

Perkenalan

Desa Global

Dunia dengan cepat menjadi desa global di mana tidak ada batasan yang dapat menghentikan perdagangan dan komunikasi bebas. Seiring dengan perubahan ini, cara kita berbisnis telah berubah secara luar biasa. Persaingan di pasar global berada pada puncaknya, di mana semua perusahaan ingin menjual barang mereka kepada siapa pun, di mana pun di dunia.



Sebagai contoh, keran yang kita lihat di kamar mandi mungkin berasal dari Italia. Handuk yang kita gunakan mungkin produk Brasil. Mobil yang kita kendarai mungkin merek Jepang atau Jerman. Pendingin ruangan yang kita gunakan mungkin dari Prancis. Hampir mustahil untuk tetap terisolasi dan mandiri di zaman sekarang ini. Itulah mengapa perusahaan multinasional menjadi kenyataan.

Apa itu Bisnis Internasional?

Setiap bisnis yang melibatkan operasi di lebih dari satu negara dapat disebut bisnis internasional. Bisnis internasional berkaitan dengan operasi perdagangan dan investasi yang dilakukan oleh entitas lintas batas negara.

Perusahaan dapat merakit, mengakuisisi, memproduksi, memasarkan, dan melakukan operasi penambahan nilai lainnya dalam skala dan cakupan internasional. Organisasi bisnis juga dapat terlibat dalam kolaborasi dengan mitra bisnis dari berbagai negara.

Selain perusahaan individual, pemerintah dan lembaga internasional juga dapat terlibat dalam transaksi bisnis internasional. Perusahaan dan negara dapat bertukar berbagai jenis aset fisik dan intelektual. Aset-aset ini dapat berupa produk, jasa, modal, teknologi, pengetahuan, atau tenaga kerja.

Catatan ÿ Dalam tutorial ini, kita terutama berfokus pada operasional bisnis perusahaan individual.

Internasionalisasi Bisnis

Mari kita coba menelusuri alasan mengapa sebuah bisnis ingin berekspansi secara global. Penting untuk dicatat bahwa ada banyak tantangan dalam proses internasionalisasi, tetapi untuk saat ini kita akan fokus pada atribut positif dari proses tersebut.

Ada lima alasan utama mengapa sebuah bisnis mungkin ingin berekspansi secara global ÿ

- **Keunggulan Pelopor** ÿ Ini merujuk pada memasuki pasar baru dan menikmati keuntungan sebagai yang pertama. Dengan menjadi yang pertama, akan mudah untuk memulai bisnis dengan cepat dan mendapatkan pelanggan awal.
- **Peluang Pertumbuhan** ÿ Potensi pertumbuhan adalah alasan yang sangat umum untuk internasionalisasi. Pasar Anda mungkin jenuh di negara asal Anda dan oleh karena itu Anda mungkin mulai menjelajahi pasar baru.
- **Pasar Lokal yang Kecil** ÿ Perusahaan rintisan di Finlandia dan negara-negara Nordik selalu memandang internasionalisasi sebagai strategi utama sejak awal karena pasar lokal mereka kecil.
- **Peningkatan Pelanggan** ÿ Jika jumlah pelanggan berkurang, hal itu dapat menghambat potensi pertumbuhan perusahaan. Dalam kasus seperti itu, perusahaan mungkin akan mempertimbangkan internasionalisasi.
- **Mencegah Pesaing Lokal** ÿ Memperoleh pasar baru mungkin berarti mencegah pemain lain memasuki ruang bisnis yang sama dengan yang digeluti suatu perusahaan.

Keuntungan Internasionalisasi

Ada banyak keuntungan dari ekspansi internasional. Namun, yang paling menonjol dan berdampak adalah empat hal berikut.

Fleksibilitas Produk

Perusahaan internasional yang memiliki produk yang kurang laku di pasar lokal atau regional mereka mungkin dapat menemukan basis pelanggan yang jauh lebih baik di pasar internasional. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki kehadiran global tidak perlu membuang stok produk yang tidak terjual dengan diskon besar di pasar lokal. Mereka dapat mencari pasar baru di mana produk tersebut dijual dengan harga lebih tinggi.

Bisnis yang beroperasi secara internasional juga dapat menemukan produk baru untuk dijual secara internasional yang tidak mereka tawarkan di pasar lokal. Bisnis internasional memiliki audiens yang lebih luas sehingga mereka dapat menjual berbagai macam produk atau layanan yang lebih banyak.

Persaingan yang Lebih Sedikit

Persaingan dapat menjadi fenomena lokal. Pasar internasional dapat memiliki persaingan yang lebih sedikit di mana bisnis dapat merebut pangsa pasar dengan cepat. Faktor ini sangat menguntungkan ketika produk berkualitas tinggi dan unggul tersedia. Perusahaan lokal mungkin memiliki produk dengan kualitas yang sama, tetapi bisnis internasional mungkin memiliki sedikit persaingan di pasar di mana produk yang lebih rendah kualitasnya tersedia.

Perlindungan dari Tren dan Peristiwa Nasional

Pemasaran di beberapa negara mengurangi kerentanan terhadap peristiwa di satu negara. Misalnya, faktor politik, sosial, geografis, dan agama yang berdampak negatif pada suatu negara dapat diimbangi dengan memasarkan produk yang sama di negara lain. Selain itu, risiko yang dapat mengganggu bisnis dapat diminimalkan dengan pemasaran internasional.

Mempelajari Metode Baru

Berbisnis di lebih dari satu negara menawarkan wawasan yang berharga untuk mempelajari cara-cara baru dalam mencapai sesuatu. Pengetahuan dan pengalaman baru ini dapat membuka jalan menuju kesuksesan di pasar lain juga.

Globalisasi

Meskipun globalisasi dan internasionalisasi digunakan dalam konteks yang sama, terdapat beberapa perbedaan utama.

- Globalisasi adalah proses yang jauh lebih besar dan seringkali mencakup asimilasi pasar secara keseluruhan. Terlebih lagi, ketika kita berbicara tentang globalisasi, kita juga mempertimbangkan konteks budayanya.
- Globalisasi adalah proses intensif internasionalisasi bisnis. Secara umum, perusahaan global lebih besar dan lebih luas jangkauannya dibandingkan organisasi bisnis internasional yang berskala kecil.
- Globalisasi berarti intensifikasi interaksi politik, budaya, sosial, ekonomi, dan teknologi lintas negara yang menghasilkan pembentukan organisasi bisnis transnasional. Ini juga merujuk pada asimilasi inisiatif ekonomi, politik, dan sosial dalam skala global.
- Globalisasi juga merujuk pada transisi barang dan jasa, modal, pengetahuan, dan tenaga kerja lintas batas tanpa biaya.

Faktor-faktor Penyebab Globalisasi Bisnis

Ada banyak faktor yang berkaitan dengan perubahan teknologi, kebijakan internasional, dan asimilasi budaya yang memicu proses globalisasi. Berikut adalah faktor-faktor terpenting yang membantu globalisasi terbentuk dan menyebar secara drastis.

Pengurangan dan Penghapusan Hambatan Perdagangan

Setelah Perang Dunia II, Perjanjian Umum tentang Tarif dan Perdagangan (GATT) dan WTO telah mengurangi tarif dan berbagai hambatan non-tarif terhadap perdagangan. Hal ini memungkinkan lebih banyak negara untuk mengeksplorasi keunggulan komparatif mereka. Hal ini berdampak langsung pada globalisasi.

Negosiasi Perdagangan

Putaran Negosiasi Uruguay (1986–1994) dapat dianggap sebagai anugerah nyata bagi globalisasi. Ini merupakan serangkaian langkah besar yang disepakati secara eksklusif untuk liberalisasi perdagangan. Akibatnya, volume perdagangan dunia meningkat sebesar 50% dalam 6 tahun setelah Putaran Uruguay, membuka jalan bagi bisnis untuk memperluas penawaran mereka di tingkat internasional.

Biaya Transportasi

Selama 25 tahun terakhir, biaya transportasi laut telah anjlok 70%, dan biaya angkutan udara telah merosot 3–4% setiap tahunnya. Hasilnya adalah peningkatan arus perdagangan internasional dan antarbenua yang mengarah pada Globalisasi.

Pertumbuhan Internet

Perkembangan e-commerce akibat pertumbuhan internet telah memungkinkan bisnis untuk bersaing secara global. Pada dasarnya, karena ketersediaan internet, konsumen tertarik untuk membeli produk secara online dengan harga rendah setelah meninjau penawaran terbaik dari berbagai vendor. Pada saat yang sama, pemasok online menghemat banyak biaya pemasaran.

Pertumbuhan Perusahaan Multinasional

Perusahaan Multinasional (MNC) telah menjadi ciri khas saling ketergantungan global. Mereka mencakup sejumlah negara. Penjualan, keuntungan, dan arus produksi mereka bergantung pada beberapa negara sekaligus.

Perkembangan Blok Perdagangan

'Perjanjian perdagangan regional' (RTA) menghapus hambatan internal terhadap perdagangan dan menggantinya dengan tarif eksternal bersama terhadap negara-negara non-anggota. Blok perdagangan sebenarnya mendorong globalisasi dan saling ketergantungan ekonomi melalui penciptaan perdagangan.

Daya Tarik Negara

Lingkungan bisnis internasional mencakup berbagai faktor seperti faktor sosial, politik, regulasi, budaya, hukum, dan teknologi yang mengelilingi suatu entitas bisnis di berbagai negara berdaulat. Terdapat **faktor-faktor eksogen** yang berkaitan dengan lingkungan asal organisasi di lingkungan internasional. Faktor-faktor ini memengaruhi proses pengambilan keputusan tentang penggunaan sumber daya dan kemampuan. Faktor-faktor ini juga membuat suatu negara menjadi lebih atau kurang menarik bagi perusahaan bisnis internasional.

Kita akan membahas faktor-faktor terpenting dan melihat bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi proses operasional suatu bisnis.

Beradaptasi dengan Kebutuhan yang Berubah

Perusahaan tidak memiliki kendali atas lingkungan bisnis eksternal. Oleh karena itu, keberhasilan perusahaan internasional bergantung pada kemampuannya untuk beradaptasi dengan lingkungan secara keseluruhan.

Keberhasilannya juga bergantung pada kemampuan untuk menyesuaikan dan mengelola variabel internal perusahaan guna memanfaatkan peluang dari lingkungan eksternal. Selain itu, kemampuan perusahaan untuk mengendalikan berbagai ancaman yang dihasilkan oleh lingkungan yang sama juga menentukan keberhasilannya.

Istilah yang disebut 'daya tarik negara' sering dibahas dalam kalangan bisnis internasional. Penting untuk mempertimbangkan daya tarik sebelum kita membahas faktor lingkungan.

Daya Tarik Negara

Daya tarik suatu negara adalah ukuran daya tarik suatu negara bagi investor internasional.

Dalam bisnis internasional, investasi di negara asing merupakan aspek terpenting, oleh karena itu perusahaan ingin menentukan seberapa cocok suatu negara dari segi lingkungan bisnis eksternalnya.

Perusahaan bisnis internasional menilai risiko dan profitabilitas menjalankan bisnis di suatu negara sebelum berinvestasi dan memulai bisnis di sana. Penilaian ini mencakup mempelajari faktor-faktor lingkungan untuk sampai pada suatu keputusan.

Cukup jelas bahwa bisnis lebih menyukai negara yang lebih murah, lebih menguntungkan, dan memiliki risiko lebih rendah. Pertimbangan biaya berkaitan dengan investasi. Profitabilitas bergantung pada sumber daya.

Risiko terkait dengan lingkungan dan oleh karena itu menjadi perhatian utama.

Risiko dapat berupa berbagai macam. Namun, konsensus umum menyatakan bahwa negara yang lebih stabil dalam hal kondisi politik, sosial, hukum, dan ekonomi lebih menarik untuk memulai bisnis.

Lingkungan Bisnis

Terdapat berbagai jenis lingkungan bisnis, namun lingkungan politik, budaya, dan ekonomi adalah yang utama. Faktor-faktor ini memengaruhi proses pengambilan keputusan perusahaan bisnis internasional. Penting untuk dicatat bahwa jenis lingkungan yang kita bahas di sini saling terkait; artinya, suatu kondisi lingkungan memengaruhi kondisi lingkungan lainnya dalam berbagai dimensi.

Faktor Politik

Lingkungan politik suatu negara memengaruhi aspek hukum dan peraturan pemerintah yang harus dialami dan dipatuhi oleh perusahaan asing saat berbisnis di negara tersebut. Terdapat peraturan hukum dan ketentuan tata kelola yang pasti di setiap negara di dunia. Perusahaan asing yang beroperasi di suatu negara tertentu harus mematuhi hukum negara tersebut selama beroperasi di sana.

Lingkungan politik dapat memengaruhi faktor lingkungan lainnya ÿ

- Keputusan politik terkait ekonomi dapat memengaruhi lingkungan ekonomi.
- Keputusan politik dapat memengaruhi lingkungan sosial budaya suatu bangsa.
- Para politisi dapat memengaruhi laju munculnya teknologi baru.
- Para politisi dapat memberikan pengaruh dalam penerimaan teknologi baru.

Terdapat empat pengaruh utama lingkungan politik terhadap organisasi bisnis ÿ

- **Dampak pada Ekonomi** ÿ Kondisi politik suatu negara berpengaruh pada status ekonominya. Misalnya, kebijakan Demokrat dan Republik di AS berbeda dan hal itu memengaruhi berbagai norma, seperti pajak dan pengeluaran pemerintah.
- **Perubahan Regulasi** ÿ Pemerintah sering mengubah keputusan mereka terkait pengendalian bisnis. Misalnya, skandal akuntansi di awal abad ke-21 mendorong SEC AS untuk lebih memperhatikan isu-isu korporasi.

Kepatuhan. Peraturan kepatuhan Sarbanes-Oxley (2002) merupakan reaksi sosial.

Lingkungan sosial menuntut perusahaan publik untuk lebih bertanggung jawab.

- **Stabilitas Politik** ÿ Stabilitas politik memengaruhi operasional bisnis perusahaan internasional. Pengambilalihan yang agresif yang menggulingkan pemerintah dapat menyebabkan lingkungan yang kacau, mengganggu operasional bisnis. Misalnya, perang saudara di Sri Lanka dan kerusuhan di Mesir dan Suriah sangat berdampak buruk bagi bisnis yang beroperasi di sana.
- **Mitigasi Risiko** ÿ Terdapat polis asuransi risiko politik yang dapat mengurangi risiko. Perusahaan dengan operasi internasional memanfaatkan asuransi tersebut untuk mengurangi paparan risiko mereka.

Catatan ÿ Anda dapat memeriksa [Indeks Kebebasan Ekonomi](#). Laporan ini memberi peringkat dan membandingkan negara-negara berdasarkan bagaimana politik memengaruhi keputusan bisnis di lokasi-lokasi tersebut.

Faktor-faktor Ekonomi

Faktor ekonomi memiliki dampak yang sangat besar terhadap perusahaan bisnis internasional. Lingkungan ekonomi mencakup faktor-faktor yang memengaruhi daya tarik suatu negara bagi perusahaan bisnis internasional.

- Perusahaan bisnis mencari **mekanisme yang dapat diprediksi, bebas risiko, dan stabil**. Sistem moneter yang mengakui ketergantungan relatif antar negara dan perekonomiannya baik untuk perusahaan. Jika suatu perekonomian mendorong pertumbuhan, stabilitas, dan keadilan untuk kemakmuran, hal itu berdampak positif pada pertumbuhan perusahaan.
- Inflasi memberikan kontribusi besar terhadap daya tarik suatu negara. Tingkat inflasi yang tinggi meningkatkan biaya pinjaman dan menyebabkan pendapatan menyusut dalam mata uang domestik. Hal ini membuat perusahaan internasional rentan terhadap risiko nilai tukar.
- Paritas daya beli absolut juga merupakan pertimbangan penting. Rasio nilai tukar antara dua negara tertentu identik dengan rasio tingkat harga. Hukum satu harga menyatakan bahwa harga riil suatu produk sama di semua negara.
- Paritas daya beli relatif (PPP) sangat berharga bagi perusahaan asing. Ini menunjukkan berapa banyak uang yang dibutuhkan untuk membeli barang dan jasa yang sama di dua negara tertentu. Tingkat PPP mendorong perbandingan pendapatan internasional.

Faktor-faktor Budaya

Lingkungan budaya mencakup sistem pendidikan, keagamaan, keluarga, dan sosial dalam sistem pemasaran. Pengetahuan tentang budaya asing penting bagi perusahaan internasional.

Pemasar yang mengabaikan perbedaan budaya berisiko gagal.

- **Bahasa** ÿ Terdapat hampir 3.000 bahasa di dunia. Perbedaan bahasa sangat penting dalam mendesain kampanye iklan dan label produk. Jika suatu negara memiliki beberapa bahasa, hal itu dapat menjadi masalah.
- **Warna** ÿ Penting untuk mengetahui bagaimana orang mengaitkan warna. Misalnya, warna ungu tidak dapat diterima di negara-negara Hispanik karena dikaitkan dengan kematian.

- **Adat dan Pantangan** ÿ Penting bagi pemasar untuk mengetahui adat dan pantangan agar dapat mempelajari apa yang dapat diterima dan apa yang tidak dapat diterima dalam program pemasaran.
- **Nilai-nilai** ÿ Nilai-nilai berasal dari kepercayaan moral atau agama dan diperoleh melalui pengalaman. Misalnya, di India, umat Hindu tidak mengonsumsi daging sapi, dan restoran cepat saji seperti McDonald's dan Burger King perlu memodifikasi menu yang mereka tawarkan.
- **Estetika** ÿ Terdapat perbedaan estetika di berbagai budaya. Orang Amerika
Seperti halnya kulit yang menjadi cokelat karena berjemur, orang Jepang tidak demikian.
- **Waktu** ÿ Ketepatan waktu dan tenggat waktu adalah praktik bisnis rutin di AS. Namun, masyarakat Timur Tengah dan Amerika Latin jauh lebih tidak terikat oleh batasan waktu.
- **Kepercayaan Agama** ÿ Agama dapat memengaruhi pelabelan, desain, dan barang suatu produk. Hal ini juga memengaruhi nilai-nilai konsumen.

Proteksionisme

Proteksionisme adalah kebijakan melindungi bisnis domestik dari persaingan asing dengan menerapkan tarif, kuota impor, atau berbagai jenis pembatasan lain yang dikenakan pada impor barang dan jasa pesaing asing.

Meskipun terdapat konsensus umum bahwa ekonomi dunia secara keseluruhan mendapat manfaat dari perdagangan bebas, banyak kebijakan proteksionis masih diterapkan di berbagai negara.

- **Tarif yang dikenakan pemerintah** ÿ Bentuk terbaik dari tindakan proteksionis adalah tarif yang dikenakan pemerintah. Praktik umum adalah menaikkan harga produk impor sehingga harganya lebih mahal dan karenanya menjadi kurang menarik dibandingkan produk dalam negeri. Banyak yang percaya bahwa proteksionisme adalah kebijakan yang bermanfaat bagi industri yang sedang berkembang di negara-negara berkembang.
- **Kuota impor** ÿ Kuota impor adalah bentuk proteksionisme lainnya. Kuota ini membatasi jumlah produk yang diimpor ke suatu negara. Ini dianggap sebagai strategi yang lebih efektif daripada tarif protektif. Tarif protektif tidak selalu membuat konsumen enggan membeli barang impor karena mereka bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk barang impor.
- **Merkantilisme** ÿ Perang dan resesi adalah alasan utama di balik proteksionisme. Di sisi lain, perdamaian dan kemakmuran ekonomi mendorong perdagangan bebas. Pada abad ke-17 dan ke-18, monarki-monarki Eropa sangat bergantung pada kebijakan proteksionis. Hal ini disebabkan oleh tujuan mereka untuk meningkatkan perdagangan dan memperbaiki perekonomian domestik. Kebijakan-kebijakan (yang saat ini dianggap tidak valid) ini disebut merkantilisme.
- **Perjanjian perdagangan timbal balik** ÿ Perjanjian perdagangan timbal balik membatasi langkah-langkah proteksionis alih-alih menghapuskannya sepenuhnya. Namun, proteksionisme masih ada dan terdengar ketika kesulitan ekonomi atau pengangguran diperparah oleh persaingan asing.



Saat ini, proteksionisme berada dalam bentuk yang unik. Para ekonom menyebut bentuk ini sebagai **proteksi yang terkelola**. Sebagian besar negara kaya memiliki undang-undang perdagangan yang adil. Tujuan yang diumumkan dari Undang-Undang Perdagangan Bebas ada dua y

- Pertama, pastikan negara-negara asing tidak mensubsidi ekspor agar insentif pasar tidak terdistorsi dan dengan demikian alokasi aktivitas yang efisien antar negara tidak terganggu.
- Tujuan kedua adalah untuk memastikan bahwa perusahaan internasional tidak melakukan praktik dumping terhadap produk mereka. ekspor secara agresif.

Liberalisasi

Liberalisasi vs Deregulasi

Liberalisasi adalah proses pelonggaran kontrol pemerintah. Ini adalah istilah ekonomi yang sangat penting. Secara teknis, ini berarti pengurangan pembatasan yang diterapkan pemerintah terhadap perdagangan internasional dan modal. Liberalisasi juga digunakan bersamaan dengan istilah lain y Deregulasi.

Deregulasi adalah hilangnya pembatasan negara terhadap bisnis domestik dan internasional. Namun, pada prinsipnya, kedua istilah tersebut berbeda karena pasar yang diliberalisasi seringkali masih tunduk pada peraturan pemerintah karena berbagai alasan, seperti perlindungan konsumen. Tetapi dalam praktiknya, kedua istilah tersebut umumnya merujuk pada penghapusan intervensi negara di pasar.



Argumen, Kontraargumen, dan Diskusi

Keuntungan liberalisasi dan deregulasi dipertanyakan dalam banyak hal. Kedua fenomena ini terkait dengan "konsensus Washington." Konsensus tersebut merupakan serangkaian kebijakan berbasis pasar yang didukung oleh kaum neoliberal untuk pertumbuhan ekonomi negara-negara berkembang. Namun, para kritikus berpendapat bahwa kebijakan tersebut digunakan untuk mengeksploitasi pekerja miskin oleh perusahaan-perusahaan dari negara-negara kaya.

Para aktivis dan akademisi sepakat bahwa pasar, pada kenyataannya, tidak sepenuhnya bebas atau adil. Misalnya, ada subsidi yang dibayarkan oleh pemerintah kepada produsen kapas di Amerika Serikat dan Uni Eropa. Hal ini, pada kenyataannya, secara artifisial menurunkan harga, sehingga menempatkan petani kapas Afrika dalam keadaan yang tidak nyaman.

Para kritikus mencatat bahwa masalahnya bukan tentang pembebasan pasar itu sendiri, melainkan bahwa perusahaan-perusahaan dari negara-negara yang lebih kaya memanipulasi istilah tersebut untuk keuntungan mereka sendiri secara luas.

Liberalisasi, Privatisasi, dan Globalisasi

Karena kemiripan dan atribut yang serupa, istilah LPG (Liberalisasi, Privatisasi, dan Globalisasi) umumnya digunakan saat ini untuk menggambarkan fenomena pembebasan pasar.

Meskipun ketiga istilah tersebut berbeda dan memiliki atribut masing-masing, istilah LPG sangat membantu untuk menggambarkan kondisi pasar kontemporer dan baru di abad ke-21.

Pada kenyataannya, liberalisasi adalah pintu gerbang menuju globalisasi dan oleh karena itu, ketika kita berbicara tentang manfaat globalisasi, itu selalu merupakan manifestasi dari proses liberalisasi.

Dalam banyak skenario, mustahil untuk mempertimbangkan aspek bisnis tanpa memiliki pandangan global, dan oleh karena itu, LPG merupakan cara untuk mengatasi tren pemasaran dan operasional terkini dalam pemasaran internasional.

Tren Ekonomi Revolusioner

Liberalisasi dan deregulasi memicu perkembangan pesat tiga bidang bisnis utama :

- Perdagangan internasional tumbuh dengan rata-rata 6% per tahun antara tahun 1948 dan 1997.
- Investasi asing langsung (FDI) juga berdampak, yang menyebabkan stok dan arus masuk melebihi kenaikan di dunia.
berdagang.
- Pasar valuta asing mencapai rata-rata omzet harian mencapai triliunan dolar.

Liberalisasi dan deregulasi memberikan kontribusi besar terhadap globalisasi ekonomi dunia.

Perjanjian Umum tentang Tarif dan Perdagangan

Pada abad ke-18 dan ke-19, hampir semua negara dan bangsa-bangsa percaya bahwa proteksionisme adalah suatu keharusan untuk kesejahteraan ekonomi domestik. Namun, seiring berjalannya waktu, gagasan ini mulai berubah. Gagasan liberalisasi dan penghapusan langkah-langkah proteksionis mencapai puncaknya pada pertengahan abad ke-20. Puncak liberalisme pertama kali terwujud dalam bentuk GATT, yang kemudian digantikan oleh WTO.

Perjanjian Umum tentang Tarif dan Perdagangan

Perjanjian Umum tentang Tarif dan Perdagangan (GATT) mencakup beberapa perjanjian perdagangan multilateral yang dibentuk untuk menghapus kuota dan mengurangi berbagai tarif di antara negara-negara peserta. GATT dibentuk oleh 23 negara yang menandatangani perjanjian di Jenewa pada tahun 1947. Tujuannya adalah untuk menawarkan pengaturan sementara yang dapat segera digantikan oleh badan PBB.

GATT memainkan peran penting dalam memperluas perdagangan dunia pada paruh kedua abad ke-20. Sebanyak 125 negara telah menjadi penandatangan GATT ketika digantikan oleh WTO pada tahun 1995.

GATT – Prinsip-Prinsip Utama

Prinsip utama GATT adalah **perdagangan tanpa diskriminasi**. Negara-negara peserta membuka pasar secara adil kepada setiap anggota lainnya. Menurut GATT, begitu suatu negara dan sekutu dagang terbesarnya sepakat untuk mengurangi tarif, pengurangan tersebut secara otomatis berlaku untuk semua anggota GATT lainnya.

- GATT lebih menyukai **proteksi melalui tarif** dan dengan memanfaatkannya, GATT secara sistematis berupaya menghilangkan kuota impor atau pembatasan perdagangan kuantitatif lainnya.
- GATT juga memiliki **peraturan bea cukai yang seragam** dan kewajiban negara-negara peserta untuk bernegosiasi demi pengurangan tarif atas permintaan negara lain.
- **Klausul pengecualian** juga diberlakukan bagi negara-negara yang bersepakat untuk mengubah perjanjian ketika produsen dalam negeri mereka mengalami kerugian yang berlebihan akibat konsesi perdagangan.

Peran GATT dalam Mempromosikan Perdagangan Internasional

Peran GATT sangat penting dalam aspek-aspek berikut ini:

- GATT merumuskan standar untuk mengarahkan negara-negara anggota agar berpartisipasi dalam perdagangan internasional. Seperti yang disebutkan di atas, GATT menetapkan beberapa prinsip dasar bagi para pihak yang terlibat.
- GATT memangkas tarif demi keuntungan bersama dari percepatan liberalisasi perdagangan. Terjadi pengurangan yang nyata, sekitar 35% rata-rata, baik dalam Putaran Kennedy maupun Putaran Tokyo.
- GATT mengurangi diskriminasi tarif untuk mendorong pengurangan hambatan perdagangan lainnya. GATT telah mengatur bahwa negara-negara peserta tidak dapat menaikkan tarif sesuka hati.
- GATT, pada masa perkembangannya, berupaya melindungi keinginan negara-negara berkembang dalam hal perdagangan internasional. GATT menetapkan beberapa langkah khusus, termasuk perlindungan tarif untuk industri-industri tertentu. GATT memastikan bahwa negara-negara berkembang mendapatkan perlakuan istimewa.

Pada akhirnya, GATT adalah "pengadilan perdagangan internasional." Menyelesaikan sengketa antara dua pihak atau lebih adalah salah satu tujuan utamanya. GATT telah menjadi penjaga hukum negara-negara untuk menyelesaikan sengketa perdagangan.

Organisasi Perdagangan Dunia

Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) adalah satu-satunya organisasi internasional global yang menangani aturan-aturan terkait perdagangan internasional. Perjanjian WTO dinegosiasikan dan ditandatangani oleh sebagian besar negara perdagangan terkemuka. Perjanjian tersebut diratifikasi di parlemen negara-negara yang menandatangani.

Alasan di Balik Pembentukan WTO

Pada tanggal 1 Januari 1995, Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) menggantikan GATT. Alasan penggantian GATT oleh WTO adalah sebagai berikut.

- GATT hanyalah sebuah kesepakatan sementara. GATT tidak memiliki kualitas sebagai sebuah perjanjian internasional, dan tidak dapat menjamin mekanisme penegakannya. GATT tidak dapat berbuat apa pun jika terjadi kegagalan perjanjian perdagangan bilateral. Terdapat aturan yang ditetapkan untuk penegakan oleh GATT, tetapi tidak ada mekanisme untuk penerapannya.
- Yurisdiksi GATT hanya berlaku untuk transaksi produk. Karena globalisasi, layanan dan teknologi menjadi bagian utama dari investasi dan perdagangan internasional.
- Keterbatasan dan pembatasan pada sistem penyelesaian sengketa GATT juga membuatnya rentan terhadap tantangan. GATT mensyaratkan konsensus positif penuh di Dewan GATT untuk mengajukan sengketa ke panel. Banyak negara sering mengajukan keberatan dalam kasus penyelesaian sengketa yang berkaitan dengan diskriminasi.

- Selain itu, aturan GATT tidak cukup ketat dan pelaksanaannya sangat sulit dipraktikkan. Banyak pihak peserta mencoba memanipulasi aturan GATT untuk kepentingan pribadi mereka, dan GATT tidak dapat memverifikasi dan memeriksa masalah-masalah ini.
- Terakhir, terdapat beberapa pengaruh negara-negara kuat dalam beberapa putaran multilateral historis. Mulai dari Putaran Jenewa hingga Putaran Uruguay, kedaulatan nasional hadir dalam putaran negosiasi multilateral.

WTO merupakan tuntutan alami pada masanya untuk pembangunan ekonomi yang holistik.

*

Peran WTO dalam Mempromosikan Perdagangan Internasional

WTO mendorong liberalisasi bisnis dan globalisasi ekonomi. Organisasi ini telah menerapkan penurunan tingkat tarif yang signifikan.

Negara-negara anggota WTO mengalami penurunan tarif rata-rata sebesar 40%. Ekspansi industri pertanian dan perdagangan tekstil, peningkatan keamanan, anti-dumping dan countervailing, investasi bebas sengketa, serta perdagangan jasa dan kekayaan intelektual merupakan pencapaian paling signifikan dari WTO.

STATISTIK WTO

Pada tahun 1999, tarif di negara-negara maju turun dari 6,3% menjadi 3,9%. Barang manufaktur impor bebas bea meningkat dari 20% menjadi 43%, dan tarif atas barang manufaktur impor turun menjadi rata-rata 5%.

WTO memainkan peran utama dalam mempromosikan perdamaian antar negara. WTO memungkinkan perdagangan dan investasi internasional berjalan lancar. Negara-negara juga mendapatkan lembaga yang konstruktif dan adil untuk menangani sengketa terkait isu perdagangan berkat keberadaan WTO.

WTO juga berperan dalam menurunkan biaya hidup. Proteksionisme meningkatkan biaya barang. WTO menurunkan hambatan perdagangan melalui negosiasi dan melalui kebijakan non-diskriminasi.

Peran Negara Berkembang

Negara berkembang biasanya tidak memiliki kekuatan untuk bernegosiasi di pasar internasional dan mereka perlu mengikuti persyaratan negara maju. Prinsip Negara Paling Disukai (MFN) WTO, yang memungkinkan liberalisasi pasar, membantu negara berkembang untuk berdagang dan makmur. Selain itu, prinsip ini juga mendukung kerangka kerja multilateral untuk aturan dan perjanjian.

Negara-negara berkembang mendapat manfaat dari aturan kekayaan intelektual WTO. **Perjanjian Aspek-Aspek Hak Kekayaan Intelektual yang Berkaitan dengan Perdagangan** (TRIPS) menawarkan kerangka kebijakan yang sesuai yang membantu mempromosikan transfer teknologi dan aliran investasi asing langsung (FDI) ke negara-negara berkembang.

Ada beberapa perlakuan istimewa yang juga tersedia untuk negara-negara berkembang.

Sistem Preferensi Umum (Generalized System of Preferences /GSP) memungkinkan perlakuan preferensial non-timbal balik oleh negara-negara maju.

WTO menawarkan fleksibilitas kepada negara-negara berkembang untuk melaksanakan kewajiban TRIPS mereka, terutama yang diadopsi dalam putaran Uruguay. Hal ini membantu dalam peningkatan holistik negara-negara berkembang.

Perdagangan Global – Tantangan Utama

Perdagangan dan investasi global, atau secara luas disebut **globalisasi**, merupakan kondisi pasar umum bagi semua negara di dunia saat ini. Namun, hal ini tidak lepas dari tantangan. Secara spesifik, ada tujuh tantangan utama yang dihadapi dunia saat ini terhadap perdagangan dan investasi global.

Perang Ekonomi

Globalisasi menghadapi tantangan berat berupa polarisasi dan isu-isu yang saling bertentangan. Dunia sedang mengalami peningkatan konflik, kekuatan ekonomi utama semakin memperkuat pengaruhnya, sanksi keuangan digunakan sebagai senjata, dan internet semakin terpecah-pecah. Oleh karena itu, arus internasional uang, informasi, produk, dan jasa mungkin akan melambat.

Geopolitisasi

Globalisasi adalah semacam Amerikanisasi. Amerika Serikat masih merupakan ekonomi dominan dan ciri khas sistem keuangan internasional. Selain itu, era informasi mendorong demokratisasi informasi. Hal ini membuka jalan bagi tuntutan informasi yang lebih banyak, dan para otokrat kini perlu lebih memperhatikan opini publik. Perkembangan negara-negara berkembang membuat mereka kurang lebih mirip dengan Amerika.

Kapitalisme Negara

Amerika Serikat adalah negara yang kuat pada seperempat abad terakhir. Namun kini, kapitalisme negara dalam bentuk modern mencengkeram banyak negara. Hal ini menciptakan segmen-segmen baru di pasar dan menghancurkan keseragaman yang diharapkan dari globalisasi. Sekarang, tidak ada lagi yang dominan Amerika atau tentang globalisasi itu sendiri.

Kurangnya Kepemimpinan

Globalisasi akan terus berlanjut dengan cepat, tetapi tatanan dunia yang dipimpin AS semakin melemah. Amerika Serikat yang tidak konsisten dan dilanda perang tidak memiliki kemauan dan kemampuan untuk memberikan kepemimpinan global. Selain itu, tidak ada negara lain yang tertarik untuk menggantikan posisinya. Barat sedang menghadapi masalahnya sendiri, dan sekutu hanya tertarik untuk berjaga-jaga. Oleh karena itu, tidak ada jalan yang jelas dan pasti bagi globalisasi untuk berkembang dan globalisasi semakin terdistorsi.

Distribusi Daya

China, Rusia, Turki, India, dan beberapa negara berkembang lainnya semakin kuat untuk membongkar teori globalisasi yang dipimpin AS. Namun, mereka kurang sinkronisasi dan pengaruh.

Nilai dan kepentingan mereka tidak sejalan. Oleh karena itu, dunia yang terbagi berdasarkan wilayah pun muncul. Amerikanisasi dan globalisasi saat ini tidak dianggap sama, dan juga tidak dipromosikan oleh negara-negara yang haus kekuasaan ini.

Tim yang Lebih Lemah dan Tak Terduga

Kekuatan ekonomi regional semakin memiliki ruang untuk beroperasi di dunia saat ini.

Rusia melakukan intervensi di wilayah sekitarnya, Jerman semakin menguasai zona Euro, dan Tiongkok dengan cepat bangkit di kawasan Asia-Pasifik. Negara-negara besar ini berupaya mengkonsolidasikan kekuasaan tanpa mempedulikan negara-negara kecil di sekitarnya. Ini adalah semacam 'pengikisan negara-negara pinggir' yang semakin cepat terjadi.

Fluktuasi Harga Sumber Daya Alam

Monopoli minyak semakin memburuk dan banyak bentrokan serta insiden terorisme yang mencabik-cabik dunia. Di tengah kekacauan seperti itu, esensi globalisasi menjadi semakin kabur. Tantangan-tantangan yang mendesak ini dihadapi oleh semua perusahaan internasional dan perusahaan global besar. Meskipun masalah-masalah ini tampaknya tidak akan segera berakhir, perusahaan-perusahaan global kini memiliki pilihan untuk menggunakan kekuatan mereka dalam skala global. Mereka mungkin beradaptasi atau tidak beradaptasi dengan tren baru ini, tetapi keunggulan dan kekuatan mereka jelas telah meningkat karena krisis geopolitik yang dominan.

Teori-Teori Modern

Terdapat banyak teori dan konsep yang terkait dengan perdagangan internasional. Ketika perusahaan ingin berekspansi ke pasar internasional, teori dan konsep ini dapat membimbing mereka untuk berhati-hati dan siap.

Terdapat empat teori utama perdagangan internasional modern. Untuk mendapatkan gambaran singkat, silakan baca pada.

Model Heckscher dan Ohlin

Teori Heckscher–Ohlin membahas perdagangan barang dan jasa antara dua negara, dengan mengacu pada perbedaan sumber daya mereka. Model ini menyatakan bahwa keunggulan komparatif sebenarnya dipengaruhi oleh kelimpahan relatif faktor produksi. Artinya, keunggulan komparatif bergantung pada interaksi antara sumber daya yang dimiliki negara-negara tersebut.

Selain itu, model ini juga menunjukkan bahwa keunggulan komparatif juga bergantung pada teknologi produksi (yang memengaruhi intensitas relatif). Teknologi produksi adalah proses di mana berbagai faktor produksi dimanfaatkan selama siklus produksi.

Teori Heckscher-Ohlin menyatakan bahwa perdagangan memberikan kesempatan kepada setiap negara untuk melakukan spesialisasi. Suatu negara akan mengekspor produk yang paling sesuai untuk diproduksi sebagai imbalan atas produk lain yang kurang sesuai untuk diproduksi. Perdagangan menguntungkan kedua negara yang terlibat dalam pertukaran tersebut.

Perbedaan dan fluktuasi harga relatif produk memiliki pengaruh yang kuat terhadap pendapatan relatif yang diperoleh dari berbagai sumber daya. Perdagangan internasional juga memengaruhi distribusi pendapatan.

Model Samuelson dan Jones

Menurut Model Samuelson–Jones, dua alasan utama mengapa perdagangan memengaruhi distribusi pendapatan adalah sebagai berikut:

- Sumber daya tidak dapat langsung dialihkan tanpa biaya dari satu industri ke industri lain.
- Industri menggunakan faktor produksi yang berbeda. Perubahan portofolio produksi suatu negara akan mengurangi permintaan terhadap beberapa faktor produksi. Sedangkan untuk faktor produksi lainnya, permintaan akan meningkat.

Terdapat tiga faktor dalam model ini yaitu Tenaga Kerja (L), Modal (K), dan Wilayah (T).

Produk pangan dibuat dengan menggunakan wilayah (T) dan tenaga kerja (L), sedangkan barang manufaktur menggunakan modal (K) dan tenaga kerja (L). Mudah dilihat bahwa tenaga kerja (L) adalah faktor yang mudah dipindahkan dan dapat digunakan di kedua sektor. Wilayah dan modal adalah faktor spesifik.

Negara dengan modal melimpah dan kekurangan lahan akan menghasilkan lebih banyak barang manufaktur daripada produk pangan, berapa pun harganya. Negara dengan wilayah yang melimpah akan menghasilkan lebih banyak makanan.

Dengan asumsi unsur-unsur lain tetap konstan, peningkatan modal akan meningkatkan produktivitas marjinal dari sektor manufaktur. Demikian pula, peningkatan luas wilayah akan meningkatkan produksi pangan dan mengurangi produksi manufaktur.

Selama perdagangan bilateral, negara-negara menciptakan ekonomi terintegrasi di mana produksi barang manufaktur dan pangan sama dengan jumlah produksi kedua negara. Ketika suatu negara tidak melakukan perdagangan, produksi suatu produk akan sama dengan konsumsinya.

Keuntungan perdagangan lebih besar di sektor ekspor dan lebih kecil di sektor impor yang bersaing.

Model Krugman dan Obsfeld

Model Krugman–Obsfeld adalah model standar perdagangan. Model ini menyiratkan dua kemungkinan yaitu

- Kehadiran kurva penawaran global relatif yang berasal dari kemungkinan produksi.
- Kurva permintaan global relatif yang muncul karena perbedaan preferensi terhadap produk tertentu.

Nilai tukar diperoleh dari titik perpotongan antara kedua kurva tersebut. Nilai tukar yang membaik – dengan asumsi elemen-elemen lain tetap konstan – berarti peningkatan kesejahteraan yang signifikan bagi negara tersebut.

Model Michael Porter

Michael Porter mengidentifikasi empat tahapan pembangunan dalam evolusi suatu negara. Tahapan-tahapan tersebut adalah Faktor-faktor Pembangunan, Investasi, Inovasi, dan Kemakmuran.

Porter membahas secara panjang lebar tentang atribut yang berkaitan dengan **keunggulan kompetitif** yang dapat dicapai suatu organisasi relatif terhadap para pesaingnya, yang terdiri dari Biaya Lebih Rendah dan Diferensiasi. Keunggulan ini berasal dari faktor-faktor yang memungkinkan suatu organisasi untuk mengungguli pesaingnya, seperti posisi pasar yang unggul, keterampilan, atau sumber daya.

Menurut pandangan Porter, manajemen strategis bisnis seharusnya berfokus pada penciptaan dan keberlanjutan keunggulan kompetitif.

Daya Saing Global

Institut Internasional untuk Pengembangan Manajemen mendefinisikan daya saing sebagai “bidang pengetahuan ekonomi yang menganalisis fakta dan kebijakan yang membentuk kemampuan suatu bangsa untuk menciptakan dan mempertahankan lingkungan yang mendukung penciptaan nilai lebih bagi perusahaan-perusahaannya dan kemakmuran yang lebih besar bagi rakyatnya.”

Forum Ekonomi Dunia mendefinisikan daya saing global sebagai “kemampuan suatu negara untuk mencapai tingkat pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) per kapita yang tinggi secara berkelanjutan.”

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Daya Saing Global

Perusahaan bisnis mematuhi aturan dan peraturan yang dibuat oleh pemerintah. Pemerintah memegang peran yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing. Pemerintah harus mendorong perdagangan dengan merekayasa ulang sistem dan prosedur. Pemerintah harus lebih responsif, mengurangi birokrasi yang berbelit-belit.

- **Infrastruktur fisik** memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing global suatu negara. Hal ini akan mengarah pada pergerakan orang, produk, dan layanan yang lebih lancar, serta memfasilitasi pengiriman barang dan jasa yang lebih cepat.
- Lingkungan bisnis harus sedemikian rupa sehingga meningkatkan **koordinasi antar lembaga sektor publik**. Metode terbaik meliputi pemberian dukungan dan insentif untuk kegiatan penelitian dan pengembangan (R&D), pengembangan sumber daya manusia (HRD) dan pendidikan, mendorong inovasi dan kreativitas, memfasilitasi peningkatan blok industri, dan peningkatan produktivitas UKM.
- **Produktivitas faktor total** (TFP) yang tinggi merupakan keuntungan bagi pertumbuhan ekonomi. Hal ini menunjukkan sinergi dan efisiensi penggunaan modal dan sumber daya manusia serta meningkatkan daya saing nasional.
- **Kampanye produktivitas** penting karena meningkatkan kesadaran masyarakat dan menyediakan mekanisme untuk menggunakan alat dan teknik produktivitas.
- **Mengintensifkan aktivitas penelitian dan pengembangan** yang berkontribusi pada kreativitas, inovasi, dan Pengembangan teknologi lokal juga merupakan faktor penting.
- **Meningkatkan kapasitas UKM** agar menjadi pemasok dan eksportir yang semakin produktif memiliki makna strategis.