

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 antarperorangan (individu dengan individu), antara individu dengan [pemerintah](#) suatu negara atau pemerintah suatu [negara](#) dengan pemerintah negara lain.

Menurut [Amir M.S.](#), bila dibandingkan dengan pelaksanaan [perdagangan](#) di dalam negeri, maka perdagangan [internasional](#) sangatlah rumit dan kompleks. Kerumitan tersebut disebabkan oleh hal-hal berikut.

- Pembeli dan penjual terpisah oleh batas-batas kenegaraan
- Barang harus dikirim dan diangkut dari suatu negara ke negara lainnya melalui bermacam peraturan seperti [pabean](#), yang bersumber dari pembatasan yang dikeluarkan oleh masing-masing pemerintah.
- Antara satu negara dengan negara lainnya terdapat perbedaan dalam [bahasa](#), [mata uang](#), taksiran dan timbangan, [hukum](#) dalam perdagangan dan sebagainya.

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 diproduksi sendiri.

Memperoleh keuntungan dari spesialisasi

Sebab utama kegiatan perdagangan luar negeri adalah untuk memperoleh keuntungan yang diwujudkan oleh 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.

Sebagai contoh :

[Amerika Serikat](#) dan [Jepang](#) mempunyai kemampuan untuk memproduksi **kain**. Akan tetapi, [Jepang](#) dapat memproduksi dengan lebih efisien dari [Amerika Serikat](#). Dalam keadaan seperti ini, untuk mempertinggi keefisienan penggunaan

faktor-faktor produksi, Amerika Serikat perlu mengurangi produksi **kainnya** dan mengimpor barang tersebut dari Jepang.

Dengan mengadakan spesialisasi dan [perdagangan](#), setiap negara dapat memperoleh keuntungan sebagai berikut

- [Faktor-faktor produksi](#) yang dimiliki setiap negara dapat digunakan dengan lebih efisien.
- Setiap negara dapat menikmati lebih banyak barang dari yang dapat diproduksi dalam negeri.

Memperluas pasar dan menambah keuntungan

Terkadang, para [pengusaha](#) tidak menjalankan mesin-mesinnya (alat produksinya) dengan maksimal karena mereka 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 keluar negeri.

Transfer teknologi modern

Perdagangan luar negeri memungkinkan suatu negara untuk mempelajari teknik produksi yang lebih efisien dan cara-cara [manajemen](#) yang lebih moderen.

Faktor pendorong 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 negara lain.
- Terjadinya era [globalisasi](#) sehingga tidak satu negara pun di [dunia](#) dapat hidup sendiri.

Perusahaan multinasional

Perusahaan multinasional atau **PMN** adalah [perusahaan](#) yang berusaha di banyak negara; perusahaan ini biasanya sangat besar. Perusahaan seperti ini memiliki kantor-kantor, pabrik atau [kantor cabang](#) di banyak negara. Mereka biasanya memiliki sebuah kantor pusat di mana mereka mengkoordinasi [manajemen](#) global.

Perusahaan multinasional yang sangat besar memiliki dana yang melewati dana banyak negara. Mereka dapat memiliki pengaruh kuat dalam politik global, karena pengaruh ekonomi mereka yang sangat besar bagi para politisi, dan juga sumber finansial yang sangat berkecukupan untuk relasi masyarakat dan melobi politik.

Karena jangkauan internasional dan mobilitas PMN, wilayah dalam negara, dan negara sendiri, harus berkompetisi agar perusahaan ini dapat menempatkan fasilitas mereka (dengan begitu juga pajak pendapatan, lapangan kerja, dan aktivitas ekonomi lainnya) di wilayah tersebut. Untuk dapat berkompetisi, negara-negara dan distrik politik regional seringkali menawarkan insentif kepada PMN, seperti potongan pajak, bantuan pemerintah atau infrastruktur yang lebih baik atau standar pekerja dan lingkungan yang memadai.

PMN seringkali memanfaatkan [subkontraktor](#) untuk memproduksi barang tertentu yang mereka butuhkan.

Perusahaan multinasional pertama muncul pada [1602](#) yaitu [Perusahaan Hindia Timur Belanda](#).

Contoh :

- [Apple Computer](#), Coca-Cola, Dell, Exxon, Fiat, General Electrix
- [General Motors](#), Honda, IBM, McDonald's, Microsoft, Nestle
- [Nissan](#), Nokia, Philips, Shell, Sony, Toshiba, Toyota, dll