

# **PERDAGANGAN INTERNASIONAL**

## **MAKALAH**

**Untuk Memenuhi Tugas Mata Kuliah**

**Pengantar makro**

**Yang dibina oleh ibu Anita, S.Pd., M.Pd**

**Oleh:**

**Kelompok 8**

1. Resty Trisna (150431603811)
2. Nur Wahyudi Ramadhan (150431604735)
3. Ro'ifatul Hasanah (150431604092)



**UNIVERSITAS NEGERI MALANG**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN**

**Oktober 2015**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena hanya dengan rahmat dan hidayah-Nya semata makalah ini dapat kami selesaikan.

Makalah Perdagangan Internasional ini kami buat untuk melengkapi dan menyelesaikan tugas yang telah diembankan kepada kami oleh dosen kami yaitu Ibu Anita selaku pengajar matakuliah Pengantar Makro Ekonomi.

Makalah ini tidak akan bisa terselesaikan jika tidak dibantu oleh pembimbing. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing yang telah memberi tugas.

Kami menyadari bahwa makalah yang tersusun ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat kami nantikan demi perbaikan makalah pada masa akan datang.

Akhirnya, kami berharap makalah ini dapat memberikan manfaat bagi teman mahasiswa dan seluruh pembaca pada umumnya, dan semoga segala bantuan dan saran diberikan mendapat imbalan dari Allah SWT. Amin

Malang, 07 Oktober 2015

## **DAFTAR ISI**

COVER.....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iii
BAB I.PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	1
1.3 Tujuan.....	2
BAB II.PEMBAHASAN.....	
2.1. Perdagangan Internasional.....	3
2.2. Surplus dan Defisit Perdagangan.....	7
2.3. Keunggulan Komparatif.....	8
2.4. Hambatan Perdagangan.....	14
2.5. Perdagangan Bebas atau Proteksi.....	15
BAB III STUDI KASUS DAN ANALISA.....	16
BAB IV .PENUTUP.....	20
3.1. Kesimpulan.....	20
3.2. Saran.....	20
DAFTAR PUSTAKA.....	21

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perdagangan internasional merupakan salah satu aspek penting dalam

perekonomian setiap negara di dunia. Dengan perdagangan internasional, perekonomian akan saling terjalin dan tercipta suatu hubungan ekonomi yang saling mempengaruhi suatu negara dengan negara lain serta lalu lintas barang dan jasa akan membentuk perdagangan antar bangsa. Perdagangan internasional merupakan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat suatu negara. Terjadinya perekonomian dalam negeri dan luar negeri akan menciptakan suatu hubungan yang saling mempengaruhi antara satu negara dengan negara lainnya, salah satunya adalah berupa pertukaran barang dan jasa antarnegara.

Perdagangan internasional dapat diartikan sebagai transaksi dagang antara subyek ekonomi negara yang satu dengan subyek ekonomi negara yang lain. Adapun subyek ekonomi yang dimaksud adalah penduduk yang terdiri dari warga negara biasa, perusahaan swasta dan perusahaan negara maupun pemerintah yang dapat dilihat dari neraca perdagangan. Secara umum perdagangan internasional dapat dibedakan menjadi dua yaitu ekspor dan impor. Ekspor adalah penjualan barang dan jasa yang dihasilkan suatu negara ke negara lainnya. Sementara impor adalah arus kebalikan dari ekspor, yaitu barang dan jasa dari luar suatu negara yang mengalir masuk ke negara tersebut.

Perdagangan internasional sangat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu negara, karena dalam perdagangan internasional semua negara bersaing di pasar internasional. Salah satu keuntungan perdagangan internasional adalah memungkinkan suatu negara untuk berspesialisasi dalam menghasilkan barang dan jasa secara murah, baik dari segi bahan maupun cara memproduksi. Akan tetapi manfaat nyata dari perdagangan internasional dapat berupa kenaikan pendapatan, cadangan devisa, transfer modal dan luasnya kesempatan kerja.

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apa yang dimaksud dengan perdagangan internasional?
2. Apa yang dimaksud dengan keunggulan komparatif? Dan apa saja sumber keunggulan komparatif ?
3. Apa saja yang menyebabkan hambatan dagang perdagangan internasional?
4. Di dalam perdagangan internasional, perdagangan bebas atau proteksi ?

### **1.3 Tujuan**

- Agar dapat memahami perdagangan internasional secara mendetail.

- Agar dapat memahami keunggulan komparatif dalam perdagangan internasional dan juga sumbernya.
- Dapat mengerti apa saja yang menyebabkan perdagangan internasional terhambat.
- Dapat mengerti perdagangan bebas atau perdagangan proteksi di dalam perdagangan internasional.

## **BAB II**

### **PEMBAHASAN**

#### **2.1 PERDAGANGAN INTERNASIONAL**

##### **DEFINISI PERDAGANGAN INTERNASIONAL**

Pengertian perdagangan internasional merupakan hubungan kegiatan ekonomi antarnegara yang diwujudkan dengan adanya proses pertukaran barang atau jasa atas dasar suka rela dan saling menguntungkan.

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).
- Antar individu dengan pemerintah suatu negara lain.

## **TEORI PERDAGANGAN INTERNASIONAL**

**Menurut Amir M.S.**, bila dibandingkan dengan pelaksanaan perdagangan didalam negeri, perdagangan internasional sangatlah rumit dan kompleks. Kerumitan tersebut antara lain disebabkan karena adanya batas-batas politik dan kenegaraan yang dapat menghambat perdagangan, misalnya dengan adanya bea, tarif, atau kuota barang impor. Selain itu kesullitan lainnya timbul karena adanya perbedaan budaya, bahasa, mata uang, taksiran dan timbangan, dan hukum dalam perdagangan.

**Model Ricardian** memfokuskan pada kelebihan komparatif dan mungkin merupakan konsep paling penting dalam teori perdagangan internasional.

**Manfaat atau keuntungan perdagangan internasional dapat dijelaskan dengan dua teori yaitu:**

1. Teori keunggulan mutlak (*absolut advantage theory*)

Teori ini dikemukakan oleh Adam Smith dalam bukunya *The Wealth of Nations* (1776) yang menyebutkan bahwa suatu negara dikatakan

mempunyai keunggulan mutlak atas barang tertentu apabila negara tersebut mampu memproduksinya dengan biaya lebih rendah dibanding negara lain. Dalam rangka mencapai keunggulan mutlak.

Adam Smith mengemukakan ide tentang pembagian kerja internasional (spesialisasi). Dengan adanya spesialisasi internasional ini akan memiliki keuntungan.

## 2. Teori keunggulan komparatif (*comparative advantage theory*)

Teori keunggulan komparatif pertama kali diperkenalkan pada tahun 1817 oleh David Ricardo, karena itu biasa disebut juga sebagai prinsip keunggulan komparatif Ricardian. Dalam teori ini Ricardo merasa kurang puas dengan teori Adam Smith, kemudian diperbaiki dengan mengajukan dua perbedaan dalam perdagangan:

- Perdagangan dalam negeri
- Perdagangan luar negeri

## **MANFAAT PERDAGANGAN INTERNASIONAL**

Menurut Sadono Sukirno, manfaat perdagangan internasional adalah sebagai berikut:

- Memperoleh barang yang tidak dapat diproduksi di negeri 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 mampu di produksi sendiri.

**Manfaat perdagangan internasional lainnya adalah sebagai berikut:**

### **1. Efisiensi**

Melalui perdagangan internasional, setiap negara tidak perlu memproduksi semua kebutuhannya, tetapi cukup hanya memproduksi

apa yang bisa diproduksinya dengan cara yang paling efisien dibandingkan dengan negara-negara lain. Dengan demikian, akan tercipta efisiensi dalam pengalokasian sumber daya.

## **2. Perluasan konsumsi dan produksi**

Perdagangan internasional juga memungkinkan konsumsi yang lebih luas bagi penduduk suatu negara.

## **3. Peningkatan produktifitas**

Negara-negara yang berspesialisasi dalam memproduksi barang tertentu akan berusaha meningkatkan produktivitasnya. Dengan demikian mereka akan tetap unggul dari negara lain dalam memproduksi barang tersebut.

## **4. Sumber penerimaan negara**

Dalam perdagangan internasional juga bisa menjadi sumber pemasukan kas negara dari pajak-pajak ekspor dan impor.

### **Dampak Positif Perdagangan Internasional**

1. Meningkatkan Kesejahteraan
2. Mempercepat Pembangunan
3. Meningkatkan sumber daya manusia
4. Alih Teknologi

### **Dampak Negatif Perdagangan Internasional**

1. Menimbulkan ketergantungan kepada negara lain
2. Cenderung statis
3. Pengusaha yang tidak kompetitif terancam gulung tikar
4. Adanya perubahan nilai sosial budaya

### **Faktor-faktor yang mempengaruhi perdagangan internasional**

Banyak faktor yang mendorong suatu negara melakukan perdagangan internasional, di antaranya sebagai berikut :

- Untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa dalam negeri
- Keinginan memperoleh keuntungan dan meningkatkan pendapatan negara



- Adanya perbedaan kemampuan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam mengolah sumber daya ekonomi
- Adanya kelebihan produk dalam negeri sehingga perlu pasar baru untuk menjual produk tersebut.
- Adanya perbedaan keadaan seperti sumber daya alam, iklim, tenaga kerja, budaya, dan jumlah penduduk yang menyebabkan adanya perbedaan hasil produksi dan adanya keterbatasan produksi.
- Adanya kesamaan selera terhadap suatu barang.
- Keinginan membuka kerja sama, hubungan politik dan dukungan dari

1929	+0,4
1933	+0,1
1945	-0,8
1955	+0,5
1960	+4,2
1965	+5,6
1970	+4,0
1975	+16,0
1976	-1,6
1977	-23,1
1978	-25,4
1979	-22,5
1980	-13,1
1981	-12,5
1982	-20,0
1983	-51,7
1984	-102,7
1985	-115,2
1986	-132,7
1987	-145,2
1988	-110,4
1989	-88,2
1990	-78,0

negara lain.

- Terjadinya era globalisasi sehingga tidak satu negara pun di dunia dapat hidup sendiri.

#### **Faktor-faktor yang mendorong terjadinya perdagangan antarnegara, diantaranya:**

##### **(a) Keanekaragaman Kondisi Produksi**

Keanekaragaman kondisi produksi merujuk kepada potensi faktor-faktor produksi yang dimiliki suatu negara. Contohnya Indonesia, memiliki potensi besar dalam memproduksi barang-barang hasil pertanian. Dengan kata lain, melalui perdagangan, suatu negara dapat memperoleh barang yang tidak dapat dihasilkannya di dalam negeri.

(b) Perbedaan Selera Sekalipun kondisi produksi di semua negara adalah sama, namun setiap negara mungkin akan melakukan perdagangan jika selera

mereka berbeda. Contohnya, Norwegia mengekspor daging dan Swedia mengekspor ikan. Kedua negara akan memperoleh keunggulan dari perdagangan ini dan jumlah orang yang berbahagia meningkat.

## 2.2 SURPLUS dan DEFISIT PERDAGANGAN

Ketika suatu Negara mengekspor lebih banyak daripada yang diimpornya, Negara tersebut akan mengalami **surplus perdagangan**. Ketika suatu Negara mengimpor lebih banyak daripada yang diimpornya, Negara tersebut akan mengalami **defisit perdagangan**.

Pada tabel 33.1 menampilkan bahwa sebelum 1976, AS mengalami defisit perdagangan. Deficit perdagangan mencapai puncak sebesar \$145,2 miliar pada 1978, turun ke \$27,5 miliar pada tahun 1991, lalu melonjak lagi hingga ke angka lebih dari \$600

Defisit perdagangan  
akhir tahun 1980-an  
yang berlanjut saat ini.  
AS dengan keras.  
contohnya baja, tekstil,  
produsen AS dari  
pekerjaan hilang di  
seperti Pittsburgh,  
masalah pengangguran

1991	-27,5
1992	-33,2
1993	-65,0
1994	-93,6
1995	-91,4
1996	-96,2
1997	-101,6
1998	-159,9
1999	-260,5
2000	-379,5
2001	-367,0
2002	-424,4
2003	-500,9
2004	-624,0

miliar pada 2004.

yang besar di pertengahan dan  
mencetuskan kontroversi politik  
Pesaing asing menghantam pasar  
Barang impor yang lebih murah,  
dan mobil, mulai mendepak para  
bisnis, dan ribuan lapangan  
industri-industri penting. Kota-kota  
Youngstown, dan Detroit memiliki  
yang besar.

Reaksi alamnya adalah

meminta perlindungan bagi

industry AS. Banyak orang ingin presiden dan kongres mengenakan pajak dan restriksi impor yang akan membuat barang impor tidak banyak tersedia dan lebih mahal, untuk melindungi lapangan pekerjaan di AS. Argument ini tidaklah baru. Selama ratusan tahun, kalangan industry mengajukan petisi kepada pemerintah untuk mendapatkan proteksi, dan masyarakat memperdebatkan pro-kontra perdagangan bebas dan terbuka.

## 2.3 KEUNGGULAN KOMPARATIF

Perdagangan antarnegara dapat berkembang jika setiap negara memiliki keunggulan terhadap komoditas yang dihasilkan. Dalam perdagangan internasional dikenal dengan keunggulan absolut dan keunggulan komparatif.

## **KEUNGGULAN ABSOLUT DIBANDINGKAN DENGAN KEUNGGULAN KOMPERATIF**

### **Teori Keunggulan Absolut**

Teori ini dikemukakan oleh Adam Smith, dimana dasar pemikiran teori ini adalah suatu negara dikatakan mempunyai keuntungan mutlak dalam memproduksi suatu jenis barang apabila negara tersebut dapat memproduksi barang dengan biaya yang lebih murah dibandingkan jika barang itu diproduksi di negara lain. Dengandemikian, suatu negara akan mengekspor suatu barang jika negara tersebut dapat membuatnya lebih murah dibandingkan negara lain.

Misalnya, ada dua negara yang masing-masing menghasilkan tembakau dan kopi pada bulan tertentu sebagai berikut.

Negara	Tembakau	Kopi
X	300	500
Y	600	200

Berdasarkan data pada tabel di atas, diketahui bahwa negara X menghasilkan lebih banyak kopi dibandingkan dengan negara Y sehingga dalam hal ini negara X memiliki keuntungan mutlak dalam menghasilkan kopi terhadap negara Y. Sementara itu, negara Y lebih banyak menghasilkan tembakau dibandingkan dengan negara X, dalam hal ini negara Y memiliki keuntungan mutlak dalam menghasilkan tembakau. Dengan demikian, jika kedua negara itu sepakat untuk melaksanakan perdagangan, sebaiknya negara X mengekspor kopi dan

mengimpor tembakau dari negara Y. Sebaliknya, negara Y mengekspor tembakau ke negara X dan mengimpor kopi dari negara X.

### **Teori Keunggulan Komparatif**

Perdagangan internasional akan terjadi dan menguntungkan jika setiap negara yang terlibat memiliki keunggulan absolut yang berbeda-beda. Jika hanya satu negara yang memiliki keunggulan absolut untuk barang tertentu yang dihasilkan, tidak akan terjadi perdagangan internasional yang menguntungkan. Inilah kelemahan pola pikir keunggulan absolut. Namun, kelemahan teori Adam Smith ini disempurnakan oleh David Ricardo dengan teori keunggulan komparatif.

Menurut David Ricardo, negara yang mempunyai keunggulan mutlak dalam memproduksi sembarang itu harus mengekspor barang yang mempunyai keunggulan komparatif tinggi dan mengimpor barang yang mempunyai keunggulan komparatif rendah.

Negara	Mobil	Motor
X	200	400
Y	75	300

Tabel di atas menunjukkan bahwa negara X memiliki keunggulan mutlak dalam dua jenis barang. Dalam situasi seperti ini, relative tidak akan terjadi perdagangan. Agar terjadi perdagangan yang saling menguntungkan maka dapat dilakukan dengan membandingkan harga antara produk tersebut, sebagai berikut.

– Di negara X harga 1 unit mobil = 2 unit motor

– Di negara Y harga 1 unit mobil = 4 unit motor

Dengan demikian, harga 1 unit mobil di negara X lebih murah dibandingkan dengan negara Y. Berdasarkan data ini, negara X lebih efisien dalam menghasilkan mobil dan negara Y menghasilkan motor.

### **Keuntungan keunggulan absolut bersama**

Keuntungan keunggulan absolut bersama dapat terlihat dari kedua negara yang sama-sama memiliki keunggulan absolut dalam produk, spesialisasi dan perdagangan akan bermanfaat bagi keduanya. Perdagangan memungkinkan kedua negara untuk bergerak melebihi sumber daya dan kendala produktivitas mereka sebelumnya.

Keuntungan spesialisasi dan perdagangan terlihat jelas ketika suatu negara unggul secara teknologi dalam menghasilkan satu produk lain, mari kita kembali ke kasus di mana satu negara memiliki keunggulan absolut dalam kedua barang.

### **Keuntungan keunggulan komparatif**

Menurut Ricardo keuntungan mutlak yang dikemukakan oleh Adam Smith dapat berlaku di dalam perdagangan dalam negeri yang dijalankan atas dasar ongkos tenaga kerja, karena adanya persaingan bebas dan kebebasan bergerak dari faktor-faktor produksi tenaga kerja dan modal.

Karena itu masing-masing tempat akan melakukan spesialisasi dalam memproduksi barang-barang tertentu apabila memiliki ongkos tenaga kerja yang paling kecil. Sedangkan untuk perdagangan luar negeri tidak dapat didasarkan

pada keuntungan atau ongkos mutlak. Karena faktor-faktor produksi di dalam perdagangan luar negeri tidak dapat bergerak bebas sehingga barang-barang yang dihasilkan oleh suatu negara akan dihasilkan oleh suatu negara mungkin akan ditukarkan dengan barang-barang dari negara lain meskipun ongkos tenaga kerja yang dibutuhkan untuk membuat barang tersebut berlainan.

Dengan demikian inti keuntungan kooperatif dapat dikemukakan sebagai berikut: Bahwa suatu negara akan menspesialisasi dalam memproduksi barang yang lebih yang lebih efisien dimana negara tersebut memiliki keunggulan kooperatif. (Budiono, 1990:35)

Atau dengan kata lain sebagai berikut:

Kemampuan untuk menemukan barang-barang yang dapat di produksi pada tingkat biaya relatif yang lebih rendah dari pada barang lainnya. (Charles P.Kidlleberger dan Peter H.Lindert, Ekonomi Internasional (terjemahan Burhanuddin Abdullah , 1991:30))

Untuk itu bagi negara yang tidak memiliki faktor-faktor produksi yang menguntungkan , dapat melakukan perdagangan internasional, asalkan negara tersebut mampu menghasilkan satu atau beberapa jenis barang yang paling produktif dibandingkan negara lainnya.

## **SYARAT PERDAGANGAN**

Syarat perdagangan menentukan bagaimana keuntungan dari perdagangan didistribusikan di antara mitra dagang. Syarat perdagangan adalah rasio di mana suatu negara bisa memperdagangkan produk domestik dengan produk impor.

Di dalam perdagangan internasional kedua pihak harus memiliki sesuatu yang bisa diperoleh agar perdagangan bisa terjadi, seperti membuat syarat yang menguntungkan kedua belah pihak.

## **TINGKAT KURS**

Kurs adalah harga mata uang asing tertentu yang dinyatakan dalam mata uang dalam negeri. misalnya, kurs dolar Amerika Serikat terhadap Rupiah adalah 1 US. \$ =Rp 14.800,00 (29/9/2015), artinya untuk memperoleh 1 Dolar Amerika Serikat, kita harus membayar uang sebesar Rp 14.800,00. Daya tarik barang asing bagi pembeli AS dan barang AS bagi pembeli asing sebagian bergantung pada tingkat kurs, rasio perdagangan dua mata uang.

Untuk memahami pola perdagangan yang disebabkan oleh tindakan ratusan ribu pembeli dan penjual independen—rumah tangga dan perusahaan—kita harus mengetahui faktor-faktor yang menentukan tingkat kurs. Penentuan tingkat kurs sangat kompleks. Tetapi di sini kita bisa pastikan dua hal:

1. Untuk tiap pasangan negara, ada rangkaian tingkat kurs yang bisa langsung membuat kedua negara merealisasikan keuntungan dari spesialisasi dan keunggulan komparatif.
2. Dalam rentang itu, tingkat kurs akan menentukan negara mana yang mendapatkan keuntungan paling banyak dari perdagangan. Pendeknya, tingkat kurs menentukan

### **Tingkat Kurs dan Keunggulan Komparatif**

Jika tingkat kurs berada di rentang yang tepat pasar bebas akan mendorong tiap negara untuk menggeser sumber daya ke sektor lain tempat negara itu menikmati keunggulan komparatif. Hanya produk di negara yang memiliki keunggulan komparatif ini yang bersaing di pasar dunia.

## **SUMBER KEUNGGUNLAN KOMPARATIF**

Sebian besar ekonom melihat anugrah sumber daya (kuannts dan kualitas tenaga kerja,tanah,dan sumber daya alam) sebagai sumber utama keunggulan komparatif. Faktor anugrah cenderung menjadi bagian signifikan pola perdagangan dunia aktual.

*Teorema Heckcher- Ohlin* menganggap anugerah sumber daya relatif sebagai sumber keunggulan komparatif dan aliran perdagangan. Menurut teorema in,i suatu negara memiliki keunggulan komparatif dalam produksi suatu produk jika negara itu relatif baikdianugerahi dengan input yang digunakansecara intensif dalam produksi produk itu.

Daftar nput yang relatif pendek (sumber daya alam, modal pengetahuan, modal fisik, tanah, dan tenaga kerja terampil dan tidak terampil) menerangkan porsi besar pola perdagangan dunia yang mengejutkan. Akan tetapi, versi sederhana teori keunggulan komparatif tidak bisa menerangkan mengapa banyak negara mengimpor dan mengekspor barang yang sama.

Beberapa teori berpendapat bahwa keunggulan komparatif bisa didapatkan. Seperti halnya industri dalam suatu negara mendeferensiasikan produk mereka untuk mendapatkan pasar dalam negeri, begitu pula mereka mendiferensiasikan produk mereka untuk memenuhi ragam selera yang luas yang ada di seluruh dunia. Teori ini konsisten dengan teori keunggulan komparatif.

## **2.4 HAMBATAN DAGANG: TARIF, SUBSIDI EKSPOR, DAN KUOTA**

**Hambatan dagang memiliki banyak bentuk, tiga diantaranya adalah:**

### **1. Tarif**

Tarif adalah pajak atas impor. Dalam hal ini barang yang diproteksi akan memiliki tarif yang lebih tinggi. Proteksi adalah praktik yang membentengi beberapa sektor perekonomian dari persaingan asing.



## 2. Subsidi Ekspor

Subsidi ekspor adalah pembayaran pemerintah yang dilakukan pada perusahaan dalam negeri untuk mendorong ekspor. Subsidi ini sangat terkait erat dengan istilah dumping. Dumping adalah penjualan produk perusahaan atau industri di pasar dunia pada harga di bawah biaya produksinya. Dumping terjadi ketika suatu perusahaan atau suatu industri menjual produk dipasar dunia pada harga dibawah biaya produksi.

## 3. Kuota

Kuota adalah batasan kuantitas impor. Kuota bisa bersifat wajib dan sukarela, dan mungkin diundangkan atau dinegoisasikan dengan pemerintah asing. Kuota sukarela yang paling terkenal, atau kendala sukarela, dinegoisasikan oleh pemerintah Amerika Serikat dan Jepang pada tahun 1981 saat jepang sepakat mengurangi 7,7% ekspor mobil ke Amerika Serikat, dari tahun 1980 saat jepang mengimpor 1,82 juta menjadi 1,68 juta unit.

### **Kebijakan Dagang AS dan GATT**

Amerika Serikat adalah negara pengena tarif tinggi, dengan tarif rata-rata diatas 50% sepanjang sejarahnya.

### **Tarif Smoot-Hawley**

Undang-undang tarif AS kurun 1930-an, yang menetapkan tarif tertinggi dalam sejarah AS (60%). Undang-undang ini memulai perang dagang internasional dan menyebabkan penurunan dagang yang sering dianggap menjadi penyebab depresi di seluruh dunia pada kurun 1930-an.

### **General Agreement on Tarrifs and Trade (GATT)**

Kesepakatan internasional yang ditandatangani Amerika Serikat dan 22 negara lainnya pada 1947 untuk mendorong liberalisasi perdagangan asing.

### **Integrasi Ekonomi**

Integrasi ekonomi terjadi ketika dua negara atau lebih bergabung untuk membentuk zona perdagangan bebas. Beberapa contoh integrasi sosial adalah.

1. Uni Eropa (European Union, EU)  
Blok perdagangan eropa yang terdiri dari 25 negara dan 4 pelamar yang berada di eropa.
2. Kesepakatan Perdagangan Bebas AS-Kanada  
Kesepakatan dimana Amerika Serikat dan Kanada sepakat menghilangkan semua hambatan dagang di antara kedua negara pada 1998.
3. North American Free Trade Agreement  
Kesepakatan yang ditandatangani oleh Amerika Serikat, Meksiko, dan Kanada dimana ketiga negara setuju membangun seluruh Amerika Utara sebagai zona perdagangan bebas.

## **2.5 PERDAGANGAN BEBAS ATAU PROTEKSI**

### **Kasus Perdagangan Bebas**

Dalam suatu hal, teori keunggulan komparatif adalah kasus perdagangan bebas. Perdagangan memiliki manfaat potensial bagi semua negara. Suatu barang tidak diimpor kecuali harga bersihnya bagi pembeli berada dibawah harga neto alternatif yang diproduksi dalam negeri. Argumen perdagangan bebas adalah bahwa tiap negara seharusnya berspesialisasi dalam memproduksi barang dan jasa di mana keduanya menikmati keunggulan komparatif.

Hambatan dagang mencegah suatu negara menikmati manfaat spesialisasi, mendorongnya untuk menggunakan teknik produksi yang relatif tak efisien, dan memaksa konsumen membayar harga yang lebih tinggi untuk produk yang diproteksi daripada yang akan dibayar mereka jika sebaliknya.

### **Kasus Proteksi**

Ini adalah beberapa yang menerangkan permohonan yang paling sering didengar.

1. Proteksi Menyelamatkan Pekerjaan

Argumen utama proteksi adalah bahwa persaingan asing mengorbankan lahan pekerjaan Amerika. Argumen perdagangan bebas adalah bahwa tiap negara seharusnya berspesialisasi dalam memproduksi barang dan jasa di mana keduanya menikmati keunggulan komparatif.

2. beberapa Negara Terlibat Dalam Praktik Perdagangan Tak Adil

Perusahaan AS untuk memonopoli suatu industri adalah ilegal menurut akta Sherman dan Clayton. Jika perusahaan yang kuat memutuskan untuk mendepak pesaing dari pasar dengan menetapkan harga dibawah biaya produksi.

3. Tenaga Kerja Asing yang Murah Membuat Persaingan Tak Adil

Perdagangan mengalir bukan menurut keunggulan absolut, melainkan menurut keunggulan komparatif. Keunggulan komparatif adalah ketika semua negara mendapatkan manfaat, sekalipun salah satu negara lebih efisien dalam memproduksi segala barang.

4. Proteksi Melindungi Keamanan Nasional

Tidak ada industri yang pernah meminta proteksi tanpa menggunakan argumen pertahanan nasional. Industri gunting dan peralatan potong mengatakan bahwa “dalam kondisi darurat nasional dan pemotongan impor, amerika serikat tidak akan punya sumber peralatan gunting menggunting, peralatan peralatan dasar untuk banyak industri dan perdagangan yang menjadi kebutuhan utama bagi pertahanan nasional.”

5. Proteksi Memperlemah Ketergantungan

Terkait erat dengan argument pertahanan nasional adalah klaim bahwa negara-negara, khususnya negara berkembang atau kecil, mungkin terlalu mengandalkan salah satu mitra dagang atau lebih untuk banyak barang.

6. Proteksi Melindungi Industri Muda

Industri Muda ( Infant Indsutry) adalah industri yang sementara waktu memerlukan proteksi dari persaingan industri yang telah mapan supaya mencapai keunggulan komperatif.

## **BAB IV**

### **STUDI KASUS DAN ANALISA**

#### **STUDI KASUS**

##### **Contoh Keunggulan Kompetitif dalam Penggunaan Sistem Informasi**

Perubahan cepat di dunia bisnis mendorong perusahaan mengandalkan kekuatan informasi sebagai basis untuk berbisnis. Informasi yang didukung teknologi internet telah merevolusi wajah perekonomian dunia untuk berubah dari ekonomi lama (old economy) ke ekonomi baru (new economy). Ekonomi baru melengkapi kegiatan bisnis dunia nyata dengan kekuatan informasi. Untuk memanfaatkan informasi dengan optimal, dunia bisnis perlu menerapkan strategi pengelolaan informasi dan pengetahuan dengan optimal untuk memperbaiki kualitas keputusan, proses, dan produk ataupun jasa yang dihasilkan, serta hubungan yang harmonis dengan pelanggan.

Mengubah kabar buruk menjadi kabar baik teknologi informasi telah menjadi motor penggerak bagi pertumbuhan bisnis dunia, termasuk di Indonesia. Dengan mengoptimalkan manfaat dari informasi yang tepat, perusahaan dapat memangkas biaya yang besarnya sangat signifikan. Namun, pemanfaatan informasi memiliki dua sisi: jika perusahaan tidak bisa menggunakannya dengan tepat, maka informasi akan membawa pada kematian, sebaliknya jika perusahaan dapat memanfaatkannya dengan optimal, maka keuntunganlah yang akan didapat.

Sebagai contoh adalah PT Telkom dan PT Pos Indonesia. Revolusi informasi yang masuk bersama dengan teknologi Internet, pada awalnya terlihat seperti membawa lonceng kematian bagi dua perusahaan BUMN di Indonesia ini, karena Internet dianggap akan memakan pasar PT Telkom di industri komunikasi suara dan PT Pos Indonesia di komunikasi melalui pos. Tetapi, karena kedua perusahaan ini berhasil mengelola dan memanfaatkan informasi disertai inovasi di bidang teknologi komunikasi tersebut dengan baik, datangnya perubahan tidak mematikan bisnis kedua perusahaan ini. Mereka merangkul kekuatan informasi dan teknologi Internet tersebut dengan secara signifikan melakukan perubahan-perubahan fisik yang diperlukan dalam memperbaharui produk dan jasa yang mereka tawarkan. PT Telkom memperkenalkan Telkomnet Instan sebagai jasa layanan internet bagi pengguna telepon tanpa repot (tanpa harus mendaftar dengan

prosedur administrasi yang rumit sebagai pelanggan sebuah internet provider), bisa langsung diakses seperti menelepon biasa. Jasa lainnya adalah penyediaan jaringan komunikasi broadband untuk kawasan tertentu yang bisa digunakan untuk TV kabel atau jaringan internet dengan kabel (bukan dial up). Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi ini, PT Telkom juga menawarkan jasa komunikasi bergerak dengan telepon genggam yang menawarkan pulsa jauh lebih murah dari perusahaan sejenis di industri komunikasi bergerak. Sedangkan PT Pos Indonesia menawarkan produk-produk baru seperti wasantara-net (jasa layanan internet provider), pengiriman kartu pos digital, serta pengiriman surat dan barang yang ditunjang dengan jaringan elektronik yang telah dibangun oleh PT Pos untuk menyosong masa depan menjadi perusahaan kelas dunia.

**Mengubah Informasi Pasif Menjadi Informasi Aktif** Informasi, ditunjang dengan teknologi komunikasi yang berkembang cepat hanyalah merupakan alat. Alat ini dikendalikan oleh manusia. Dengan demikian, pelaku bisnis perlu mengelola informasi yang dapat diaksesnya sedemikian rupa agar dapat dimanfaatkan bersama oleh orang-orang yang tepat untuk mendapatkan hasil yang optimal. Di sini, peran knowledge management (KM) menjadi penting. Dengan KM yang tepat, yang disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan, informasi penting dapat dimanfaatkan tidak hanya oleh pimpinan di kantor pusat, tetapi juga oleh mereka yang berada di cabang-cabang dan perwakilan perusahaan di seluruh dunia pada waktu yang bersamaan. Jadi, knowledge management dapat mengubah informasi pasif yang hanya tersimpan dalam kepala beberapa orang, atau dalam bentuk cetak, menjadi informasi aktif, yaitu informasi yang di-share sehingga dapat dimanfaatkan secara aktif untuk mengambil keputusan, melakukan inovasi dalam produk dan proses, mendukung pembelajaran yang berkelanjutan, dan meningkatkan kualitas dari SDM perusahaan. Sebagai contoh: Perusahaan Nabisco, memanfaatkan information sharing untuk sarana penyempurnaan kualitas produk dan layanan kepada pelanggan. Melalui Journey, sistem yang khusus diciptakan untuk mengakomodasi kegiatan pengelolaan informasi (knowledge management), seorang manager produk di Malaysia yang ingin mempromosikan peluncuran makanan ringan baru, bisa mengakses Journey untuk melihat informasi tentang kegiatan serupa (promosi peluncuran produk baru) yang pernah ataupun sedang dilakukan di negara lain. Melalui sistem ini, manajer tersebut juga bisa melontarkan pertanyaan di forum diskusi on-line, untuk mendapatkan masukan (ide, usulan strategi atau solusi) dari rekan-rekan sesama manajer produk atau direktur pemasaran di berbagai tempat lain.

Upaya pengelolaan informasi juga dilakukan oleh Yamanauchi, perusahaan farmasi terbesar ketiga di Jepang untuk mempermudah proses pengambilan keputusan dan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan di perusahaan tersebut. Masalah-masalah yang terjadi bisa dengan lebih cepat ditangani melalui

forum diskusi on-line antarpimpinan di berbagai divisi dan berbagai daerah. Keputusan yang menyangkut penerapan berbagai terobosan baru juga bisa segera disosialisasikan untuk mendapat alternatif tindakan yang terbaik guna merealisasikan terobosan-terobosan tersebut. Rapat-rapat penting yang melibatkan personel puncak di berbagai daerah menjadi lebih mudah dan efektif dilakukan. Informasi yang akan didiskusikan di e-mail terlebih dahulu untuk dipelajari, sehingga pada saat meeting dilaksanakan (tanpa orang-orang tersebut harus secara fisik hadir di satu tempat), diskusi bisa lebih difokuskan pada analisis alternatif strategi yang disampaikan. Menurut Bill Gates (Business @ the Speed of Thought), di perusahaan otomotif, Ford, Jacques Nasser, President Direktur bidang operasional, memanfaatkan kekuatan informasi untuk membina hubungan dengan karyawan. Setiap hari Jumat, Nasser mengirim email ke 89.000 karyawan di seluruh dunia untuk memberikan ide-ide, informasi tentang perkembangan terkini di industri otomotif, maupun di perusahaan. Ia juga membaca masukan dari karyawan, distributor dan pelanggan untuk perbaikan produk dan kualitas layanan.

**Mengubah Pelanggan Musiman Menjadi Pelanggan Loyal.** Agar pelanggan menjadi loyal, perusahaan perlu mengenal dengan baik, dan perlu dikenal dengan baik juga oleh target pasar mereka. Caranya adalah dengan memanfaatkan informasi yang tepat untuk membina hubungan dua arah yang harmonis dengan target pasar. Ada banyak cara yang bisa dilakukan, salah satunya adalah mendekatkan diri dengan pelanggan dengan memberi layanan secara individu kepada mereka. Hal ini bisa dilakukan dengan memanfaatkan teknologi internet untuk mengunjungi pelanggan satu per satu di tempat mereka masing-masing. Melalui teknologi ini, perusahaan bisa memperkenalkan berbagai produk, layanan baru yang ditawarkan perusahaan bagi pelanggan, serta berbagai solusi yang diberikan perusahaan untuk memecahkan berbagai masalah yang dihadapi pelanggan. Teknologi internet dengan knowledge management-nya pun bisa dimanfaatkan untuk mendapatkan masukan berharga (melalui keluhan, usulan, dan pertanyaan yang disampaikan pelanggan) untuk memperbaiki kualitas produk dan layanan bagi pelanggan, serta menciptakan produk dan layanan baru sesuai dengan perubahan selera dan kebutuhan pelanggan yang bisa diakses dari setiap transaksi yang tercatat. Dengan demikian, baik pelanggan maupun perusahaan bisa saling mengenal dengan baik karakter masing-masing. Karena sudah saling kenal, dengan hubungan yang baik, maka loyalitas pun akan lebih mudah tumbuh.

Dell Computers, perusahaan yang memproduksi komputer dengan mengandalkan keterlibatan pelanggan dalam menentukan sendiri fitur dari komputer yang akan dibeli (bukan fitur yang sudah distandarkan dari pabrik), serta Amazon.com, yang juga mengandalkan keterlibatan pelanggan dengan konsep "swalayan" (pelanggan bisa memilih sendiri buku yang akan dibeli, dengan harga yang paling sesuai dengan kantong masing-masing), merupakan contoh yang tepat untuk

menggambarkan memanfaatkan kekuatan informasi yang ditunjang dengan teknologi yang tepat untuk memenangkan persaingan. Kedua perusahaan ini tampil sebagai pemenang karena mereka mampu menggunakan informasi untuk memenangkan pelanggan dengan cara yang mengubah paradigmanya dari persaingan dalam produk menjadi persaingan dalam pemanfaatan informasi yang tepat untuk memenangkan persaingan di pasar.

Berbagai bank di Indonesia juga sudah mulai memanfaatkan kekuatan informasi ini, misalnya melalui internet banking, di mana pelanggan diberi kepercayaan dan kemudahan untuk mendapatkan akses terhadap berbagai informasi yang mereka perlukan serta melakukan sendiri transaksi perbankan mereka dengan memanfaatkan internet, misalnya: transfer ke rekening lain, pembayaran berbagai tagihan. Transaksi yang dilakukan pelanggan ini akan tercatat dalam sistem dan informasi yang dihasilkan (antara lain: berapa banyak yang mengakses fasilitas ini, transaksi mana yang paling banyak diminati, masalah apa yang sering menjadi keluhan pelanggan) akan tercatat sehingga mudah diakses oleh para pengambil keputusan untuk meningkatkan kualitas keputusan mereka, serta mengantisipasi perubahan minat dan kebutuhan pelanggan.

Sudah siapkah Anda memanfaatkan kekuatan informasi untuk melaju di era yang penuh perubahan dan persaingan yang ketat?



## BAB III

### PENUTUPAN

#### 3.1 Kesimpulan

Perdagangan internasional adalah kegiatan jual beli barang atau jasa yang dilakukan antara dua atau lebih negara untuk memenuhi kebutuhan bersama. Keunggulan komparatif adalah suatu keunggulan yang dimiliki oleh suatu organisasi untuk dapat membandingkannya dengan yang lainnya. Dengan mengacu arti tersebut, kami berpendapat, bahwa keunggulan komparatif, adalah keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh organisasi seperti SDM, fasilitas, dan kekayaan lainnya, yang dimanfaatkan untuk mencapai tujuan organisasi atau perpaduan keunggulan beberapa organisasi untuk mencapai tujuan bersama. *Teori keunggulan mutlak (theory of absolute advantage)* merupakan [teori](#) yang dikemukakan oleh [Adam Smith](#). Menurutny, suatu [negara](#) dapat disebut memiliki keunggulan mutlak dari negara lain jika negara tersebut mem[produksi barang](#) atau [jasa](#) yang tidak dapat diproduksi oleh negara lain. Menurut Adam Smith bahwa dengan melakukan spesialisasi internasional, maka masing-masing negara akan berusaha untuk menekan produksinya pada barang-barang tertentu yang sesuai dengan keuntungan yang dimiliki baik keuntungan alamiah maupun keuntungan yang dikembangkan.

#### 3.2 Saran

Penyusunan makalah ini jauh dari kesempurnaan, sehingga masih diperlukan perbaikan-perbaikan untuk menghasilkan makalah yang lebih baik lagi dan lengkap. Adapun saran dari penyusunan makalah ini adalah perlu adanya perbaikan-perbaikan tambahan dari pembaca untuk kesempurnaan dalam pembuatan makalah ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Mankiw, N. Gregory. 2003. *Teori Makroekonomi Edisi ke-5*, Terjemahan. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Case, Ray C. dan Karl E. Case. 2007. *Prinsip-prinsip Ekonomi edisi ke-8 jilid 2*, terjemahan. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Samuelson, Paul A. Dan William D. Nordhaus. 2004. *Ilmu makro ekonomi*, terjemahan. Jakarta: P.T. Media Global Edukasi.

Sukirno, Sadono. 2006. *Makroekonomi : pengantar teori. Edisi 3*. Jakarta: Penerbit Raja Grafindo Utama.

<http://stikomksi2007azwar.wordpress.com/>