internasional adalah: 1) Perbedaan Mata Uang Antarnegara; 2) Kualitas Sumber Daya yang Rendah ;3) Pembayaran Antarnegara Sulit dan Risikonya Besar; 4) Adanya Kebijakan Impor dari Suatu Negara; 5) Terjadinya Perang; 6) Adanya Organisasi-Organisasi Ekonomi Regional.

REFERENCES

- Rusdin, 2002. *Bisnis Teori, Masalah, Kebijakan*. Bandung: Alfabeta
- Rusdin, 2002. *Bisnis Internasional: dalam Pendekatan Praktik*. Bandung: Alfabeta
- Hill, Chales W. L., 2000. *Global Business Today*. New Jersey: PrenticeHall International.
- Jepma and Andre Rhoen, 1996. *International Trade: A Business Perspective*. New York: Addison-Wesley Longman Publishing.
- Keegan, Warren J, and Mark S. Green, 2000. *Global Marketing Management*. 6th Ed. New Jersey. Prentice Hall Intenational
- Kotabe, Masaaki, 1992. *Global Sourcing Strategy: R & D, Manufactirung, and Marketing Interfaces*. New York: Quorum Books.
- Krugman, R. Paul dan Maurice Obstfeld. 2004. *Ekonomi Internasional Teori dan Kebijakan jilid 5*. Jakarta: PT. INDEKS
- Sukirno, Sadono. 2013. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa.
- E., Ngatikoh, S., & Faqih, A. (2020). *Kebijakan Ekspor Impor : Strategi Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia*.
- Lilimantik, E. (2015). *Buku Ajar Ekonomi Internasional*.