

BAB IV

LANDASAN TEORI

4.1. Pengertian Perdagangan Internasional

Perdagangan dalam ilmu ekonomi adalah pertukaran barang, jasa, asset, atau uang secara sukarela antara satu orang atau organisasi dan yang lain. Karena hal ini dilakukan dengan sukarela, kedua pihak dalam transaksi tersebut harus yakin mereka akan memperoleh keuntungan dari pertukaran itu.

Adapun perdagangan internasional adalah perdagangan diantara penduduk dua Negara, penduduk itu bisa saja berupa individu, perusahaan, organisasi nirlaba, penduduk atau bentuk-bentuk badan yang lain, perdagangan internasional dilakukan karena ada keuntungan dari pertukaran sukarela kedua belah pihak. (griffin& pustay : 2005:150).

Dilain pihak adanya endowment faktor, yaitu kualitas, kuantitas dan komposisi sumber daya yang berbeda antara suatu barang dan jasa juga berbeda antara suatu negara yang lain. Adanya kenyataan ini menyebabkan adanya perdagangan antar negara.

Jika suatu negara ingin memproduksi suatu jenis barang maka beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu :

1. Mata uang berlaku di negara pengimpor yang pada umumnya berbeda dengan mata uang negara pengekspor, kenyataan ini akan menyebabkan

timbulnya masalah-masalah seperti kurs devisa, resiko perubahan kurs devisa dan cadangan devisa valuta asing serta permasalahan lainnya.

2. Kebijakan pemerintah yang dikenakan pada perdagangan antar negara tidak selalu dikenakan perdagangan internasional. (Boediono, 1983 : 25)

Teori Perdagangan Internasional.

4.2. Teori Perdagangan Internasional

Motif untuk melakukan pertukaran adalah adanya manfaat dari perdagangan (*gains from trade*) yang mungkin diperoleh oleh kedua belah pihak. Dalam kasus pertukaran antara dua orang, sumber utama dari timbulnya manfaat tersebut adalah perbedaan selera atau pola konsumsi. Perbedaan “selera” atau pola konsumsi antara dua negara memang bisa merupakan penyebab timbulnya perdagangan antarnegara. Namun para ahli ekonomi umumnya sekarang berpendapat bahwa perbedaan pola konsumsi antarnegara bukan merupakan penyebab yang paling utama dari timbulnya perdagangan internasional. Menurut mereka, penyebab yang lebih fundamental terletak bukan pada sisi konsumsi, tetapi pada sisi produksi. Perdagangan internasional timbul karena suatu negara bisa menghasilkan barang tertentu secara lebih efisien daripada negara lain.

4.2.1. Teori Keunggulan Absolut

Adam Smith mengemukakan, perdagangan antara dua negara didasarkan pada keunggulan absolut (*absolute advantage*). Jika sebuah

negara lebih efisien daripada (atau memiliki keunggulan absolut terhadap) negara lain dalam memproduksi komoditi lainnya, maka kedua negara tersebut dapat memperoleh keuntungan dengan cara masing-masing melakukan spesialisasi dalam memproduksi komoditi yang memiliki keunggulan absolut, dan menukarkannya dengan komoditi yang memiliki kerugian absolut. Melalui proses ini, sumber daya di kedua negara dapat digunakan dalam cara yang paling efisien. Output kedua komoditi yang diproduksi pun akan meningkat. Peningkatan dalam output ini akan mengukur keuntungan spesialisasi produksi untuk kedua negara yang melakukan perdagangan. (Salvatore, 1997 : 25).

4.2.2. Teori Keunggulan Komparatif

Menurut teori keunggulan komparatif David Ricardo, meskipun sebuah negara kurang efisien dibanding (atau memiliki kerugian absolut terhadap) negara lain dalam memproduksi kedua komoditi, namun masih tetap terdapat dasar untuk melakukan perdagangan yang menguntungkan kedua belah pihak. Negara pertama harus melakukan spesialisasi dalam memproduksi dan mengeksport komoditi yang memiliki kerugian yang absolut lebih kecil (ini merupakan komoditi dengan keunggulan komparatif) dan mengimpor komoditi yang memiliki kerugian absolute lebih besar (komoditi ini memiliki kerugian komparatif) (Salvatore, 1997 : 27).

4.2.3. Teori Keunggulan Heckscher-Ohlin (H-O)

Perdagangan internasional terutama digunakan oleh perbedaan faktor-faktor produksi antar negara. Teori ini dihubungkan oleh dua orang ekonom dari Swedia, Eli Heckscher dan Bertil Ohlin, menurut teori ini setiap negara lain, perbedaan ini menyebabkan perbedaan harga, untuk barang yang sama antar negara satu dengan yang lain. Teori Heckscher-Ohlin tentang pola perdagangan yang dinyatakan bahwa suatu negara apabila akan memproduksi akan menggunakan faktor produksi yang relatif banyak sehingga harga barang akan relatif murah. (Kindleberger, 1986 : 15-16).

Dari model Heckscher-Ohlin (H-O) ini dapat disimpulkan bahwa negara yang hanya mengandalkan faktor yang melimpah (kekayaan alam atau jumlah tenaga kerja melimpah) dan intensifitas pada faktor yang melimpah (upah tenaga kerja dan bahan baku domestik yang murah).

4.3. Teori Permintaan Impor

Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan diantara jumlah permintaan dan harga. Hukum permintaan menjelaskan suatu sifat perkaitan diantara permintaan suatu barang dengan harganya, jadi hukum permintaan pada hakekatnya merupakan suatu hipotesa yang menyatakan :

“Makin rendah harga suatu barang, makin banyak permintaan ke atas barang tersebut, sebaliknya makin tinggi harga suatu barang, makin sedikit permintaan ke atas barang tersebut”. (Sadono Sukirno, 2003 : 76)

Secara umum fungsi permintaan dapat dijelaskan sebagai berikut :

$Q_d = f$ (Harga barang itu sendiri, Pendapatan, Jumlah penduduk, Selera, Harapan)

a. Harga barang itu sendiri

Sesuai dengan hukum permintaan bahwa jumlah barang yang diminta beruba secara berlawanan arah dengan perubahan harga secara nominal menyebabkan penggunaan tersebut ditunjukan oleh perubahan jumlah yang diminta secara berlawanan.

b. Pendapatan

Dalam permintaan suatu barang pada umumnya, semakin tinggi penghasilan pendapatan maka semakin besar pula permintaan akan barang yang akan barang yang akan dikonsumsi artinya semakin meningkat pendapatan maka permintaan akan meningkat pula.

c. Jumlah Penduduk

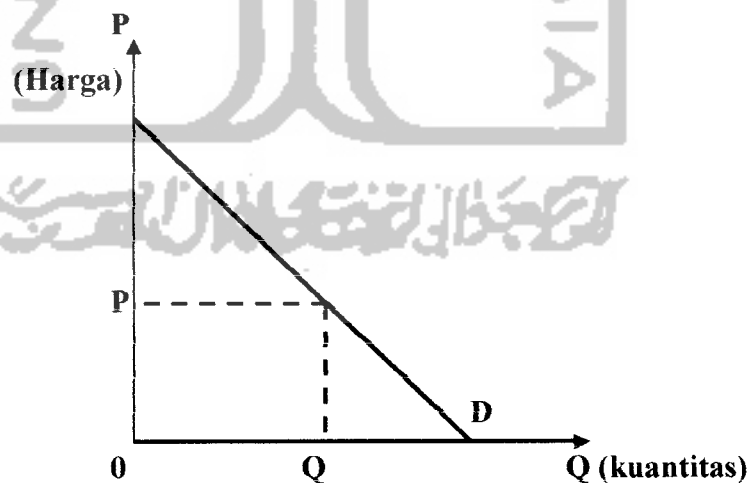
Pertambahan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan, tetapi biasanya pertambahan penduduk diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan ini menambah daya beli dalam masyarakat, penambahan daya beli ini akan menambah permintaan. (Lincoln Arsyad, 1991 : 22-25)

Kurva permintaan dapat didefinisikan sebagai suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga sesuatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang diminta pembeli.

Hubungan yang terbalik antara harga dan kuantitas yang diminta dapat dijelaskan oleh dua keadaan. Pertama, jika harga suatu barang naik, konsumen akan mencari barang pengganti (substitusi); barang-barang pengganti tersebut akan dibeli jika mereka menginginkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dari setiap rupiah yang dibelanjakan daripada membeli barang yang pertama tersebut. Kedua, jika harga naik, pendapatan merupakan kendala (pembatas) bagi pembelian yang lebih banyak.

Gambar 4.1

Kurva Permintaan



Pada umumnya kurva permintaan menurun dari kiri atas ke kanan

bawah. Berarti arah pergerakannya berlawanan dengan arah pergerakan kurva penawaran. Bentuk kurva permintaan bersifat seperti itu karena terdapat hubungan yang negatif di antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan, yaitu makin tinggi harga, makin sedikit jumlah yang diminta. (Sadono Sukirno, 2003 : 78-79).

Suatu kurva permintaan pasar menunjukkan hubungan antara kuantitas suatu barang yang diminta oleh para konsumen di suatu pasar pada berbagai tingkat harga, *ceteris paribus*. Untuk mengetahui perilaku pasar, kita perlu mengumpulkan skedul permintaan seluruh konsumen akan suatu barang guna menentukan kurva permintaan pasar akan barang tersebut.

4.4. Teori Penawaran Ekspor

Teori penawaran menersngkan tentang harga sesuatu barang selalu dipandang sebagai faktor yang sangat penting dalam menentukan penawaran tersebut. Oleh sebab itu teori penawaran terutama menumpukan perhatiannya kepada hubungan diantara tingkat harga dengan jumlah barang yang ditawarkan. Jadi hukum penawaran pada dasarnya mengatakan bahwa :

“makin tinggi harga sesuatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, makin rendah harga sesuatu barang semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan”.

Keinginan para penjual dalam menawarkan barangnya pada berbagai tingkat harga ditentukan oleh beberapa faktor. Yang terpenting adalah :

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang-barang lain
- c. Biaya produksi
- d. Tujuan-tujuan operasi perusahaan tersebut
- e. Tingkat teknologi yang digunakan. (Sadono Sukirno, 2003 : 86-87)

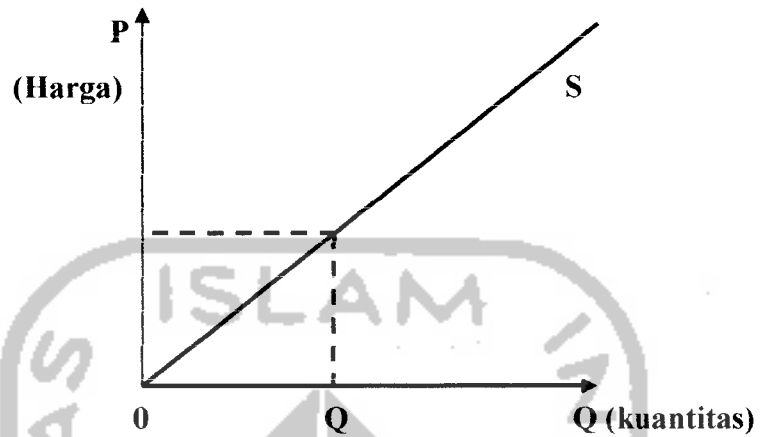
Secara umum fungsi penawaran dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$Q_s = f (\text{harga barang itu sendiri, harga barang lain, biaya produksi, teknologi,....})$$

Kurva penawaran adalah suatu kurva yang menunjukkan hubungan di antara harga barang sesuatu tertentu dengan jumlah barang tersebut yang ditawarkan. Dalam menganalisis kurva penawaran perlu dibedakan di antara dua pengertian, yaitu: “penawaran” dan “jumlah barang yang ditawarkan”. Dalam analisis ekonomi, penawaran berarti “keseluruhan daripada kurva penawaran”. Sedangkan jumlah barang yang ditawarkan berarti “jumlah barang yang ditawarkan pada suatu tingkat harga tertentu.

Gambar 4.2

Kurva Penawaran



Pada umumnya kurva penawaran menaik dari kiri bawah ke kanan atas. Berarti arah pergerakan berlawanan dengan arah pergerakan kurva permintaan. Bentuk kurva penawaran bersifat seperti itu karena terdapat hubungan yang positif di antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan, yaitu makin tinggi harga, makin banyak jumlah barang yang ditawarkan. (Sadono Sukirno, 2003 : 88-89)

4.5. Teori Perdagangan Intra-Industri

Pada teori ini menjelaskan bahwa perdagangan intra-industri didasari oleh pertimbangan untuk memperoleh keuntungan dari skala ekonomis dalam produksi suatu produk, persaingan mendorong masing-masing perusahaan di negara-negara industri untuk memproduksi hanya satu atau paling tidak sedikit macam dan corak dari produk yang sama untuk mempertahankan agar biaya per unit menjadi rendah. Dengan sedikit variasi, maka penggunaan sumber daya lebih terspesialisasi, sehingga produktivitas meningkat. Negara tersebut kemudian akan mengimpor variasi dan bentuk lain dari negara lainnya. Perdagangan intra-industri akan menguntungkan konsumen karena mempunyai pilihan yang lebih luas untuk produk-produk yang lebih beragam dan tersedia dalam harga yang lebih rendah sebagai hasil dari skala ekonomi dalam produksi.

Sebuah karakteristik perdagangan suatu negara yang terlihat dalam banyak teori dan diakui semakin penting di dalam dunia perdagangan internasional adalah perdagangan intra-industri. Perdagangan intra-industri terjadi ketika sebuah negara mengekspor maupun mengimpor produk yang klasifikasinya sama. Perdagangan jenis ini berbeda dengan perdagangan inter-industri, yaitu suatu negara mengekspor dan mengimpor produk yang berbeda klasifikasinya. Teori perdagangan tradisional hanya mencakup perdagangan inter-industri, tetapi perdagangan intra-industri merupakan bagian penting dalam perdagangan internasional. Appleyard dan Field

(1995) mengatakan bahwa alasan terjadinya perdagangan intra-industri diantaranya adalah :

- a. Diferensiasi produk
- b. Biaya transportasi dan lokasi geografis
- c. Skala ekonomi dinamis
- d. Derajat agregasi produk
- e. Perbedaan distribusi pendapatan
- f. Tingkat perdagangan intra-industri.

Berdasarkan beberapa studi empiris mengenai perdagangan intra-industri, Grenaway dan Miller (1989) mengelompokkannya menjadi 3 kategori, yaitu:

- a. Country-specific, dimana intensitas perdagangan intra-industri untuk industri tertentu ditentukan oleh karakteristik mitra dagangnya.
- b. Industri-specific, yaitu perdagangan intra-industri yang banyak dipengaruhi oleh permintaan spesifik dari komoditi/industri dan karakteristik penawaran (supply).
- c. Policy-based, yaitu intensitas perdagangan intra-industri dipengaruhi oleh faktor-faktor kelembagaan atau kebijakan.