



EUREKA
MEDIA AKSARA



BISNIS INTERNASIONAL

SUATU KAJIAN TENTANG

TRANSAKSI PERDAGANGAN INTERNASIONAL DAN INVESTASI ASING



Dr. Ir. Raden Achmad Harianto, B.Sc., M.M.

Biografi Penulis



Dr. Ir. Raden Achmad Harianto, B.Sc., M.M.

Putera Jakarta, Kelahiran 18 April 1958, tidak pernah bercita-cita jadi seorang Dosen, kehidupan ini membawa saya sebagai seorang Dosen. Takdir ini sudah ditentukan oleh Allah SWT subhanallah walhamdulillah.

Pendidikan Bachelor of Science (B.Sc), Teknologi Tekstil Lulus tahun 1984 dari UPN Veteran Jakarta, Sarjana Ingenieur (Ir.) bidang Teknik Manajemen Industri Lulus tahun 1992, Magister Manajemen (S2) Lulus tahun 2002, Doktor (S3) bidang Manajemen Lingkungan Lulus tahun 2009 dari Universitas Negeri Jakarta (State University of Jakarta)

Riwayat Pekerjaan Tahun 1983 PT. South Pasific Viscose sebagai Supervisor, Tahun 1986 SAMSUNG Co. Ltd. Representative Office sebagai Manager, Tahun 1989 Kadin Komite Vietnam sebagai Deputy Director, Tahun 1992 Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran Jakarta sebagai Dosen Tetap. Tahun 2000 – 2004 Universitas Islam Syekh-Yusuf sebagai Sekertaris Jurusan Teknik Manajemen Industri, Tahun 2013 – 2017 sebagai Dekan Fakultas Teknik UNIS Tangerang, dan Tahun 2017 sebagai Ketua Program Studi Magister Manajemen (S2) Pascasarjana Universitas Islam Syekh – Yusuf Tangerang.

Riwayat Peran Organisasi Profesi : 1. Anggota Ikatan Sarjana Teknik Manajemen Industri (ISTMI) Tahun 2003, 2. Anggota Persatuan Insinyur Indonesia (PII) Tahun 2013, dan 3. Anggota Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) Tahun 2013, 4. Anggota Direktori Professor LLDikti – 4 Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi (Kemdikbudristek) Tahun 2017.



EUREKA
MEDIA AKSARA

Penerbit:
CV. EUREKA MEDIA AKSARA
Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-97936-9-2



9 786239 793692

BISNIS INTERNASIONAL
Suatu Kajian Tentang :
TRANSAKSI EKONOMI PERDAGANGAN DAN
INVESTASI ASING

Dr. Ir. Raden Achmad Harianto, B.Sc., M.M.



EUREKA
MEDIA AKSARA

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

BISNIS INTERNASIONAL
Suatu Kajian Tentang :
TRANSAKSI EKONOMI PERDAGANGAN DAN
INVESTASI ASING

Penulis : Dr. Ir. Raden Achmad Harianto, B.Sc., M.M.

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Endar Widi Sugiyo

ISBN : 978-623-97936-9-2

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, SEPTEMBER 2021**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2021

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Penulis menyadari bahwa diktat buku ini masih jauh dari sempurna, karena adanya keterbatasan yang ada pada sumber yang ditulis itu sendiri. Tetapi dengan keinginan serta rasa tanggung jawab, maka penulis berusaha menyusun secara *applicable* dan ringkas pokok-pokok materi Bisnis Intemasional dengan mudah dicema namun demikian tidak berarti mengurangi bobot ilmiahnya.

Maksud dan tujuan dari penulisan buku diktat yang singkat ini, kasus untuk materi kuliah Bisnis Intemasional untuk melengkapi catatan kuliah bagi mahasiswa. Meskipun demikian ini masih bersifat terbatas materinya sehingga mahasiswa dianjurkan untuk membaca buku-buku Bisnis Intemasional yang lain dari berbagai pakar Bisnis terkemuka agar memenuhi standar silabus dan kurikulum nasional.

Penulis mengharapkan kritik terhadap penyusunan diktat buku ini, semoga dapat menambah wawasan dan kemajuan ilmu pengetahuan pada umumnya dan khususnya bagi disiplin ilmu ekonomi manajemen.

WassalamualaikumWr.Wb.

Penulis,

Dr. Ir. R.A. Harianto, B.Sc., M.M.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I PENGERTIAN BISNIS INTERNASIONAL	1
A. Definisi Bisnis Intemasional.....	1
B. Perbedaan Bisnis Int'l dengan Ekonomi Int'l.....	1
C. Macam Perusahaan katagori TNC	2
D. Penggolongan Bisnis Intemasional	2
BAB II METODE GO INTERNASIONAL	3
A. Ekspor.....	3
B. Pemberian Lisensi	4
C. <i>Franchising</i>	5
D. Kontrak Manajemen.....	6
E. Kontrak Manufaktur	6
F. Investasi Langsung.....	6
G. Patungan (<i>Join Venture</i>)	7
H. Membuka Cabang	8
I. Operasi Global.....	8
J. Investasi Portofolio	8
BAB III MOTIVASI INTERNASIONALISASI BISNIS	9
BAB IV <i>BALANCE OF PAYMENT</i>	11
A. Anatomi Neraca Pembayaran	12
B. Faktor yang mempengaruhi transaksi berjalan.....	13
C. Faktor yang mempengaruhi Neraca Modal	14
D. Ketidakseimbangan Neraca Pembayaran	14
BAB V PASAR MODAL INTERNASIONAL.....	16
A. Dampak Melonjaknya Transaksi Internasional	16
B. Struktur Valas.....	17
BAB VI PERBANKAN INTERNASIONAL	19
A. Strategi Intemasional Perbankan.....	20
B. Jenis Perbankan Intemasional	20
BAB VII PERUSAHAAN TRANSNASIONAL (TNC).....	21
A. Peranan TNC dalam ekonomi Global & Implikasinya ...	21
B. Asal Usul TNC.....	23
C. TNC dan Pasar Keuangan Global	24

BAB VIII INTERNATIONAL <i>FINANCE</i>	26
BAB IX INTERNATIONAL <i>MARKETING</i>	31
A. Kerangka Pemasaran Internasional.....	31
B. Perusahaan-Perusahaan Multinasional (MNC)	31
C. Strategi-Strategi Memasuki Pasar Internasional.....	32
D. Keuntungan Lisensi	32
E. Kerugian Lisensi	33
F. <i>Joint Venture</i>	33
G. <i>Manufacturing</i>	34
DAFTAR PUSTAKA	58
RIWAYAT PENULIS	59

BISNIS INTERNASIONAL

**Suatu Kajian Tentang :
TRANSAKSI EKONOMI PERDAGANGAN
DAN INVESTASI ASING**

1

PENGETIAN BISNIS INTERNASIONAL

A. Definisi

Bisnis Intemasional adalah segala aktivitas bisnis yang melewati batas-batas wilayah suatu negara. (Mudrajad K. 1996 : h.37).

Bisnis Intemasional adalah suatu studi tentang transaksi ekonomi yang meliputi perdagangan (ekspor impor barang) dan *Foreign Investment* (baik *direct* maupun Portofolio) yang dilakukan oleh individu dan perusahaan atau organisasi dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan para individu dan organisasi tersebut. (Hamdy Hady, 2001 : h.99).

B. Perbedaan Bisnis Int'l Dan Ekonomi Int'l

1. Studi bisnis Intemasional lebih menekankan multi aspek dari aplikasi transaksi intemasional, sedangkan studi ekonomi intemasional lebih menekankan aspek teori ekonomi *normative* dari transaksi intemasional.
2. Karena bersifat multi aspek, maka studi bisnis intemasional mempunyai pendekatan *interdisciplinery*, sedangkan studi ekonomi Intemasional lebih menekankan aspek ilmu ekonomi.
3. Studi Bisnis Intemasional lebih menekankan aspek mikro, sedangkan Studi ekonomi intemasional lebih menekankan pada aspek makro.
4. Studi bisnis Intemasional lebih menekankan aspek manajerial strategi, Sedangkan Ekonomi intemasional lebih menekankan aspek teoritis.

C. Macam Perusahaan Katagori Transnasional

Macam perusahaan transnasional (TNC) bisa dalam bentuk :

1. Perusahaan Intemasional.
2. Perusahaan Multinasional (MNC).
3. Perusahaan Global.

Tetapi perusahaan *Multinasional Corporation* (MNC) tidak bisa dikatakan perusahaan transnasional (TNC).

D. Penggolongan Bisnis Internasional Bisnis Global

Tidak dapat dipungkiri, gelombang globalisasi yang melanda seluruh negara di dunia membuat bisnis internasional menjadi peluang yang semakin menarik. Bisnis internasional berbeda dengan bisnis dalam negeri karena ada perbedaan dalam aspek: ekonomi, budaya, pemerintah dan politik.

Ada 2 macam penggolongan bisnis internasional:

1. Jenis Aktivitas Bisnisnya
 - a. Perdagangan luar negeri yaitu aktivitas ekspor dan impor barang.
 - b. Perdagangan jasa seperti asuransi, perbankan, hotel, konsultan, travel, dan transportasi.
 - c. Investasi portofolio seperti pembelian obligasi/saham dalam negeri oleh orang/perusahaan asing tanpa kontrol manajemen.
 - d. Investasi langsung seperti PMA atau FDI (*Foreig'n Direct Invesment*).

Adanya penggolongan pos dalam neraca pembayaran, menjadi neraca perdagangan (mencatat perdagangan barang) transaksi berjalan (memasukkan transaksi jasa) dan neraca modal.

2. Tahap Evolusioner

dimana perusahaan tidak mungkin tumbuh dan berkembang menjadi perusahaan multinasional tapi tidak semua mencapai tahap ke 4/5 (lihat Gambar 3.1). Perbedaan antara perusahaan multinasional dengan global. Perusahaan multinasional beroperasi melewati batas-batas wilayah negara namun memperlakukan setiap negara sebagai pasar yang berbeda.

2

METODE GO INTERNASIONAL

Metode-metode GO internasional terdiri atas 10 macam sebagai berikut:

- a. Ekspor
- b. Pemberian lisensi
- c. *Franchising*
- d. Kontrak manajemen
- e. Kontrak manufaktur
- f. Investasi langsung
- g. Patungan
- h. Membuka cabang
- i. Operasi global
- j. Investasi portofolio

A. Ekspor

Aktivitas ekspor adalah bentuk keterlibatan perusahaan dalam bisnis internasional yang paling sederhana.

Jenis Ekspor

1. Langsung
2. Tidak langsung (ada perantara) antara lain:
 - a. Agen ekspor manufaktur, yang menjual produk perusahaan di luar negeri.
 - b. Wakil manufaktur, yang menjual produk-produk eksportir di pasar di luar negeri.
 - c. Agen komisi ekspor yang bertindak sebagai pembeli untuk pasar luar negeri.
 - d. Pedagang ekspor yang memeli dan menjual produknya sendiri untuk berbagai pasar.

Untuk aktivitas ekspor diperlukan:

- a. Izin dari pemerintah dalam negeri.
- b. Jaminan transportasi yang dapat dipercaya dan asuransi transit.
- c. Dipenuhi syarat-syarat dari negara pengekspor seperti pembayaran bea cukai, deklarasi dan pengawasan.
- d. Sistem pembayaran.

Tabel 2.1 Kelebihan dan Kekurangan
Metode Ekspor

Kelebihan	Kekurangan
a. Resiko amat kecil, meningkatkan penjualan dan, mengurangi stok perusahaan.	a. Melakukan ekspor mungkin lebih mahal dibandingkan metode lain dilihat dari perunitnya terutama biaya-biaya, komisi, bea ekspor, pajak dan transportasi dan juga kesalahan yang sering dilakukan oleh pemula.
b. Eksportir tidak terlibat dalam masalah yang berkaitan dengan iklim usaha di luar negeri.	b. Ekspor kurang dapat digunakan sebagai alat penetrasi pasar yang optimal karena pengepakan atau promosi yang kurang digarap dengan benar.
c. Melakukan ekspor merupakan cara mudah untuk mengidentifikasi potensi pasar dan memperkenalkan merk dagang.	c. Tambahan pangsa pasar dapat hilang bila pesaing lokal menjiplak produk/jasa yang ditawarkan eksportir.

B. Pemberian Lisensi

Melalui lisensi, perusahaan menghibahkan beberapa hak (*intangible right*) kepada perusahaan asing yang meliputi pemberian hak untuk memproses hak paten, program, merk, hak cipta atau keahlian. Penerima lisensi membeli kekayaan milik perusahaan lain dalam bentuk pengetahuan (*know how*) secara implisit kepada perusahaan lain.

Tabel 2.2 Kelebihan dan Kekurangan
Metode Lisensi

Kelebihan	Kekurangan
a. Pemberi lisensi menerima tambahan dibanding hanya terpaku pada suatu proses/metode di dalam negeri.	a. Membatasi kesempatan mendapat keuntungan di masa depan karena hak khusus perusahaan diperluas sampai pada periode tertentu.
b. Dapat memperluas siklus hidup produk perusahaan	b. Dengan memberikan hak kepada perusahaan lain, perusahaan pemberi lisensi kehilangan kontrol terhadap kualitas produk dan proses
c. Perusahaan lisensi sering mengalami peningkatan penjualan atas penggantian suku cadang diluar negeri.	penyalahgunaan kekayaan dan bahkan perlindungan terhadap reputasi perusahaan.
d. Bagi perusahaan penerima lisensi akan mendapat hak memproses dan teknologi, yang pada gilirannya mengurangi biaya riset dan pengembangan.	

C. Franchising

Hampir sama dengan pemberian lisensi, bedanya selain menghibahkan izin penggunaan nama, proses, metode/merk, perusahaan membantu penerima *franchise* dalam operasi dan atau pasok bahan mentah. Pemberi *franchise* biasanya lebih memiliki kontrol terhadap kualitas produk dari pada hanya memberi lisensi. Sama dengan lisensi harus membayar sejumlah

komisi dari penjualan/ penerimaan yang diperolehnya kepada perusahaan yang memberi *franchise*.

D. Kontrak Manajemen

Terjadi apabila menyewakan keahliannya/ pengetahuan kepada perusahaari/pemerintah dalam bentuk orang yang datang dan mengelola kepentingan mereka. Hal tersebut sering digunakan bila terdapat pemasangan baru, kontrak ini sering dijumpai dalam operasi "*turn key*" dimana perusahaan memberikan jasa penanganan seluruh fasilitas baru, termasuk desain, kontruksi dan pengoperasiannya.

Problem yang dihadapi adalah lamanya waktu kontrak yang mengakibatkan panjangnya jadwal pembayaran.

E. Kontrak Manufaktur

Dalam kontrak ini, TNC melakukan kontrak dengan mitra lokalnya dalam jasa manufaktur. Namun TNC tidak mendirikan lokasi produksi sendiri, melainkan sub kontrak produksi dapat:

1. Kontrak produksi penuh, dimana pabrik lokal memproduksi barang untuk dijual dengan nama sama seperti pabrik asalnya.
2. Kontrak jasa manufaktur parsial, seperti merakit barang atau memproduksi komponen.

F. Investasi Langsung

Berarti benar-benar membuat komitmen atas modal, orang dan kekayaan melampaui batas wilayah negaranya. Investasi langsung dapat berupa:

1. Patungan, bila resiko dan keuntungan dibagi dengan mitra lokalnya.
2. Mendirikan cabang yang dimiliki penuh, dimana TNC memiliki kesempatan untuk meraup keuntungan sekaligus menanggung sendiri semua resiko.

Alasan melakukan investasi langsung:

- a. Memperoleh akses terhadap pasar yang lebih besar.
- b. Mengambil keuntungan atas perbedaan biaya di pasar luar negeri.

- c. Sebagai strategi bertahan untuk menghadapi gerakan pesaing utamanya.

G. Patungan (*Joint Venture*)

Adalah kerjasama bisnis dimana satu atau lebih perusahaan bergabung bersama untuk mendirikan beberapa jenis operasi.

Tabel 2.3 Kelebihan dan Kekurangan Metode Patungan

Kelebihan	Kekurangan
<ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan patungan, TNC dapat meningkatkan pertumbuhan dan akses ke pasar baru, sekaligus menghindari tarif dan pajak yang berlebih. 2. Dapat menetralsir persaingan yang ada dan potensial, sekaligus melindungi perusahaan dari resiko dinasionalisasi karena pemerintah lokal berkepentingan terhadap suksesnya operasi perusahaan. Seringkali lebih mudah memperoleh modal di pasar lokal karena perusahaan lokal terlibat dalam operasi. 3. Dalam banyak kasus, pemerintah lokal memberikan keringanan pajak sebagai insentif bagi perusahaan asing melakukan patungan dengan perusahaan lokal. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagi TNC, patungan berarti membatasi repatriasi keuntungan ke kantor pusatnya. 2. Bila operasi usaha berhasil, seringkali mengundang nasionalisasi oleh pemerintah negara tuan rumah. 3. Menimbulkan masalah kontrol dan pengambilan keputusan. Sebagai contoh, pihak yang berbeda memiliki tujuan yang berbeda dalam patungan.

H. Membuka Cabang

Dengan mendirikan cabang diluar negeri yang dimiliki penuh, suatu perusahaan dapat menjaga kontrol menyeluruh terhadap pemasaran, penentuan harga, keputusan produksi dan mempertahankan kelebihan teknologi.

I. Operasi Global

Akan dapat mengambil peluang bisnis yang terjadi diseluruh dunia dan tidak terbatas pada sektor tertentu.

J. Investasi Portofolio

Dapat berupa investasi dalam surat-surat berharga dapat diperjual belikan di pasar internasional seperti uang, obligasi, surat dagang, setifikat, deposito dan saham, rekening bank di luar negeri atau pinjaman luar negeri.

Investor yang memutuskan untuk membeli surat berharga didorong beberapa alasan:

1. Melakukan deversifikasi portofolio diantara berbagai pasar dan lokasi.
2. Untuk memperoleh keuntungan yang lebih tinggi.
3. Menghindari resiko politik.
4. Berspekulasi di pasar valuta asing.

3

MOTIVASI MELAKUKAN INTERNASIONALISASI BISNIS

Alasan banyak ekspansi ke luar negeri

1. Teori pasar tidak sempurna

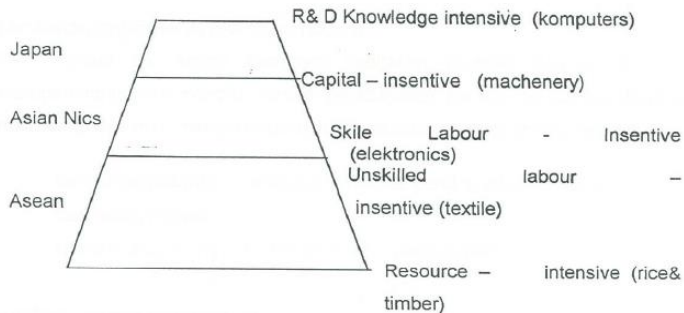
Dimana sumber daya sering tidak mudah/bebas ditransfer antar negara:

- a. Biaya informasi nol (tanpa biaya informasi satu sen).
- b. Mobilitas tenaga kerja.
- c. Tidak ada biaya pengangkutan mesin-mesin, sumber daya alam dan produk lain antar negara.
- d. Tidak ada biaya untuk mentransfer dana antar Negara.
- e. Satu mata uang tunggal digunakan oleh ke 2 negara.

2. Teori keunggulan komparatif

Menekankan spesialisasi dapat meningkatkan efisiensi produksi (lihat gambar).

Gambar 3.1 Anak Tangga Keunggulan Komparatif



"Created" comparative advantage: Porter & Krugman type export

"Natural comparative advantage: Ricardo & Ohlin type export

3. Teori siklus hidup produk

Perkembangan hidup suatu produk mengikuti siklus yang terdiri dari 4 tahap yaitu:

- a. Masa awal, dimana perusahaan baru mulai memperkenalkan produknya.
- b. Masa pertumbuhan
- c. Masa kematangan
- d. Masa penurunan.

Teori ini menjelaskan bahwa keunggulan komparatif atas suatu produk baru. Pertama-tama dari negara-negara maju di transfer ke negara yang kurang berkembang lewat perdagangan dan investasi.

4

BALANCE OF PAYMENT

Di pasar pertukaran uang asing, nilai mata uang berdasarkan pada tingkat rata pertukaran nilai uang tersebut dengan nilai tukar uang negara lain, juga tergantung pada penawaran dan permintaan, jika permintaan satu *currency* lebih tinggi dari yang lain maka penawaran akan dihargai, jika tidak bila penawaran lebih tinggi dari pada permintaan maka nilai uang tersebut akan tidak dihargai.

Pada umumnya, setiap barang yang diekspor membawa sebuah permintaan bagi uang lokal, sebaliknya jika perusahaan Indonesia impor barang' dari luar negeri, maka perusahaan Indonesia harus menjual rupiah kepada uang asing untuk membayar impor tersebut → *demand* untuk \$, *supply* untuk Rp.

Catatan: *Balance of payment* menyediakan catatan berupa *supply* dan *demand*. *The balance of payment* terutama digunakan untuk menjelaskan status dari negara tersebut di perdagangan dan investasi internasional.

Balance of payment (neraca pembayaran) adalah suatu sistem akuntansi yang mencatat seluruh transaksi ekonomi yang meliputi ekspor dan impor barang/jasa, arus modal yang masuk dan keluar, hibah dan pembayaran transfer lain, dan perubahan cadangan devisa suatu negara.

Oleh karena itu, setiap formulasi kebijakan moneter dan fiskal harus mempertimbangkan kondisi neraca pembayaran karena neraca pembayaran membantu dan meramalkan potensi suatu negara terutama jangka pendek.

1. Neraca pembayaran merupakan indikator penting adanya tekanan terhadap kurs suatu negara.
2. Negara yang mengalami defisit neraca pembayaran.

A. Anatomi Neraca Pembayaran

Rekening-rekening neraca pembayaran merupakan suatu prosedur yang sistematis mengukur, merangkum dan menyatakan dampak seluruh transaksi ekonomi dan finansial yang dilakukan dengan model tata buku (*double entry book keeping*) yang mempunyai sisi kredit dan debit. Total kredit dan debet akan sama bila neraca pembayaran negara tersebut dalam kondisi seimbang. Namun demikian bisa saja terjadi defisit atau surplus.

Anatomi neraca pada dasarnya mempunyai 2 bagian yang utama.

1. Rekening transaksi berjalan (*current account*) yang mencatat seluruh transaksi barang dan jasa, dibagi atas:
 - a. Neraca perdagangan (*balance of trade*) yang mencatat antara selisih ekspor dan impor
 - b. Neraca jasa (*services balance*) yang mencatat transaksi ekspor dan impor jasa termasuk bunga, deviden, pengeluaran militer, dan turis.
 - c. Neraca Transfer unilateral, mencatat hibah baik perseorangan maupun pemerintah dengan internasional.

Sumber-sumber dana ditunjukkan oleh tanda positif (kredit) sedangkan penggunaan dana ditunjukkan oleh tanda negatif (debit).

2. Rekening modal (*capital account*)

Yang menunjukkan aliran modal finansial, baik yang langsung diperdagangkan (portofolio dalam bentuk saham, obligasi dan surat-surat berharga internasional) maupun membayar barang dan jasa.

Rekening ini mencerminkan perubahan kepemilikan jangka panjang dari suatu negara.

Transaksi dalam rekening modal diklasifikasikan sebagai:

- a. Investasi portofolio (pembelian aset finansial dengan masa jatuh tempo dari 1 tahun).
- b. Investasi jangka pendek (surat-surat berharga dengan jatuh tempo kurang dari 1 tahun).

- c. Investasi asing langsung dimana terdapat kontrol manajemen baik parsial maupun penuh.
- d. Pinjaman luar negeri yang dilakukan oleh pemerintah. Jumlah seluruh pos debit dan kredit selalu nol. Surplus transaksi berjalan sama dengan defisit rekening modal.

Balance of capital account.

- 1) *Direct invesment abroad (-)*
- 2) *Direct invesment in domestic economy (+)*
- 3) *Portofolio invesment abroad (-)*
- 4) *Portofolio invesment in domestic economy (+)*

B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Transaksi Berjalan

- 1. Inflasi domestik, yaitu inflasi negara \uparrow maka keseimbangan transaksi \downarrow , karena konsumen dan perusahaan domestik akan cenderung mengimpor lebih banyak barang dan jasa (karena inflasi domestik yang tinggi) dan mengekspor sedikit.
- 2. Pendapatan domestik, bila pendapatan siap pakai negara \uparrow dalam % yang lebih tinggi dibanding partner dagang utamanya, keseimbangan transaksi berjalan \downarrow . karena bila pendapatan \uparrow maka konsumsi akan barang dan jasa \uparrow termasuk konsumsi barang dan jasa dari luar negeri.
- 3. Kurs valuta asing (valas), bila mata uang suatu negara mengalami apresiasi relatif terhadap partner dagang utamanya. Keseimbangan transaksi berjalan \downarrow , karena ekspor menjadi lebih mahal akibat menguatnya mata uang domestik. Akibatnya permintaan luar negeri terhadap ekspor \downarrow , sebaliknya permintaan terhadap impor \uparrow .
- 4. Retriksi pemerintah, pemerintah pusat dapat mempengaruhi keseimbangan transaksi berjalan dengan mengenakan bea masuk maupun kuota terhadap barang produksi luar negeri.
Tarif (bea masuk) adalah suatu jenis pajak yang dikenakan terhadap barang impor. Akibatnya impor menjadi lebih mahal karena menurunnya permintaan domestik terhadap impor tersebut. Kuota adalah batas jumlah maksimum yang boleh diimpor.

C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Neraca Modal

Bila rekening modal mengalami surplus berarti terjadi arus modal neto yang masuk ke dalam negara tersebut. Dengan kata lain penduduk domestik menjual lebih banyak aset finansial ke luar negeri dari pada membeli dari luar negeri. Sebaliknya rekening modal yang defisit berarti terjadi aliran modal neto yang dikeluarkan.

Faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keseimbangan rekening modal.

1. Suatu negara dapat mengenakan pajak penghasilan khusus terhadap investor asing yang melakukan investasi di negara tersebut. Kebijakan ini akan cenderung mengurangi insentif dalam membeli surat-surat berharga luar negeri karena dapat meningkatkan rekening modal (\pm jangka pendek).
2. Liberalisasi atas kontrol terhadap aliran modal internasional secara bertahap.
3. Antisipasi pergerakan kurs valas oleh para investor surat berharga.

D. Ketidakseimbangan Neraca Pembayaran

Pengertian defisit/surplus berubah sejak sistem kurs mengambang. Neraca pembayaran secara sederhana.

$$\text{BOP} = (X-M) + (C_1 - C_0) + F \times B$$

BOP adalah neraca pembayaran

$(X-M)$ adalah neraca transaksi berjalan, yang merupakan seluruh antara X (ekspor) dan impor (M) barang jasa.

$(C_1 - C_0)$ adalah neraca transaksi modal yang merupakan selisih antara *capital inflows* dan *capital outflows*.

$F \times B$ adalah cadangan devisa negara tersebut.

Mekanisme penyesuaian terhadap ketidak seimbangan neraca amat bervariasi.

1. Penyesuaian dalam sistem kurs tetap

Sistem kurs tetap ditandai dengan nilai kurs yang konstan atau berfluktuasi namun dalam batas-batas yang amat sempit. Dalam sistem ini tugas dan tanggung jawab pemerintah (otoritas moneter) untuk menjaga agar $\text{BOP} = 0$. bila tidak, pemerintah bertanggung jawab melakukan

intervensi dalam pasar valas dengan menggunakan cadangan devisa.

2. Penyesuaian dalam sistem kurs mengambang

Dalam kurs mengambang bebas, pemerintah tidak perlu campur tangan dalam pasar valas karena kurs suatu mata uang ditentukan sepenuhnya mekanisme pasar.

Dalam sistem kurs mengambang terkendali, seperti Indonesia, penentuan kurs setiap hari diserahkan kepada mekanisme pasar, pemerintah seringkali merasa perlu untuk mengambil tindakan untuk menjaga kurs pada nilai yang dikehendaki.

3. Bagaimana neraca pembayaran Indonesia?

Memperlihatkan perkembangan neraca pembayaran 1979/80 1992/93.

- a. Neraca perdagangan Indonesia setahun surplus, dari tahun ke tahun, artinya ekspor barang lebih banyak dibanding impor barang.
- b. Neraca transaksi berjalan umumnya defisit (kecuali 1979/80 dan 1980/81) akibat defisit terhadap transaksi jasa, artinya ekspor jasa lebih kecil dibanding impor jasa.
- c. Neraca modal umumnya positif (surplus) berarti arus modal yang masuk ke Indonesia lebih banyak dibanding arus modal yang keluar.

5

PASAR MODAL INTERNASIONAL

Pasar modal internasional melayani tranfer dana jangka panjang dalam wujud investasi ekuiti. Pertumbuhan yang paling mengesankan adalah diakibatkan oleh *Internasional Mutual Funds*, selain memiliki lebih banyak Intormasl mengenai perusahaan-perusahaan asing, juga merupakan akses yang lebih mudah ke pasar internasional dibanding investor individu sehingga dapat mengumpulkan dana dari investor individu untuk menciptakan suatu portofolio saham intemasional.

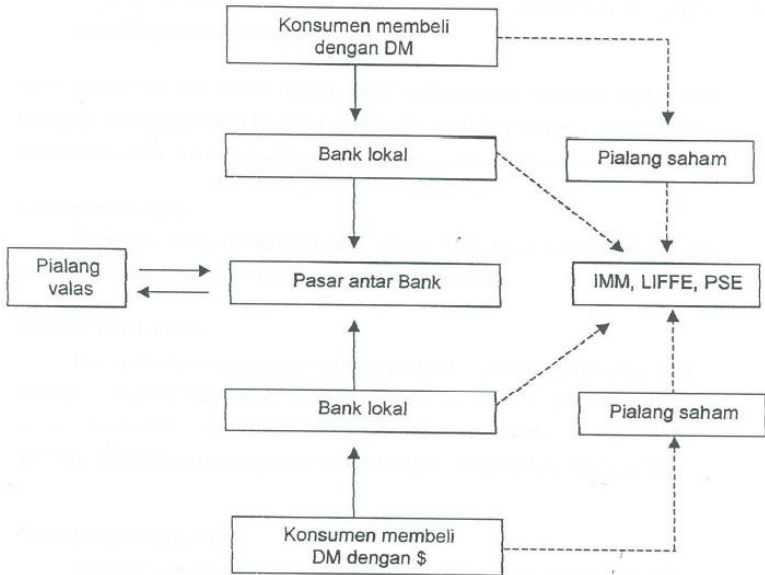
A. Dampak Melonjaknya Transaksi Internasional

Fakta menunjukkan globalisasi pasar valas tumbuh lebih cepat dibanding investasi internasional dengan laju perputaran bersih terpusat di 3 pasar keuangan yaitu London, New York, dan Tokyo.

Derasnya gelombang globalisasi dari perkembangan pasar modal yang, menuju. "*fully integrated markets*" artinya para pemodal dapat melakukan diversifikasi investasi dimana saja tanpa hambatan sehingga pembentukan harga lebih dipengaruhi harga lokal maka pasar modal disebut *segmented markets*.

B. Struktur Valas

Gambar 5.1 Struktur Valas



Pelaku ekonomi yang utama:

1. Individu
2. Institusi → asuransi, *mutual funds*, bank.
3. Perbankan (terutama bank-bank komersial)
4. Bank sentral dan lembaga lain milik pemerintah

Bank sentral memasuki pasar valas luar negeri, ada beberapa alasan:

- a. Membeli mata uang asing untuk mendongkrak devisa karena *over valued* oleh pasar.
 - b. Untuk mempengaruhi nilai mata uangnya dan mata uang penting lain agar bergerak sesuai dengan nilai yang menurut bank sentral sesuai dengan kepentingan ekonomi negara
5. Spekulan dan arbitraser

Peran mereka dalam pasar valas semata-mata didorong oleh motif mengejar keuntungan dari fluktuasi drastis yang terjadi di valas → mereka tidak mempunyai transaksi bisnis atau komersial yang perlu dilindungi di pasar valas.

6. Pialang dan valas.

a. Pialang pasar valas

Perantara yang menghubungkan antara pihak yang membutuhkan dan menawarkan valas di pasar valas → *hot line* → *brokerage*.

b. Meramal valuta asing

Meramal valas merupakan strategi yang amat penting bagi usaha bisnis internasional yang melibatkan transfer dana dari satu mata uang ke mata uang asing, kapan harus menginvestasi atau meminjam valas untuk operasi dan lain-lain, juga rnelakukan *hedging* guna mengantisipasi resiko akibat fluktuasi valas.

6

PERBANKAN INTERNASIONAL

Pertumbuhan bisnis internasional sejak akhir PD II bersesuaian dengan pertumbuhan pusat-pusat keuangan internasional dengan perbankan internasional sebagai lembaga perantara utama di pusat keuangan tersebut. Perbankan internasional mendukung dan membantu aktivitas bisnis TNC dengan cara:

1. membayar impor dan ekspor,
2. memperdagangkan valas dan *currency options*,
3. meminjam dan meminjamkan dan di pasar EURO *currency*,
4. mengorganisasi dan berpartisipasi dalam kredit sindikasi internasional,
5. beroperasi sebagai bank lokal yang melayani penyimpanan deposito dan kredit dalam mata uang domestic, dan
6. menyediakan informasi dan memberi nasehat bagi langganan termasuk TNC.

Pusat-pusat keuangan internasional melakukan 3 jenis transaksi:

1. Menyediakan dana bagi pelanggan domestik dengan peran klasik membatasi antara investor/deposan dan peminjam.
2. Melayani pasar internasional dimana dan domestik disalurkan kepada langganan di luar negeri, atau dana dari luar negeri disalurkan untuk langganan domestik.
3. Melayani pasar *offshore*, dimana dana luar negeri disalurkan untuk langganan luar negeri.

A. Strategi Internasional Perbankan → Evolusioner (Giddy, 1980)

1. *Arm's length international banking*

Terjadi bila bank domestik meneruskan misi perbankan internasional dari negara asalnya, yaitu menerima deposito dalam valas dan merupakan pinjaman interbasional, langganan utamanya adalah importir dan eksportir, turis, dan bank asing.

2. *Offshore banking*

Dalam tahap ini bank menerima deposito, menyalurkan pinjaman investasi dalam EURO *currency*. Bank jenis ini aktif dalam membeli dan menyalurkan dana-dana jangka pendek, pinjaman sindikasi dan perdagangan valas.

3. *Host country banking (multinasional banking)*

Pada tahap ini bank menawarkan segala jasa pelayanan negara lain lewat cabang dari bank induknya. Bank ini bersaing dengan bank-bank lokal dalam menarik deposito dan menyalurkan kredit dalam mata uang lokal di suatu negara.

B. Jenis Perbankan Internasional

Mempunyai jaringan global, dapat digolongkan:

- a. *Correspondent banks*
- b. *Representatif offices*
- c. *Branch bank*
- d. *Subsidiaries*
- e. *Affiliates*

7

PERUSAHAAN TRANSNASIONAL

A. Peranan Perusahaan Transnasional Dalam Ekonomi Global Dan Implikasinya Bagi Indonesia

PP No 20/1994, implikasinya:

1. Indonesia semakin terbuka terhadap Investasi asing.
2. Investasi asing di Indonesia, terutama yang langsung sebagian besar dilakukan oleh TNC.

Ada 4 macam evolusi perusahaan dalam era globalisasi yaitu:

1. Perusahaan domestik
2. Perusahaan internasional
3. Perusahaan multinasional
4. Perusahaan global

Berdasarkan tingkat proteksinya, semakin besar semakin (lihat gambar 4.1).

Pada tahap I, untuk tetap dia harus diberi tarif yang cukup tinggi agar impor dari negara maju tidak dapat mudah masuk.

Pada tahap II, karena industri domestik sudah tumbuh menjadi remaja, pemerintah sedikit demi sedikit mengurangi tingkat proteksi nominal dan efektif.

Pada tahap III, negara tersebut mulai menetapkan proteksi yang selektif, baik menurut sektor maupun perusahaan dan tidak lagi mengurangi proteksi secara makro/sektoral. Perusahaan domestik yang telah "dewasa" biasanya melakukan intilasi bisnis (lihat gambar 4.1)

Menurut Peter F. Drucker, perusahaan multinasional aslinya terdiri dari perusahaan induk (*parent company*) dengan beberapa anak (*oreign daughters*) di luar negeri. Perusahaan induk biasanya merancang dan memproduksi untuk pasar

domestik di negara asal, anak perusahaan di luar negeri tidak merancang sama sekali hanya memproduksi dan menjual di negaranya, tetapi sekarang agak membaaur.

Manajer keuangan perusahaan transnasional melakukan sentralisasi pengelolaan uang untuk semua anggota grup. Manajemen puncak suatu perusahaan transnasional berasal dari manajemen perusahaan induk. Setiap unit memiliki manajemen lokal sendiri-sendiri.

TNC lebih banyak digunakan daripada multinasional karena mengandung arti yang lebih luas karena beroperasi setidaknya dua negara sedangkan MNC merupakan pengusaha yang melakukan bisnis di sejumlah negara dan biasanya diatur dalam suatu defisit global sehingga TNC dapat perusahaan internasional, perusahaan multinasional → perusahaan global.

Faktor pendorong pertumbuhan TNC

1. Hasrat untuk mengejar keuntungan global, TNC adalah suatu perusahaan kapitalis → pelaku kapitalis.
2. Keinginan mencari dan memperoleh *suplay* bahan mentah (*raw material sekeres*) → VOC.

Dewasa ini TNC jenis ini masih dijumpai pada TNC yang menggarap pertambangan dan minyak.

3. Melayani secara langsung (*Market seekers*), Seperti: IBM, Coca cola, unilever.
4. Meminimum biaya (*cost minimizer*).

TNC jenis ini mencari dan melakukan investasi di luar negeri agar tetap kompetitif baik di negara asal maupun di luar negeri, contoh industri elektronik.

5. Berdasarkan jalur evolusi suatu TNC, melakukan ekspansi ke luar negeri adalah meminimumkan suatu resiko untuk beroperasi dalam lingkungan asing yang diliputi ketidakpastian. (lihat gambar 4.2)

Peranan TNC

Terutama karena:

1. TNC dapat mengendalikan aktivitas ekonomi lebih dari satu Negara.
2. Kemampuan TNC untuk memanfaatkan perbedaan geografis antar negara dan daerah khusus dalam segi faktor *endowments* (termasuk kebijakan pemerintah).
3. Kemampuan TNC untuk memindahkan suatu daya dan operasi lintas lokal dalam skala global.

Fenomena TNC → teori perdagangan 'tradisional' menjadi tidak relevan. Teori perdagangan klasik biasanya mengasumsikan bahwa barang dan jasa dapat bebas bergerak antar negara, namun faktor-faktor produksi seperti modal, tenaga kerja, tanah relatif tidak bebas berpindah. Teori ini mengabaikan peranan faktor ketidakpastian, skala ekonomi dan teknologi dalam perdagangan internasional.

Adam Smith dan Ricardo, keberadaan TNC adalah berdasarkan mobilitas ant'I dan faktor produksi. Dua Karakteristik TNC yang menonjol adalah skala usahanya relatif besar dan operasi bisnisnya yang mendunia, serta cenderung dikontrol secara sentralistik oleh perusahaan induknya, dan TNC memiliki volume penjualan per tahun melebihi produk domestik bruto negara-negara yang sedang berkembang. Misal: *General motors*. (lihat gambar 4.2).

Sejarah mencatat investasi langsung telah didominasi oleh TNC dari AS, Eropa, Jepang dan NICS (negara industri baru) lihat gambar 4.3.

B. Asal-Usul TNC

Tradisi AS menghasilkan TNC yang memiliki internasional struktur dengan ciri adanya devisi domestik dan internasional yang bersaing dalam memanfaatkan sumber daya general manajer menyampaikan laporan kepada wakil presiden internasional dan keterbatasannya pertukaran ide, orang, dan sumber daya.

Tradisi Eropa menghasilkan TNC dengan multinasional struktur, dimana perhatian terutama ditujukan dalam

mendirikan cabang di luar negeri dan general manager menyampaikan laporan langsung kepada eksekutif puncak.

TNC Inggris → industri makanan dan minuman

TNC Jerman → kimia, elektronika, mobil (teknologi tinggi).

Tradisi Jepang menghasilkan TNC dengan ciri global struktur, dimana markas besar mendistribusikan sumber daya tanpa membedakan asal negara dan terdapat kontrol sentral yang kuat.

3 faktor yang membuat TNC Jepang Unik

1. Besarnya keterlibatan pemerintah
2. Peranan kunci yang dimainkan
3. Berlainan dengan TNC

C. TNC dan pasar keuangan global

Salah satu ciri menonjol TNC adalah kemampuannya untuk memindah uang dan keuntungan diantara perusahaan melalui mekanisme transfer internal, mekanisme ini termasuk:

1. *Transfer Pricing* barang dan jasa yang di perdagangkan secara internal.
2. *Inter company loan* yaitu pinjaman yang dilakukan satu unit perusahaan ke unit lain dalam perusahaan yang sama.
3. Pembayaran deviden.
4. *Leading* (mempercepat) dan *longging* (memperlambat) pembayaran internasional dengan affiliasasi lewat modifikasi syarat kredit.
5. pembayaran *fee* dan *royalty*.

Manajemen TNG bukannya tanpa resiko. Fluktusi nilai mata uang dan sistem devisa yang dianut suatu negara akan mempengaruhi nilai pendapatan yang ditransfer dari anak cabang di luar negeri kepada perusahaan induk.

Dari sisi tuan rumah, hadirnya TNC tidak hanya membawa dampak terhadap modal dan keuangan, tetapi juga membawa implikasi teknologi, perdagangan dan keterkaitan, struktur industrial dan kewirausahaan serta kesempatan kerja (Dicker, 1992).

Di Indonesia

1. Peningkatan masuknya TNC ke Indonesia, bukan merupakan industri unggulan.
2. Kinerja TNC umumnya cenderung berorientasi pada pasar negeri → *market seekers*.
3. TNC cenderung memanfaatkan tenaga kerja yang relatif terlalu tinggi dan boros karena upah yang rendah.

Implikasinya

Upaya menarik investasi asing hendaknya tidak dilakukan dengan membabi buta. → harus mempersiapkan perangkatan perpajakan dan hukum, karena TNC amat jeli melihat "*loopholes*" perpajakan, dibidang hukum, kepentingan nasional terutama dalam perlindungan industri domestik indonesiasi dan alih teknologi.

8

INTERNATIONAL FINANCE

Pasar keuangan internasional, memudahkan perdagangan valas dan aliran modal berjalan lancar antar negara.

Dampak ketidaksempurnaan pasar.

Di pasar keuangan domestik, kebutuhan dana pinjaman dan pembiayaan disediakan kreditor/investor dalam negara yang sama. Pada titik ekstrim transaksi internasional dilarang sama sekali, kreditor dan investor dipaksa untuk menyalurkan dananya dalam negeri, pada titik ekstrim lainnya keberadaan pasar sempurna tanpa hambatan (tidak ada biaya transaksi atau pajak) di pasar keuangan dan oasar kekayaan riil (properti) akan menimbulkan kreditor dan investor melakukan transaksi dalam suatu pasar tunggal dan terintegrasi sehingga pasar keuangan akan berintegrasi secara internasional dalam suatu tingkat dimana tidak ada peluang pasar khusus suatu negara. (Fakta menunjukkan bahwa konfigurasi di pasar uang internasional berada di kedua titik ekstrim tersebut). Hambatannya perbedaan pajak, bea masuk, kuota, ketidaklulusan tenaga kerja untuk pindah, perbedaan budaya dan laporan keuangan dan biaya transfer informasi mengakibatkan kondisi ekonomi suatu negara berbeda dengan negara lainnya.

Motif melakukan investasi internasional

Dengan konfigurasi pasar keuangan yang tidak sempurna, ada beberapa motif umum bagi investor dan kreditor sebagai berikut:

1. kondisi perekonomian

Perusahaan di negara tertentu mengharapkan kinerja lebih menguntungkan dengan beroperasi di negara lain

sehingga menarik minat investor dan kreditor untuk membeli surat berharga di Jerman.

2. harapan terhadap kurs valas

Kebanyakan investor membeli surat berharga dalam mata uang yang dinilainya diharapkan mengalami apresiasi terhadap mata uang negara investor. Dari perspektif investor asing kinerja investasi semacam itu amat bergantung dari pergerakan nilai mata uang.

3. Diversifikasi Internasional

Investor besar kemungkinan memperoleh manfaat dari diversifikasi kekayaan portofolionya secara internasional. Bukti empiris menunjukkan bahwa pengurangan resiko dalam jumlah substansial dapat terjadi diversifikasi internasional. Manfaat berupa pengurangan resiko dapat dijelaskan dengan perbedaan kondisi ekonomi antar negara, sehingga seluruh portofolio seorang investor tidak hanya bergantung pada kondisi perekonomian suatu negara.

Motif kreditor menyediakan kredit di pasar internasional

1. tingginya suku bunga internasional

Banyak negara mengalami kekurangan dana yang dapat dipinjamkan → suku bunga domestik relatif tinggi → inflasinya tinggi → kondisi semacam ini akan mendorong kreditor asing untuk berupaya mememanfaatkannya dengan menawarkan modal ke pasar negara tersebut. Inflasi ↑ depresiasi mata uang lokal terhadap mata uang lain.

2. harapan terhadap kurs valas

Kreditor biasanya mensuplai modal kepada mata uangnya mengalami apresiasi terhadap mata uang kreditor.

3. diversifikasi internasional

Para kreditor dapat memperoleh keuntungan dari diversifikasi internasional → mengurangi kemungkinan bangkrutnya pinjaman modal pada saat yang bersamaan.

Motif berburu dana di pasar internasional

Sama seperti investor, kreditor yang mempertimbangkan pasar keuangan internasional dalam mengalokasikan dananya dengan motif:

1. suku bunga rendah

Beberapa negara mengalami kelebihan suplai dana dibanding permintaannya sehingga suku bunga relatif rendah yang akan menarik para peminjam untuk meminjam dari kreditor → inflasi rendah dapat menimbulkan dorongan ke atas terhadap nilai mata uang asing, setiap manfaat bagi peminjam suku bunga yang rendah dapat dihilangkan dengan menguatnya setiap mata uang. Nilai mata uang asing ketika dikonversi kedalam mata uang lokal akan menjadi lebih rendah nilainya dibanding ketika digunakan untuk membeli kembali mata uang asing tersebut untuk membayar pinjaman.

2. harapan kurvalas

Peminjam yang mengharapkan suatu kurs mata uang asing akan mengalami depresiasi, kebanyakan mempertimangkan untuk meminjam valuta asing tersebut dan mengkonversinya kedalam mata uang lokal.

Instrumen dan pasar untuk mempermudah transaksi

Transaksi internasional semakin diperlancar dengan berbagai pasar keuangan internasional (lihat gambar 6.1) menyajikan ilustrasi yang merangkum berbagai jenis pasar keuangan internasional dengan masing-masing jenis transaksinya. Masing-masing pasar ini merupakan spesialisasi yang berbeda fungsinya sebagai perantara unit ekonomi yang memiliki kelebihan dana (*surplus units*) dan unit ekonomi yang kekurangan dana (*defisit units*) jenis pasar yang dikenal dalam pasar keuangan internasional adalah:

1. Pasar EURO *currency*

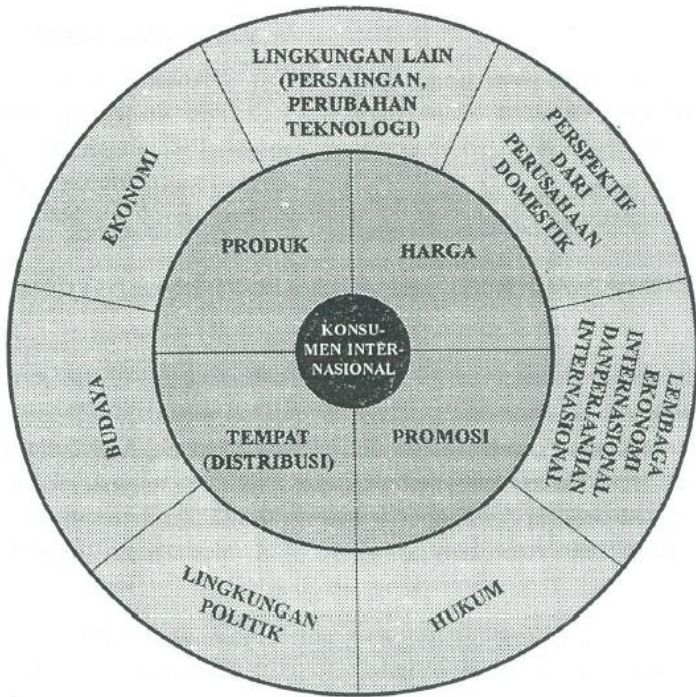
Pasar ini memudahkan transfer dana dana internasional khususnya yang berjangka waktu pendek, dalam pasar ini bank-bank komersial menjadi perantara seperti deposito jangka pendek dalam berbagai mata.

Pertumbuhan pasar EURO dollar dipercepat karena kejadian:

- a. Peraturan AS, 1968 yang membatasi bank-bank AS dalam menarik pinjaman luar negeri.

- b. Suku bunga yang dikenakan pada deposito AS mendorong dilakukannya transfer dollar ke pasar EURO dollar.
 - c. Persyaratan cadangan wajib (*reserve requirements*) tidak dikenakan terhadap deposito EURO dollar, akibatnya bank-bank dapat menurunkan spread dan masih menikmati laba.
 - d. Pasar Euro dollar mendapat kucuran dana melimpah dari negara-negara pengekspor minyak yang baru akibat naiknya harga minyak. Pasar inilah yang mendaur ulang dana tersebut.
2. Pasar EURO *credit*
- Melayani unit ekonomi yang kekurangan dana terutama dalam kredit jangka menengah. Perbedaan pasar I dan II adalah masa jangka waktu kreditnya.
3. Pasar EURO *bond*
- Pasar ini memudahkan transfer dan jangka panjang dari pihak yang kelebihan dana kepada yang kekurangan dana. Beberapa bank komersial berpartisipasi dalam pasar, dengan membeli EURO *bond* (Obligasi) sebagai investasi. Tugas utama bank ini acatah melayani perusahaan besar dan pemerintah dalam memasarkan obligasi. Munculnya pasar ini diakibatkan oleh pajak persamaan bunga (*interest equalization tax*) yang ditetapkan pemerintah AS pada 1963 untuk mencegah investor AS membeli surat-surat berharga luar negeri. Akibatnya peminjam-peminjam di luar AS yang tadinya menjual surat berharga kepada investor AS menoleh ke pasar selain AS → menjamurnya pasar EURO *bond*.
4. Pasar modal internasional
- Pasar modal internasional melayani transfer dana jangka panjang dalam wujud investasi *equity* (*equity investment*). Menumbuhkan adanya internasional *mutual funds*.
5. Pasar *currency swap, futures, options* dan *forward*.

Gambar 8.1 KEPUTUSAN DAN LINGKUNGAN
DARI PEMASARAN INTERNASIONAL



9

INTERNATIONAL MARKETING

A. Kerangka Pemasaran Internasional

a. Faktor-faktor lingkungan internal

Pada dasarnya mengacu pada tujuan perusahaan, organisasi perusahaan dan ketersediaan sumber daya.

b. Faktor lingkungan eksternal

Termasuk kompetisi (persaingan), perubahan teknologi, iklim/situasi ekonomi, pengaruh politik, perubahan sosial budaya, keperluan adanya hukum, etika standard busines yang sekarang, konsumerisme, perubahan diantara saluran-saluran pemasaran.

B. Perusahaan-Perusahaan Multinasional (MNC)

Adalah alat utama dalam perluasan usaha pada skala internasional. Memainkan peran penting dalam alokasi dan penggunaan sumberdaya dunia dengan menghasilkan produk dan jasa barn, dengan cara menciptakan atau stimulasi permintaan untuk produk dan jasa tadi, dan dengan mengembangkan modus-modus barn dari manufaktur dan distribusi.

a. Dimensi MNC : mewakili tingkat paling tinggi dari keterlibatan operasi luar negeri dan dicirikan oleh strategi global investasi, produksi dan distribusi.

b. *Economic Strength > Global Power*

a. Lebih banyak dalam bentuk oligopolistik.

b. Mereka beroperasi pada pasar yang didominasi oleh beberapa penjual.

c. Pemimpin teknologi.

- d. Keahlian khusus dimiliki.
- e. Kemampuan membedakan produknya melalui periklanan.

C. Strategi-Strategi Memasuki Pasar Internasional

- a. Ekspor
 - a. meminimumkan resiko.
 - b. hanya perlu modal kecil.
 - c. mudah rnemulai.
 - d. cara yang baik untuk memperoleh pengalaman intemasional.
- b. Perjanjian kontrak
 - a. *Patent Lisensi Agreements*: biaya tetap atau *royalty* dan termasuk *training*.
 - b. *Turnkey Operations*: berdasarkan biaya tetap atau biaya ditambah suatu kesepakatan dan termasuk konstruksi industri, training staf, dan pelaksanaan produksi awal.
 - c. *Management Contracts*: menggaji personal kunci untuk mengoperasikan perusahaan luar negeri sampai staf lokal sudah mampu mengelola usaha tersebut secara mandiri.
 - d. *Lisensi*. bila resiko pengambil alihan perusahaan dan penahanan investasi asing menciptakan ketidakpastian. *Patent*, rahasia perdagangan, *know-how*, *trademark*, dan nama perusahaan → bayar *royalty* atau bentuk pembayaran lain.

D. Keuntungan Lisensi

1. Lisensi butuh sedikit modal, dan mudah masuk pasar luar negeri.
2. Untuk di heberapa negara seperti negara komunis yang maju, Lisensi adalah satu-satunya untuk bisa masuk pasar (merebut pasar).
3. Lisensi memberikan perpanjangan masa hidup untuk produk yang berada pada tahap matang (dewasa) dari daur hidupnya.
4. Lisensi alternatif yang baik untuk produksi luar negeri dan pemasaran dalam situasi intlasi dunia, kekurangan tenaga terampil, meningkatnya peraturan atau hambatan

pemerintah domestik dan asing, dan pada persaingan internasional yang ketat.

5. Royalti di garansi dan periodik.
6. Perusahaan domestik dapat mengambil manfaat dari *R and D*.
7. Ketika ekspor tidak lagi menguntungkan karena persaingan maka lisensi memberikan alternatif.
8. Lisensi dapat mengatasi biaya transportasi tinggi.
9. Lisensi kebal terhadap pengambilalihan.

E. Kerugian Lisensi

1. Untuk menarik penerima lisensi, suatu perusahaan harus punya teknologi khas, trademark, nama perusahaan atau *brand* yang menarik bagi pemakai potensial luar negeri.
2. Pemberi lisensi (*licenser*) tidak punya kontrol terhadap produksi dan pemasangan yang menerima lisensi.
3. Royalti lisensi tidak usah diperbandingkan dengan nilai investasi potensial (*Rate Royalty* jarang lebih 5% dari penjualan kotor karena peraturan atau larangan pemerintah).
4. Pemegang lisensi bisa kehilangan perhatian dalam memperbaharui kontrak, jika pemberi lisensi tidak membuat inovasi dan teknologi baru.
5. Bahaya dalam menciptakan persaingan. Biaya tinggi bila berpengadilan, karena tidak ada pengadilan internasional untuk ini.

F. Joint Venture

- a. Mewakili alternatif dengan resiko yang lebih tinggi karena memerlukan berbagai tingkat investasi langsung.
- b. Biasanya dirancang untuk mendapatkan keuntungan dari fungsi-fungsi kuat dari partner dan melengkapi kelemahan-kelemahannya baik dalam hal manajemen, *research* atau pemasaran
- c. *Joint Venture* memberikan manfaat mutualisme terhadap domestik dan perusahaan asing.

Meluasnya Daya Tarik Joint Venture

- a. Melihat peluang pasar.
- b. Berhubungan dengan adanya nasionalisme ekonomi yang meningkat.

- c. Bahan baku yang melimpah.
- d. Berbagai resiko.
- e. Mengembangkan suatu basis ekspor.
- f. Menjual teknologi ke negara berkembang dengan *Joint Ventura* lebih mudah.

Keuntungan Signifikan

- a. Partisipasi dalam pendapatan dan pertumbuhan.
- b. Keperluan tunai yang rendah.
- c. Perlakuan yang disukai khususnya oleh pemerintah.
- d. Akses memasuki pasar dan mendapat info pasar lebih mudah.
- e. Patner lokal mengambil semua tanggung jawab.
- f. Pajak.

G. Manufacturing

Resiko memasuki manufaktur dapat diuji dengan mempertimbangkan lima faktor yaitu :

1. Karakteristik produk.
2. Lingkungan makro luar dari pasar (ekonomi dan politik) dan permintaan dan pola karakteristik pembelian konsumen potensial.
3. Posisi persaingan perusahaan.
4. Pertimbangan anggaran modal dinamis termasuk biaya sumber daya dan ketersediaannya.
5. Persepsi internal perusahaan.

KASUS:

MULTINATIONAL CORPORATION DITINJAU DARI ASPEK PERPAJAKAN INDONESIA

Disajikan Oleh: Misbahuddin Arfah

Latar Belakang

Sejak undang-undang nomor 1 tahun 1967, tentang penanaman modal asing diberlakukan, maka terbuka peluang bagi perusahaan-perusahaan asing untuk melakukan kegiatan/operasi bisnis di Indonesia. Perusahaan-perusahaan demikian lazim disebut *Multinational Corporation* (MNC) atau *Multinational Enterprise* (MNE), yang dalam melakukan operasinya dapat menyediakan modal, teknologi proses dan produksi, keterampilan manajemen dan pemasaran, akses impor dan ekspor.

Sebaliknya pemerintah negara penerima modal memiliki saham agar operasi perusahaan-perusahaan ini dapat berhasil dalam ekonomi mereka, seringkali melakukan pengaturan sebagai usaha untuk meningkatkan keuntungan dari operasi seluruh atau kelompok MNC di negara tersebut.

Untuk mencapai tujuan kembar dari kedaulatan dan keuntungan bersih yang ditingkatkan, pemerintah menggunakan bermacam-macam peraturan, perangsang dan jaminan-jaminan dengan harapan bahwa dengan modal, teknologi dan keahlian yang dibawanya dapat menguhah potensi ekonomi menjadi riil, sehingga meningkatkan produksi, memberikan lapangan kerja, meningkatkan partisipasi, dan berperan dalam pembangunan.

Salah satu peraturan yang merangsang adalah reformasi sistem perpa_iajan nasional yang diberlakukan sejak tahun 1984. Reformasi ini dilakukan karena sebelum tahun 1984 kebijaksanaan fiskal pada saat itu masih ditandai dengan masih sangat lemahnya peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan yang tidak mampu mengantisipasi kebutuhan pembangunan.

Perubahan yang sangat penting adalah pemakaian asas penghitungan pajak sendiri (*Aself Assessment*), yaitu wajib pajak menetapkan besar pajaknya, membayar dan melaporkan sendiri pajak yang telah ditetapkan dan sudah bayar, namun tidak berarti masyarakat wajib pajak bebas berbuat sekehendak hati.

Dalam hubungan ini undang-undang perpajakan telah mengatur suatu mekanisme kontrol berikut sanksi-sanksi bagi mereka yang tidak jujur memenuhi kewajiban pajaknya.

Karena MNC melakukan usaha diberbagai negara yang masing-masing negara mempunyai tata hukum sendiri, hukum pajak sendiri yang sudah tentu satu sarna lain berlainan dan karena itu masing-masing negara akan mengalami kesulitan-kesulitan antara lain dapat menjadi pungutan pajak ganda intemasional antara satu negara dengan negara lain, hal ini perlu diatasi.

Disinilah letaknya fungsi pajak dari suatu negara untuk melakukan netralisasi pungutan pajak untuk menghindari bentrokan yurisdiksi, karena masing-masing negara yang berdaulat mempunyai kebebasan yang luas untuk mernungut pajak.

Dilain pihak negara penerima modal mempunyai tujuan akhir kemakmuran rakyatnya dan ini dapat dicapai apabila kepada rakyatnya diberi fasilitas ekonomi dan yuridis. Untuk mencapai maksud tersebut tentunya diperlukan pemasukan uang sebesar-besarnya ke Kas Negara.

MNC tugas utamanya adalah memperoleh keuntungan untuk kepentingan para pemegang sahamnya dan untuk ini tidak akan segan-segan menggunakan segala kesempatan yang tidak bertentangan dengan segala undang-undang di negara penerima 'modal di mana mereka berusaha misalnya melakukan *transfer pricing*, *currency hedging* dan memanfaatkan *tax haven's*. Hal ini dilakukan dalam usaha mencapai laba optimal.

Keadaan ini tentunya akan merugikan bagi negara penerima modal. Atas dasar ini penulis akan menguraikan tindakan-tindakan atau cara yang dapat dilakukan untuk mengantisipasi kerugian yang akan timbul.

Perumusan Masalah

Akibat adanya pajak ganda internasional adalah merugikan baik bagi wajib pajak yang terkena pajak maupun dalam hubungan transaksi dan arus modal internasional yang menjurus kepada hambatan-hambatan yang serius terhadap hubungan-hubungan internasional baik dibidang ekonorni, perdagangan, investasi, jasa

dan lain-lainnya.

Bagi Indonesia sebagai negara sedang berkembang membutuhkan modal, *skill*, manajemen dan teknologi yang canggih, pajak ganda merupakan salah satu penghalang dan penghambat dari peralihan hal-hal yang dibutuhkan tersebut.

Adanya penyelundupan dan penghindaran pajak baik secara legal maupun secara illegal yang dilakukan oleh MNC atas usahanya memantapkan laba secara optimal.

Penyalahgunaan *transfer pricing* mempunyai pengaruh negatif atas pembangunan secara keseluruhan ditempat dimana MNC beroperasi khususnya melalui pengaruh atas pembenfukan modal. Dalam hal ini masalah yang timbul adalah bagaimana menentukan harga yang wajar dalam *transfer pricing* tersebut.

MULTINATIONAL CORPORATION DAN ASPEK PERPAJAKAN

Multinational Corporation

MNC sebagai perusahaan yang kegiatan bisnisnya bersifat intemasional dan lokasi produksinya terletak di beberapa negara cabang diluar negeri tidak hanya dimiliki oleh perusahaan induk, tetapi juga operasi/kegiatan cabang tersebut dikontrol dan diawasi oleh perusahaan induk.

Pengertian

Perusahaan-perusahaan MMC adalah perusahaan-perusahaan yang mempunyai kegiatan usaha di beberapa negara, sekurang-kurangnya lima atau enam negara, sedangkan manajemennya mengarnbil keputusan-keputusan atas dasar pilihan yang bersifat internasional, artinya keputusan-keputusan yang diambil oleh manajemen perusahaan-perusahaan tersebut dibidang pemasaran, produksi, sumber-sumber keuangan dan sebagainya didasarkan atas pilihan yang diambil setelah mempertirnbangkan berbagai kemungkinan yang ada di berbagai negara.

Ciri-Ciri MNC

Dari definisi dan pengertian MNC tersebut diatas, dapat dikemukakan beberapa ciri MNC yaitu :

1. Adanya kesatuan langkah, sikap, atau strategi yang meliputi seluruh kegiatan intemasionalnya, namun perusahaan-perusahaan multinasional ini di setiap negara dimana mereka memiliki kegiatan usaha haruslah bergerak berdasar hukum, peraturan dan undang-undang dari negaranegara bersangkutan masing-masing. Karena ia harus menyesuaikan hukum dan peraturan-peraturan masing-masing negara tersebut dengan strategi intemasionalnya.
2. Kegiatan-kegiatan oleh perusahaan-perusahaan MNC ini telah mengakibatkan timbulnya masalah-masalah pajak dinegara-negara di mana mereka melakukan kegiatan usahanya.
3. Di dalam kelompok MNC selalu akan terdapat berbagai jenis transaksi dalam jumlah yang banyak, diantara para perusahaan-perusahaan atas unit-unit yang menjadi anggota kelompok tersebut misalnya transaksi lisensi suatu hak, transaksi pinjam meminjam, transaksi penjualan barang dan jasa dan sebagainya.

Penetapan harga yang dilakukan disini tidak selalu harus atau akan mengikuti harga-harga wajar, yang terjadi karena adanya hukum penawaran dan permintaan di pasar bebas. Karena berlakunya undangundang pajak dinegara-negara di mana MNC melakukan kegiatan usahanya merupakan salah satu penyebab kemungkinan ditentukannya harga yang kurang atau tidak wajar untuk suatu transaksi. agar supaya tujuan kelompok MNC tetap tercapai.

Namun MNC juga harus berorientasi pada pasaran sesungguhnya dari penjualan barang atau jasanya, sehingga tidak benar bahwa MNC selalu menentukan harga transaksi-transaksi yang tidak wajar, tetapi kadang-kadang juga dapat terjadi di dalam kelompok MNC saling tawar menawar mengenai harga yang akan disepakati.

Aspek Perpajakan MNC

Pihak-pihak yang berkaitan dengan kegiatan MNC adalah negara penerima modal (*host country*, *partner* usaha lokal, negara asal MNC (*home country*)).

Mata Kuliah:

INTERNATIONAL TRADE & SERVICE

Ringkasan, Contoh Kasus dan Aplikasi

Oleh:

Nama Dosen : Dr. Ir. Raden Achmad Harianto, B.Sc., M.M.

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2021**

A. RINGKASAN INTERNATIONAL TRADE & SERVICE

1. PERDAGANGAN

- a. Perdagangan dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai proses tukar menukar yang didasarkan atas kehendak sukarela. Perdagangan selalu menguntungkan masing-masing pihak (tidak merugikan salah satu pihak), sebab kalau tidak demikian "perdagangan" tidak akan terjadi.
- b. Perdagangan timbul karena adanya dorongan atau motif untuk berdagang. Motif ini adalah kemungkinan diperolehnya "manfaat dari perdagangan" atau "*gain from trade*". Dalam kasus perdagangan antara dua orang, manfaat ini ditunjukkan oleh kemungkinan untuk mencapai tingkat kepuasan atau kurva indifferensi yang lebih tinggi.
- c. Analisis dengan menggunakan *Edgeworth-Bowley box diagram* menunjukkan bahwa perdagangan bisa memberikan keuntungan kepada semua pihak, meskipun jumlah barang-barang yang tersedia secara keseluruhan tetap. Sumber dari keuntungan ini adalah perbedaan selera antara kedua konsumen tersebut.
- d. Pembagian manfaat perdagangan antara kedua belah pihak ditentukan oleh dasar penukarannya. Konsumen yang berhasil mendapatkan dasar penukaran yang baik, bisa memperoleh bagian manfaat yang besar.

2. SERVIS

Bila servis dibutuhkan untuk produk, dapatkah servis itu disampaikan dengan biaya yang konsisten dengan ukuran pasar?

Tabel berikut menampilkan kerangka kerja seleksi pasar yang menggabungkan unsur informasi. Tiga negara: A, B, dan C, diatur menurut ukuran pasar yang semakin mengecil.

Pasar	Ukuran Pasar	Keunggulan Kompetitif	Potensi Pasar	Cara Akses	Potensi Ekspor
A	100	0.00	0	100.00	0.0
B	50	0.10	5	0.60	3.0
C	20	0.20	4	0.90	3.6

Dengan menggandakan potensi pasar dan indeks pemikiran akses pasar, kita menemukan bahwa pasar C, walaupun ukurannya kecil mempunyai potensi yang lebih besar dari pada A atau B. Dalam contoh ini, sebuah perusahaan dengan sumber daya terbatas sebaiknya memulai program pemasaran ekspornya di pasar C karena negara ini (semua hal dipertimbangkan) menawarkan potensi pasar ekspor paling tinggi.

3. BERBAGAI METODE GO INTERNASIONAL

Suatu perusahaan yang bermaksud melakukan ekspansi usahanya ke luar negeri dapat menempuh beberapa alternatif metode sebagai berikut: (1) ekspor; (2) pemberian lisensi; (3) *franchising*; (4) kontrak manajemen; (5) kontrak manufaktur; (6) investasi langsung; (7) patungan (*joint ventures*); (8) membuka cabang; (9) operasi global; (10) investasi portofolio.

4. PROSES TRANSAKSI PERDAGANGAN INTERNASIONAL

- a. Importir memesan barang dengan Eksportir.
- b. Eksportir setuju atas barang yang dipesan untuk dikapalkan sesuai persyaratan L/C seperti harga dan syarat pengiriran.
- c. Importir mengajukan permohonan ke *Issuing Bank* agar L/C dibuka (*L/c = letter of Credit*).
- d. *Issuing Bank* mengirimkan L/C ke *Notifying Bank*.
- e. *Notifying Bank* memberitahukan eksportir tentang L/C.
- f. Barang dikapalkan ke negara importir.
- g. Eksportir menyerahkan wesel ke *Notifying Bank*.
- h. *Notifying Bank* menyerahkan wesel ke *issuing Bank*.

- i. *Issuing* Bank mengembalikan wesel yang diterima.
- j. Ekspotir menjual wesel ke pihak bank.
- k. Bank memberitahukan importir bahwa dokumennya telah tiba.
- l. Importir membayar ke *issuing* Bank dan menerima *shipping* dokum.
- m. *Notifying* Bank menyerahkan wesel dan memperoleh pembayaran.

5. LETTER OF CREDIT (L/C) DALAM PERDAGANGAN INTERNASIONAL

- a. *Irrevocable* L/C yaitu L/C yang tidak dapat dibatalkan atau dirubah secara sepihak baik oleh importir maupun oleh Bank pembuka L/C.
- b. *Revocable* L/C adalah L/C yang sewaktu-waktu dapat dibatalkan secara sepihak oleh *Issuing* Bank (Pembuka L/C) tanpa perlu mendapat persetujuan dari pihak lainnya.
- c. *Unconfirmed Irrevocable* L/C adalah suatu *irrevocable* L/C yang dibuka oleh *Issuing* Bank dan diadviskan melalui suatu Bank Koresponden (*Advising* Bank) kepada penerima L/C (*Beneficiary*) tanpa tanggung jawab dari pihak *Advising* Bank.
- d. *Confirmed Irrevocable* L/C, adalah *Irrevocable* L/C yang dibuka oleh suatu Bank dan diadviskan oleh Bank Koresponden (*Advising* Bank) kepada pihak penerima L/C (*Beneficiary*) dan sesuai dengan permintaan Bank Pembuka L/C (*Opening* Bank), *Advising* Bank menugaskan untuk ikut menjamin pembayarannya.
- e. *Banker's* L/C yaitu L/C yang dibuka oleh Bank atas permintaan *Applicant* dan diteruskan kepada *Beneficiary* melalui *Advising* Bank.
- f. *Commercial* L/C adalah L/C yang dibuka oleh Bank atas permintaan nasabahnya tetapi dikirimkan langsung kepada *beneficiary* (tidak melalui *Advising* Bank).

- g. *Red Claus L/C* adalah L/C dimana *Issuing Bank* memberi kuasa kepada *Paying Bank* untuk membayar uang muka kepada *Beneficiary* sebagian dari jumlah L/C sebelum *Beneficiary* menyerahkan dokumen.
- h. *Transferable L/C* adalah L/C dimana *Beneficiary* diberi wewenang untuk menyerahkan ekspornya kepada pihak ketiga, baik untuk sebagian maupun seluruhnya.
- i. *Back to back L/C*, terjadi bila dalam suatu rangkaian proses transaksi impor (barang) terlibat tiga pihak, yaitu: Importir sebagai pihak I (A), Perantara sebagai pihak II yang bertindak sebagai importir atau eksportir (B); dan pemilik barang sebagai pihak III sebagai eksportir sebenarnya (C).
- j. *Revolving L/C*, adalah L/C yang digunakan secara berulang untuk pengiriman suatu partai barang dalam jumlah besar yang sedianya akan dikirim sekaligus, namun mengingat jumlah yang terlalu besar maka pengiriman tersebut dipecah-pecah menjadi beberapa bagian yang lebih kecil dengan menggunakan L/C yang sama untuk beberapa kali (tahap) sesuai dengan jumlah pengiriman.

6. KEBIJAKAN TARIF DAN NON TARIF

Kebijakan Tarif adalah bentuk kebijakan untuk mengatur arus barang impor dengan menggunakan mekanisme pungutan Tarif Bea masuk, sedangkan kebijakan non tarif adalah kebijakan untuk mengatur arus barang impor dengan mekanisme non tarif yang dalam hal ini dapat berbentuk tata niaga, kuota dan larangan impor.

Kebijakan tarif seperti yang lazim berlaku adalah berasal dari ketetapan yang dibuat oleh suatu konvensi, yang disebut: "Persetujuan Umum tentang Tarif dan Perdagangan" (*General Agreement on Tariff and Trade GATT*). Ia tercermin pada buku tarif bea masuk.

Tata Niaga Impor adalah salah satu kebijakan pemerintah tentang barang impor untuk mengatur atau melindungi kepentingan konsumen maupun produsen,

Sedangkan *Drawback system* adalah bentuk kebijakan yang pernah dilaksanakan dalam hubungannya dengan barang impor, dimana ditetapkan bahwa terhadap barang impor (biasanya berupa bahan baku/penolong) yang akan diproses lebih lanjut untuk di ekspor, beban pungutan bea masuknya akan dikembalikan penuh.

7. PERDAGANGAN TIMBAL BALIK (COUNTER TRADE)

Perdagangan ini disebut juga imbal beli (*Counter Purchase*) adalah perdagangan luar negeri yang dilakukan antara dua negara dengan cara mengkaitkan impor dengan ekspor (barang). Menurut perkiraan hampir 25% 30% transaksi perdagangan internasional dilakukan dalam bentuk perdagangan timbal balik (*Counter Trade*). Dalam perdagangan timbal balik jasa perbankan Internasional seperti *Citibank* dan *Chase Manhattan Bank* tidak saja dalam penyelenggaraan pembayaran tetapi juga mempertemukan calon pembeli dan penjual atau mencarikan pemasaran baru.

8. SISTEM PEMBAYARAN INTERNASIONAL

Dalam sistem salah satu negara barter ekspor bisa berbeda dengan impor bila (1) memberikan pinjaman atau penanguhan pembayaran bagi kelebihan eksportnya, atau (2) membayar kelebihan impornya dengan mengambil dari stok yang dimiliki.

Neraca pembayaran suatu negara, mencatat semua transaksi suatu negara dengan luar negeri. Dan neraca pembayaran dikatakan "seimbang" bila "stok nasional" (yaitu cadangan devisa) tidak berubah dan tidak ada aliran modal/pinjaman akomodatif. Defisit timbul apabila stok nasional menurun atau ada aliran masuk modal pinjaman akomodatif. Surplus timbul bila stok nasional meningkat atau ada aliran keluar modal/pinjaman akomodatif atau keduanya terjadi.

Dalam sistem standar emas penuh, tidak ada perbedaan antara devisa dan uang dalam negeri. Emas digunakan sebagai alat pembayaran luar negeri maupun

dalam negeri. Dalam sistem ini defisit atau surplus neraca pembayaran akan hilang secara otomatis lewat mekanisme *hume*.

Dalam sistem standar devisa emas, emas digunakan sebagai devisa (alat pembayaran luar negeri) tetapi tidak sebagai alat pembayaran dalam negeri. Hubungan langsung antara posisi neraca pembayaran dan stok uang dalam negeri terputus, dan mekanisme *Hume* tidak bisa diharapkan bekerja secara penuh.

Kelangkaan emas adalah satu penyebab mengapa dunia bergeser dari sistem standar emas penuh ke sistem standar devisa emas. Karena stock emas tidak bisa bertambah secepat pertumbuhan perdagangan internasional, beberapa mata uang telah menggantikan fungsi emas sebagai alat pembayaran internasional. Poundsterling dan dollar Amerika telah pernah menjadi mata uang dunia, tetapi sekarang peranannya menyurut karena ketidakstabilan nilai mereka.

Dalam masa ketidakstabilan moneter internasional, orang cenderung lari kembali ke emas, dan ini berarti bahwa perdagangan internasional terhambat. Salah satu solusi yang dicoba adalah diciptakannya sistem *Special Drawing Rights* (SDR) oleh IMF. SDR adalah semacam uang giral internasional yang bisa diciptakan, sesuai dengan kebutuhan. Nilai SDR dikaitkan dengan sejumlah mata uang utama di dunia, dengan tujuan agar nilainya cukup stabil.

Sistem kurs devisa tetap dan sistem devisa mengambang masing-masing mempunyai keuntungan dan kerugiannya. Sistem "*crawling peg*" bertujuan menghindari kerugian-kerugian dari kedua sistem tersebut.

9. PENGARUH PERDAGANGAN TERHADAP PEREKONOMIAN DALAM NEGERI

Pengaruh perdagangan internasional terhadap perekonomian dalam negeri bisa dikelompokkan sebagai (1) pengaruh terhadap konsumsi; (2) pengaruh terhadap produksi; (3) pengaruh terhadap distribusi pendapatan.

Pengaruh utama terhadap konsumsi ada dua, yaitu: (1)

kenaikan CPF (pendapatan riil); (2) efek percontohan (*demonstration effects*).

Pengaruh terhadap produksi bisa digolongkan menjadi pengaruh melalui: (1) spesialisasi; (2) "*vent for surplus*"; (3) peningkatan produktivitas. Spesialisasi mempunyai aspek positif dan negatifnya. Aspek negatifnya bisa diatasi dengan diversifikasi produk.

Perdagangan luar negeri menciptakan pasaran yang lebih luas (*vent*) bagi hasil produksi dalam negeri, sehingga sumber-sumber ekonomi yang belum semua dimanfaatkan (surplus) bisa dimanfaatkan. Modal dan teknologi asing biasanya diperlukan untuk pemanfaatan sumber-sumber ekonomi ini. Di masa lampau modal dan teknologi asing masuk ke sektor perkebunan, sekarang ke sektor sumber-sumber alam (energi, mineral).

Hubungan luar negeri meningkatkan produktivitas melalui (1) *economics of scale* yang dimungkinkan oleh makin luasnya pasar, (2) teknologi baru yang dialihkan dari luar negeri; (3) rangsangan persaingan. "Pengalihan teknologi" mendapat perhatian yang khusus dalam perundingan internasional maupun dalam pengkajian ilmiah. *Economics of scale* dan rangsangan persaingan belum mendapat perhatian yang sepadan.

Kaum Neoklasik mengatakan bahwa baik perdagangan internasional maupun aliran modal internasional cenderung untuk meratakan distribusi pendapatan di dalam suatu negara maupun antar negara. Kaum anti Neoklasik mengatakan bahwa perdagangan bebas dan penanaman modal asing justru meningkatkan ketimpangan distribusi pendapatan di dalam suatu negara maupun antar negara.

Aspek nonekonomis dari hubungan internasional sangat penting dan saling berkaitan satu sama lain dengan aspek ekonomis.

10. PROTEKSI

Proteksi biasanya diberikan karena industri dalam negeri kurang efisien (tidak bisa bersaing) dibanding dengan barang-barang impor. Proteksi bisa berbentuk (1) pengenaan tarif; (2) pelarangan impor; (3) kuota impor atau, (4) subsidi. Kalau diadakan ranking, secara umum kita bisa mengatakan bahwa subsidi adalah cara proteksi yang terbaik. Kalau ini sama sekali tidak mungkin, tarif adalah pilihan kedua. Kalau ini pun tidak mungkin baru kita mempertimbangkan kuota impor dan kemudian pelarangan impor. Proteksi selalu berakibat adanya redistribusi pendapatan antara warga masyarakat, biasanya dari konsumen kepada produsen, importir dan pemerintah (berupa penerimaan bea masuk). Oleh karena itu pemberian proteksi kepada sektor ekonomi harus dipertimbangkan secara matang, terutama dari segi siapa yang menanggung bebannya.

Banyak alasan pengenaan tarif yang, bila dikaji lebih mendalam, tidak mempunyai landasan kuat dan sering kali hanya merupakan "slogan" untuk membela kepentingan golongan masyarakat tertentu. Tetapi ada juga alasan-alasan yang bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya dalam keadaan tertentu. Termasuk dalam kategori yang terakhir ini adalah pertimbangan penerimaan negara, optimum tarif industri yang menyusut, diversifikasi, industri anak angkat, dan menarik modal asing. Bagi masing-masing alasan ini, syarat-syarat tertentu harus dipenuhi. Bila penerimaan negara adalah tujuan utama, maka pengenaan pajak langsung yang progresif adalah lebih baik dari pada tarif. Bila ini tidak mungkin, pengenaan pajak penjualan umum atas barang impor dan barang buatan dalam negeri masih lebih baik dari pada tarif.

Secara umum sistem subsidi lebih baik dari pada tarif (kuota impor dan pelarangan impor).

11. KEUNGGULAN KOMPARATIF

Tingkat kurs devisa menentukan "batas" atau "*cut-off point*" pada skala keunggulan komparatif. Bila "*cut-off point*" telah diketahui, kita bisa menentukan secara tepat barang-barang apa yg diekspor/diimpor oleh suatu negara. Apabila mata uang dalam negeri dinilai terlalu tinggi terhadap mata uang asing (*overvalued exchange rate*), maka macam barang yang bisa diekspor menyempit. Devaluasi bisa memperluas macam barang yang bisa diekspor, disamping bisa meningkatkan volume barang-barang ekspor yang ada.

Bila dunia barter kita tinggalkan, teori "keunggulan mutlak" menjadi penting lagi karena menentukan posisi "*cut-off point*". *Cut-off point* menentukan barang-barang yang diekspor/diimpor oleh suatu negara. Keunggulan komparatif menentukan urutan dari barang-barang yang secara potensial bisa diekspor/diimpor oleh suatu negara. Skala keunggulan komparatif tetap melandasi pola perdagangan suatu negara. Pola keunggulan komparatif menentukan pola perdagangan internasional. Tetapi lebih jauh lagi harus dipertanyakan: Apakah yang menentukan pola keunggulan komparatif? Ada tiga faktor utama: (1) faktor *endowment*; (2) *economies of scale*, dan (3) *technological progress*.

BUKU REFERENSI

- Boediono. (1995). "EKONOMI INTERNASIONAL", BPFE, Yogyakarta.
- Warren J. Keegan. (1996). "MANAJEMEN PEMASARAN GLOBAL"
- Prentice H. Wojciech Nasierowski. (1997). "CROSS CULTURE MANAGEMENT", IPWI, Jkt.

B. CONTOH KASUS: AREMCO PRODUCT, INC.

1. LATAR BELAKANG

Aremco Product, Inc. merupakan sebuah perusahaan kecil yang menggambarkan perluasan penjualan/

pendapatan lewat ekspor. Aremco didirikan di tahun 1964 oleh Herbert Schwartz dan Jack B. Freeman, keduanya insinyur dengan pengalaman luas dalam penjualan, pemasaran, rekayasa, dan proses manufaktur. Konsepnya adalah produk yang mengatasi masalah temperatur tinggi. Di atas 600°F keramik menawarkan resistensi suhu yang lebih baik, resistensi oksidan/korosi, isolasi listrik dan panas, resistensi terhadap kerusakan dan stabil dalam ukuran. Aremco melanjutkan dengan mengembangkan lini lem keramik, pelapisan, kapsul pembungkus (*encapsulant*), *castable*, dempul, zat penyegel (*sealant*), keramik untuk mesin dan komponen keramik barang jadi yang cocok untuk digunakan pada temperatur 3.000°F. Ketika penjualan meningkat, perusahaan memperluas fasilitas menjadi pabrik seluas 13500 kaki persegi di Ossining, New York, 35 mil di utara New York City di sisi timur sungai Hudson.

Schwartz tua mulai membuat rencana untuk memperluas penjualan ekspor. Dewan direktur yang terdiri dari Freeman dan Schwart menetapkan sasaran ekspor sebesar 20% dari penjualan harus dicapai dalam kurun waktu lima tahun pada tahun 1993. Pada perhitungan terakhir bulan Juni 1991, penjualan ekspor Aremco telah naik dari rata-rata 7,5 persen sebelumnya menjadi 13,7% dari penjualan total, dan pada tahun 1993 menjadi 24,7%.

2. RENCANA EKSPOR AREMCO

Herbert Schwartz, yang selalu mempunyai pikiran yang tidak berhubungan dengan ekspor, mulai sadar untuk melakukan ekspor, Dia mengambil berbagai langkah sederhana yaitu:

- a. Membeli sebuah *word processor*, yang dapat dipergunakan untuk mempercepat komunikasi di luar sistem kantor yang normal.
- b. Membuat file khusus mengenai ekspor, memotong jalur sistem *filings* penjualan yang normal.
- c. Mulai berlangganan sejumlah majalah di bidang ekspor seperti *Overseas Business* dan *Export Today*.

- d. Menghubungi U.S. *Dept. of Commerce* dan memperoleh daftar publikasi gratis yang mencakup semua aspek ekspor.
- e. Membeli satu eksemplar *Bacon's Export Trade Publications in Europe*. Kemudian ini dijadikan sebagai database majalah perdagangan tempat Aremco mengirimkan publisitas produk. Bertemu dengan freight forwarder untuk belajar seluk beluk pengiriman barang ke luar negeri. Misalnya, Schwartz mendapatkan bahwa sekarang UPS mengirimkan barang ke berbagai negara dan bahkan menangani pengiriman C.OD. (*cash on delivery*).
- f. Berbicara dengan pejabat Negara Bagian New York dan menemukan New York *State Economic Development Commission*. Tindakan ini membuahkan hasil berupa hubungan bermanfaat. Demikian pula perusahaan diundang dan hadir dalam pertemuan tahunan *Matchmaker's Conference* di Newark, NJ pada musim gugur tahun 1989, yang disponsori oleh sejumlah kelompok yang mempromosikan ekspor bisnis kecil.
- g. Berbicara dengan petugas bank, termasuk bank yang dipakai Aremco, *The Bank of New York*, yang mengatur pertemuan dengan ahli keuangan luar negeri mereka dan kredit seperti *letter of credit* dan asuransi kredit luar negeri.

Semua langkah ini memberikan banyak sekali informasi dalam waktu singkat kepada Schwartz dan hanya dengan biaya minimal. Sudah jelas bahwa material dan peralatan buatan Aremco harus dijual ke negara-negara yang mempunyai dasar teknologi cukup tinggi . Jadi Aremco memilih sasaran pasar dalam urutan sebagai berikut (1) Kanada; (2) ME (Masyarakat Eropah); (3) Negara-Negara sekitar Pasifik, dan (4) Jepang.

3. PENETAPAN HARGA

Untuk material, Aremco menetapkan bahwa distributor memerlukan diskon 20% dari produk standar. Mereka harus menambahkan biaya C.I.F. termasuk ongkos kirim dan asuransi. Jadi Aremco membuat Daftar Harga

Rahasia untuk Distributor. Untuk produk-produk yang memberikan laba kotor cukup besar bagi Aremco, diskon dapat dinaikkan sampai 40% untuk mendorong penjualan produk ini.

4. STRATEGI DISTRIBUSI

Strategi ideal adalah menunjuk sebuah distributor di setiap wilayah pasar untuk setiap kelompok produk. Aremco mencari distributor yang dapat menjual produknya di kedua pasar: *Industrial Maintenance and Repair Operations (I/MRO)* dan *Original Equipment Manufacturers (OEM)*.

5. STRATEGI PROMOSI PENJUALAN

Teknik pemasaran Aremco menghasilkan sukses di Amerika Serikat dapat diterapkan untuk ekspor yang meliputi: (1) publisitas produk; (2) Berita aplikasi produk; (3) pameran dagang; (4) katalog dan literatur; (5) pemasangan iklan; (6) pengiriman literatur; (7) seminar dan pelatihan.

6. STRATEGI KEUANGAN

Syarat pembayaran untuk lokasi distributor ME dan Kanada terbuka, biasanya neto 45 hari dengan batas maksimal tertentu. Sedangkan untuk yang lain, syarat pembayarannya adalah *Irrevocable L/C* atau cek di muka untuk distributor ETC di A.S. Neto 30 hari dengan batas maksimal berdasarkan pada referensi perdagangan D&B, referensi bank.

7. PERSYARATAN TERBUKA (OPEN TERMS)

Bila distributor melampaui batas kredit, Aremco akan meminta pembayaran di muka atau penagihan C.O.D. (*cash on delivery*, tunai pada waktu penyerahan barang).

8. IRREVOCABLE LETTERS OF CREDITS

Aremco menghindari penggunaan *sight draft*, suatu pengaturan yang mengikat janji pelanggan akan membayar setelah barang dagangan sampai negaranya lewat bank mereka. Pengaturan ini tidak menjamin pembayaran. Bila transaksinya kecil, misalnya kurang dari \$ 1.000, Aremco

akan meminta pembayaran di muka lewat transfer telegrafik.

9. LISENSI EKSPOR

Aremco menerima saran terbaik dari *freight forwarder* yang di gunakannya, seperti *Amerfor Air Freight*, yang membantu memperoleh "Daftar Komoditi" dari U.S. Dept. of Commerce untuk menentukan nomor "B" berlaku bagi komoditi yang akan diekspor oleh Aremco. Menggunakan data ini, ditetapkan bahwa tidak perlu memperoleh lisensi untuk ekspor. Aremco mempunyai masalah rnernberi lisensi pernbuatan produk di luar negeri. Persetujuan yang kuat harus disepakati untuk mencegah arus balik produk ke Amerika Serikat.

10. KESIMPULAN

Perusahaan kecil seperti Aremco Products, Inc. rnernpunyai peluang tidak biasa dalam dekade mendatang untuk meningkatkan penjualan/pendapatan lewat ekspor global. Rasio imbalan-investasi mungkin cukup tinggi. Banyak informasi dan bantuan yang bisa diperoleh perusahaan kecil dari pernerintah federal, negara bagian, dan organisasi swasta dengan biaya rendah. Dengan ketekunan belajar sendiri, teknik mengekspor dapat dikuasai. Pasar Utama dapat dengan rnudah ditentukan dan dibuat sasaran. Strategi yang meliputi kredit, keuangan, penagihan, pengiriman, penetapan harga, peraturan ekspor, dan promosi penjualan dapat dikernbangkan rnenggunakan kepemimpinan wiraswasta yang sama dengan cara membuat perusahaan kecil sukses di pasar Amerika Serikat. Jelas satu-satunya hambatan untuk sukses dalam ekspor adalah kemauan untuk rnemulai.

BUKU REFERENSI

Warren J. Keegan. (1996). "MANAJEMEN PEMASARAN GLOBAL", Diterbitkan oleh Prentice-Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey 07632.

C. APLIKASI TRANSAKSI PERDAGANGAN INTERNASIONAL DENGAN *LETTER OF CREDIT (L/C)*

1. SISTEM PEMBAYARAN DENGAN *LETTER OF CREDIT (L/C)*

Dalam sistem L/C atau Kredit Dokumenter wesel ditarik bukan kepada importir akan tetapi kepada bank. Sistem ini akan lebih menjamin pelaksanaan transaksi.

Letter of Credit adalah merupakan suatu pernyataan tertulis dari Bank Pembuka L/C kepada nasabahnya (importir) yang menyatakan persetujuan atas permintaan bagi penyediaan sejumlah dana guna pembayaran wesel yang ditarik oleh eksportir.

Dalam hal ini hakikat *Letter of Credit* bukanlah merupakan alat pembayaran melainkan sebagai surat pemberitahuan kredit atau sarana kredit (dalam wujud dokumenter) yang menggantikan kredit Bank untuk menjamin pembayaran kepada eksportir. Pembayaran dilakukan dengan jalan menarik wesel.

Hal-hal yang perlu diketahui mengenai *Letter of Credit* adalah:

- a. Pelaku dalam *Letter of Credit*.
- b. Penerapan proses pembayaran dengan L/C.

2. PELAKU DALAM L/C

- a. *Applicant* (pemohon kredit), yaitu importir yang mengajukan permohonan untuk pembukaan L/C.
- b. *Issuing Bank/Opening Bank*, yaitu bank yang melaksanakan pembukaan L/C.
- c. *Advising Bank* (bank yang meneruskan penyampaian L/C), disebut juga *Notifying Bank*, yaitu bank koresponden yang menyampaikan L/C kepada eksportir yang akan menerima L/C. Dalam hal ini bank tanpa dibebani tanggung jawab akan isi yang tercantum dalam L/C.
- d. *Paying Bank*, yaitu bank yang ditunjuk dalam L/C untuk melakukan pembayaran.

- e. *Confirming Bank*, yaitu bank yang melakukan konfirmasi terhadap permintaan issuing bank untuk menjamin sepenuhnya pelaksanaan pembayaran.
- f. *Beneficiary*, yaitu pihak penerima L/C (eksportir).

3. PENERAPAN PROSES PEMBAYARAN TRANSAKSI PERDAGANGAN DENGAN L/C

- a. Pertama kali perlu ditetapkan suatu perjanjian tentang cara pembayaran dengan L/C oleh importir dan eksportir.
- b. Importir kemudian memberi tahu kepada bank yang dikuasakan untuk membuka L/C kepada Bank Pembuka L/C (*Issuing Bank*).
- c. Apabila permohonan tersebut disetujui, L/C atas nama importir segera dikeluarkan oleh Bank sebagai jaminan bahwa transaksi dagang kepada eksportir sudah dapat dilaksanakan, dengan ketentuan dalam batas waktu tertentu.
- d. Dengan disetujuinya pembukaan L/C berarti dana telah tersedia bagi importir untuk melaksanakan impor barang dari eksportir.
- e. Selanjutnya Bank (*Issuer*) akan memerintahkan Bank Korespondennya (*Confirming Bank*) untuk memberikan advice of L/C kepada eksportir, karena L/C atas namanya telah dikeluarkan. dengan demikian realisasi kontrak harus segera dilakukan.
- f. Eksportir kemudian melaksanakan pengiriman barang dan menarik wesel atas Bank Pembuka L/C.
- g. Wesel dan dokumen-dokumen (*shipping Document*) yang terdiri dari : (1) *Commercial Invoice*; (2) *Bill of Lading* (B/L) (3) *Packing List*; (4) Laporan Kebenaran Pemeriksaan (LKP); dan lain-lain, oleh *Confirming Bank* dikirim kepada *Issuing Bank*.
- h. Apabila wesel tersebut telah ditanda tangani oleh *Issuing bank* berarti bahwa barang sudah boleh dikeluarkan dari pelabuhan (laut maupun udara) dan mengirimnya ke alamat importir.

- i. Sesuai jadwal yang dicantumkan dalam wesel, importir pada tanggal tersebut melakukan pembayaran kepada *Issuing Bank*. Sampai di sini selesailah proses pembayaran dengan menggunakan sistem L/C.

4. APLIKASI TRANSAKSI PERDAGANGAN DENGAN BACK TO BACK L/C

Untuk menerapkan sistem transaksi perdagangan dengan *back to back L/C*, dapat diambil suatu contoh, misalkan importir A mengimpor barang X dari B dan ternyata barang X berasal/diimpor oleh B dari C. Dalam hal ini pihak kedua (B) bertindak sebagai *Beneficiary* terhadap pihak pertama (A) dan sebagai *Applicant* terhadap pihak ketiga (C). Disini pihak kedua (B) tidak menginginkan penggunaan *Transferable L/C* melainkan L/C biasa. Maksudnya agar A tidak mengadakan hubungan langsung dengan C yang mungkin akan memotong keuntungan yang akan diperoleh B. Untuk itu B melakukan hal-hal sebagai berikut:

- a. kepada A ia minta agar membuka L/C biasa dengan harga sesuai dengan kontrak pembelian.
- b. kepada C ia membuka L/C dengan syarat sama (mengenai jenis, jumlah barang dan pelabuhan tujuan) namun dengan harga yang lebih rendah dan waktu penyerahan dokumen yang lebih pendek.
- c. setelah menerima dokumen pengiriman barang dari C maka B merubah faktur (*Commercial Invoice*) baru atas namanya sendiri dengan harga yang lebih mahal. dan selanjutnya mengirimkan kepada A. Keuntungan yang diperoleh B adalah dari selisih harga yang tercantum dalam kedua faktur tersebut diatas.

Dalam sistem *Back to back L/C* ini, Bank yang digunakan B mempunyai fungsi rangkap yaitu sebagai *Advising Bank* terhadap L/C yang dibuka oleh A dan sebagai *Issuing Bank* dari L/C yang dibuka oleh B.

5. CONTOH TRANSAKSI PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Aplikasi transaksi perdagangan internasional dapat dikaji lewat transaksi dagang antara importir Perancis dengan eksportir Amerika dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Importir Perancis memesan barang dengan eksportir Amerika, dan menanyakannya jika ia menghendaki mengapalkan barang sesuai L/C.
- b. Eksportir Amerika setuju mengapalkan atas dasar L/C, termasuk spesifikasi yang berhubungan dengan informasi seperti harga dan syarat pengiriman.
- c. Importir perancis memohon untuk membuka L/C kepada Bank Paris agar importir Perancis dapat membeli barang dari Amerika.
- d. Bank Paris membuka L/C untuk importir Perancis dan mengirimkan L/C tersebut ke Bank New York.
- e. Bank New York memberitahukan ke Eksportir Amerika tentang pembukaan L/C nya.
- f. Eksportir Amerika mengapalkan barang ke importir Perancis dan kantor jasa pelayaran memberikan *Bill of Lading* kepada eksportir.
- g. Eksportir Amerika menyerahkan. wesel yang ditarik pada Bank Paris sesuai dengan L/C dan juga menyerahkan B/L ke Bank New York. Jadi Eksportir Amerika menguasai B/L atas hak barang yang dialihkan ke Bank New York.
- h. Bank New York mengirimkan wesel dan B/L ke Bank Paris. Setelah Bank Paris menerima wesel untuk mendapat dokumen dan perjanjian untuk membayar wesel yang baru diterima dalam jangka waktu 90 hari.
- i. Bank Paris mengembalikan wesel yang diterima ke Bank New York.
- j. Bank New York memberitahukan Eksportir bahwa wesel yang telah diterimanya dapat dibayarkan dalam jangka waktu 90 hari.

- k. Ekspotir menjual wesel ke Bank New York atas suatu diskon dari nilai mukanya dan menerima harga tunai yang dipotong dari wesel kembali.
- l. Bank Paris memberitahukan importir Perancis bahwa barangnya telah tiba. Importir setuju membayar pada Bank Paris dalam jangka waktu 90 hari dan Bank Paris menyerahkan dokumen sehingga importir dapat mengambil barang miliknya dari kapal.
- m. Dalam tempo 90 hari Bank Paris menerima pembayaran importir.
- n. Dalam tempo 90 hari Bank New York menerima pembayaran dan menyerahkannya ke Bank Paris dan Bank Paris membayar.

BUKU REFERENSI

- Saaduddin Ibrahim Pranoto. K. (1990). "KEBIJAKAN IMPOR", Penerbit Jaya Prasada.
- Wojciech Nasierowski. (1997). "CROSS CULTURE MANAGEMENT", Internasional Business Environments and Operations, Penerbit IPWI, Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Hamdy Hady (2001). "Bisnis Internasional" , Buku 2, Penerbit : Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Khambata, Dara & Riad Ajami (1992). "Intemasional Business", (Teory & Practice), Macmillan Publishing Company, New York.
- Higgins, James M (1994). "Strategic Management", (Text and Cases) Ed.5 The Dyden Press, Philadelphia, USA.
- Mudrajad K. (1996). "Pengantar Ekonomi dan Bisnis Global", Penerbit: BPFE UGM Yogyakarta.
- Tri Cahyono, B. (1996). "Pemasaran Internasional", Penerbit: IPWIJA, Jakarta.
- Warren J. Keegen (1996). "Manajemen Pemasaran Global", Penerbit: Prentice Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.
- Wojciech Nasierowski (1997). "Cross Culture Management", (Intemasional Business Environments and Operations), Published by IPWIJA, Jakarta.

RIWAYAT PENULIS

Dr. Ir. Raden Achmad Harianto, B.Sc., M.M.



Dr. Ir. Raden Achmad Harianto, B.Sc., M.M. Putera Jakarta, Kelahiran 18 April 1958 , tidak pernah bercita-cita jadi seorang Dosen, kehidupan ini membawa saya sebagai seorang Dosen. Takdir ini sudah ditentukan oleh Allah SWT subhanallah walhamdulillah.

Pendidikan Bachelor of Science (B.Sc), Teknologi Tekstil Lulus tahun 1984 dari UPN Veteran Jakarta, Sarjana Ingenieur (Ir.) bidang Teknik Manajemen Industri Lulus tahun 1992, Magister Manajemen (S2) Lulus tahun 2002, Doktor (S3) bidang Manajemen Lingkungan Lulus tahun 2009 dari Universitas Negeri Jakarta (State University of Jakarta). **Riwayat Pekerjaan** Tahun 1983 PT. South Pasific Viscose sebagai Supervisor, Tahun 1986 SAMSUNG Co. Ltd. Representative Office sebagai Manager, Tahun 1989 Kadin Komite Vietnam sebagai Deputy Director, Tahun 1992 Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran Jakarta sebagai Dosen Tetap. Tahun 2000 - 2004 Universitas Islam Syekh-Yusuf sebagai Sekertaris Jurusan Teknik Manajemen Industri, Tahun 2013 - 2017 sebagai Dekan Fakultas Teknik UNIS Tangerang, dan Tahun 2017 sebagai Ketua Program Studi Magister Manajemen (S2) Pascasarjana Universitas Islam Syekh - Yusuf Tangerang.

Riwayat Peran Organisasi Profesi : 1. Anggota Ikatan Sarjana Teknik Manajemen Industri (ISTMI) Tahun 2003, 2. Anggota Persatuan Insinyur Indonesia (PII) Tahun 2013, dan 3. Anggota Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) Tahun 2013, 4. Anggota Direktori Professor LLDikti - 4 Kementrian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi (Kemdikbudristek) Tahun 2017.