

ISSN 0852-6141

JURNAL ILMIAH INKOMA

Kajian Teori dan Praktik Pembangunan

- Pengaruh Kesejahteraan, Inovasi, dan Risiko Terhadap Keputusan Petani Berwirausaha pada Sektor Industri di Wilayah Pedesaan Kabupaten Semarang
(Edy Dwi Kurniati)
- Pengaruh Pembentukan Usaha Kecil Pengelola Sistem Jaringan Irigasi Terhadap Kinerja Usaha Kecil Masyarakat
(Tjiptowati Endang)
- Orientasi Pasar bagi Usaha Kecil Menengah
(Nunuk Supraptini)
- Peranan Skala Prioritas dan Peran Pasar dalam Perdagangan Internasional
(Sri Rahayu)
- Kiat Pemimpin Membangun Komitmen Bawahan Melalui Pendekatan Social Learning
(Indah Dwi Prasetyaningrum)
- Peningkatan Kualitas Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah
(Sri Widayati)
- Pengembangan Kualitas Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi
(Eka Handriani)

| | | | |
|-----------|---------|---------------|----------|
| Volume 22 | Nomor 1 | Februari 2011 | Hal 1-94 |
|-----------|---------|---------------|----------|

Diterbitkan oleh
Lembaga Penelitian Undaris
Ungaran

JURNAL ILMIAH INKOMA

Kajian Teori dan Praktik Pembangunan
ISSN 0852-6141

Terbit tiga kali setahun, pada bulan Februari, Juni, dan Oktober

Pelindung

Edy Dwi Kurniati (Rektor Undaris)

Penanggung jawab

Abdullah (Ketua Lembaga Penelitian Undaris)

Ketua Penyunting

Lamijan

Wakil Ketua Penyunting

Sri Widayati

Penyunting Pelaksana

Sutomo
Hartopo
Sri Wahyuni
Luluk Ihyani
Tri Susilowati
Edy Dwi Kurniati
Endang Kusuma Astuti
Takdir Rochjati Saptorini

Penyunting Ahli (mitra Bestari)

Asman (Unisma Malang)
Lardi (Undip Semarang)
Suharyanto (Undip Semarang)
Pudoyo (Unnes Semarang)
Pushardoyo (Unnes Semarang)

Pelaksana Tata Usaha

Nunuk Suprptini
Mohamad Tohari
Dodi Gitmi Dwi R

Alamat Penyunting dan Tata Usaha: Lembaga Penelitian UNDARIS Ungaran, Jalan Tentara Pelajar 13, Telp-Fax. (024) 6923180, Ungaran 50514

Jurnal Ilmiah Inkoma diterbitkan secara berkala oleh Lembaga Penelitian, Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman Guppi (UNDARIS) Ungaran, sejak Januari 1990

Penyunting menerima sumbangan tulisan yang belum pernah diterbitkan dalam media cetak lain. Naskah diketik sesuai dengan **Petunjuk Penulisan Artikel** yang tercantum pada halaman sampul dalam-belakang. Naskah yang masuk dievaluasi dan disunting demi keseragaman format, istilah, dan tata cara lainnya.

ISSN 0852-6141

JURNAL ILMIAH INKOMA
Kajian Teori dan Praktik Pembangunan

Volume 22, Nomor 1, Februari 2011

- 
- Pengaruh Kesejahteraan, Inovasi, dan Risiko Terhadap Keputusan Petani Berwirausaha pada Sektor Industri di Wilayah Pedesaan Kabupaten Semarang (Edy Dwi Kurniati) 1-12
 - Pengaruh Pembentukan Lembaga Pengelola Sistem Jaringan Irigasi Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat (Tjiptowati Endang Irianti) 13-24
 - Orientasi Pasar bagi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Nunuk Supraptini) 25-36
 - Peranan Skala Prioritas dan Jenis Pasar dalam Perdagangan Internasional (Sri Rahayu) 37-52
 - Kiat Pemimpin Membangun Komitmen Bawahan Melalui Pendekatan Social Learning (Indah Dwi Prasetyaningrum) 53-66
 - Peningkatan Kualitas Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah (Sri Widayati) 67-82
 - Pengembangan Kualitas Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi (Eka Handriani) 83-94
-

PERANAN SKALA PRIORITAS DAN JENIS PASAR DALAM PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Sri Rahayu

(sri_yayux@yahoo.co.id)

Abstrak: *Teori perdagangan yang sering dibahas selalu bersifat statis yang artinya bahwa dalam perdagangan kita baru mengetahui keunggulan komparatif suatu negara dan peluangnya dalam meraih keuntungan dari perdagangan tanpa memperhatikan kondisi ketersediaan atau kepemilikan faktor-faktor produksi, teknologi yang tersedia, dan selera konsumen yang ada. Analisa perdagangan yang didasarkan pada skala ekonomis menyajikan masalah-masalah tertentu, dan kita berpegang pada bentuk pasar persaingan sempurna sehingga segala bentuk keuntungan monopoli tidak pernah terwujud. Dalam sebuah perusahaan atau pasar persaingan sempurna, perusahaan-perusahaan yang ada tidak bisa mempengaruhi harga (price taker). Artinya penjual barang harus selalu menerima kenyataan bahwa mereka dapat menjual sebanyak mungkin yang mereka kehendaki asalkan berdasarkan pada harga yang berlaku, dan mereka sama sekali tidak dapat mempengaruhi harga yang mereka terima atas produk yang mereka jual.*

Kata Kunci: Skala Ekonomi, Monopoli, Eligopoli, Persaingan Sempurna

A. PENDAHULUAN

Perdagangan yang berlangsung atas dasar kesenjangan teknologi dan siklus produk yang pada dasarnya bersifat dinamis, selama ini teori perdagangan yang sering dibahas selalu bersifat statis yang artinya bahwa dalam perdagangan kita baru mengetahui keunggulan komparatif suatu negara dan peluangnya dalam meraih keuntungan dari perdagangan tanpa memperhatikan kondisi ketersediaan atau kepemilikan faktor-faktor produksi, teknologi yang tersedia, dan selera konsumen yang ada. Padahal hal-hal tersebut sangatlah penting dalam praktek perdagangan internasional. Kepemilikan faktor produksi oleh suatu negara senantiasa berubah – ubah dari waktu ke waktu. Demikian juga

dengan teknologi dan selera konsumen, baik secara individual maupun secara agregate (nasional) sebagai akibat keunggulan komparatif suatu negara juga senantiasa mengalami perubahan.

Perdagangan kerap kali menciptakan pihak-pihak yang dirugikan dan yang diuntungkan. Hal ini sangat penting untuk diresapi jika kita berkeinginan memahami latar belakang apa sebenarnya yang menentukan kebijakan perdagangan dari suatu negara dalam lingkungan perekonomian dunia modern. Ada dua cara untuk meninjau kebijakan perdagangan (kebijakan pemerintah). Pertama, dengan berdasarkan pembahasan pada tujuan – tujuan tertentu yang hendak dicapai melalui penerapan kebijakan perdagangan. Kedua langsung menyoroti langkah-langkah yang ditempuh pemerintah dari berbagai negara dalam praktek pemberlakuan kebijakan perdagangan. Dampak-dampak yang ditimbulkan oleh kegiatan perdagangan internasional terhadap distribusi pendapatan merupakan suatu hal yang penting untuk cara kedua. Pemerintah dari suatu negara ingin memaksimalkan kesejahteraan penduduk, kondisi setiap orang memiliki selera dan pendapat yang persis sama maka pemecahannya mudah yaitu pemerintah akan memilih kebijakan – kebijakan yang bisa membuat kesejahteraan setiap individu menjadi semakin baik, dalam perekonomian yang homogen ini berlangsungnya perdagangan internasional yang bebas akan benar-benar mampu untuk menjamin tercapainya tujuan-tujuan pemerintah. Jika selera dan pendapatan masyarakat tidak persis sama, pemerintah akan menghadapi kesulitan menentukan persoalan yang paling mendasar. Pemerintah dengan cara – cara tertentu harus menghitung dan membandingkan keuntungan yang diperoleh sekelompok masyarakat dan kerugian yang akan diderita oleh kelompok lainnya. misalnya pemerintah domestik secara relatif lebih memperhatikan kerugian yang diderita

petani beras dari pada memberi keuntungan tambahan kepada para penjahit pakaian, maka perdagangan internasional yang harus dalam analisa kita mungkin merupakan hal yang buruk dilihat dari sisi tinjauan pemerintah dan pemerintah itu pasti akan menerapkan suatu kebijakanyang tidak sepenuhnya sesuai dengan kaidah-kaidah perdagangan bebas .

Terdapat tiga alasan pokok mengapa kalangan ekonom pada umumnya tidak terlalu menekankan perhatian mereka pada dampak distribusi pendapatan dari perdagangan(Dominick Solvatar,180) yaitu :

1. Dampak distribusi pendapatan bukan persoalan khas perdagangan internasional setiap perubahan dalam perekonomian nasional termasuk perubahan yang terjadi sehubungan dengan adanya suatu kemajuan teknologi, cenderung menggeser preferensi konsumen, tergantikannya sumber-sumber daya yang lama dengan yang baru dan sebagainya, senantiasa memberi dampak terhadap kondisi distribusi pendapatan dalam masyarakat yang bersangkutan. Seandainya setiap perubahan dalam perekonomian harus disaring dahulu untuk memastikan agar hal itu tidak menimbulkan dampak-dampak yang negatif terhadap aspek distribusi pendapatan masyarakat, maka perekonomian tersebut justru tidak akan dapat memperoleh kemajuan ekonomi sama sekali .
2. Apapun kelemahannya ,selalu akan lebih baik jika perdagangan dimungkinkan berlangsung secara benar-benar bebas, meskipun tidak mudah dan murah, langkah seperti ini masih lebih baik dari tindakan melarang atau menghalang-halangi berlangsungnya perdagangan. Seluruh negara industri modern selalu menyediakan jaringan pengamanan dalam program-program penunjang pendapatan guna

melindungi kelompok yang dirugikan atau yang menderita karena perdagangan. Apabila jaringan–jaringan pengaman tidak memadai maka jalan pemecahannya bukanlah mencabut dukungan terhadap keberlangsungan aktivitas perdagangan, melainkan justru meningkatkan perdagangan .

3. Pihak-pihak yang mengalami kerugian dari peningkatan hubungan perdagangan biasanya lebih terorganisir dibandingkan pihak – pihak yang memperoleh keuntungan dari perdagangan. Ketidakseimbangan ini acapkali menciptakan suatu bias dalam proses politik sehingga memerlukan langkah-langkah pengimbang .sudah merupakan kaidah tradisional untuk senantiasa bersikap kokoh dalam mempertahankan prinsip-prinsip perdagangan bebas secara keseluruhan . Hal ini wajar mengingat orang – orang yang dirugikan biasanya justru mengalami lebih banyak kesulitan dalam rangka menyuarkan tuntutan kepentingan mereka .

Adanya dampak negatif yang di timbulkan oleh perdagangan intrernasioanl terhadap distribusi pendapat, sebagian besar ahli ekonomi tetap menyakini bahwa lebih penting untuk menonjolkan keuntungan potensial dari perdagangan dari pada mempersoalkan kemungkinan kerugian dari sementara kelompok didalam suatu negara.sikap ini sering diperhatikan karena tidak jarang para tenaga ahli ekonomi memiliki kekuatan suara dalam memutuskan kebijakan ekonomi, khususnya pada waktu pertentangan kepentingan yang terus menerus berkecamuk. Suatu pemahaman yang realistis tentang bagaimana proses kebijaksanaan perdagangan dirumuskan dan ditentukan disuatu negara sangatlah dibutuhkan dalam rangka memahami motivasi yang sebenarnya terdapat dibalik pemberlakuan kebijakan itu sendiri.

Kelompok-kelompok yang menderita kerugian akibat berlangsungnya kegiatan perdagangan akan berusaha untuk melobi atau membujuk aparat pemerintah agar membatasi kegiatan perdagangan internasional, demi melindungi kesejahteraan, pendapatan atau kepentingan mereka

Berdasarkan pemaparan diatas dapat dirumuskan masalah bahwa seberapa jauh distribusi pendapatan dapat tercapai dalam perdagangan internasional sesuai dengan kondisi jenis pasar .

B. Teori Heckscher–Ohlin dalam perdagangan

Teori Heckscher–Ohlin didasarkan pada sejumlah asumsi lugas yang sengaja dikemukakan hanya secara implisit oleh para penemunya yaitu Hecksher dan Ohlin . Menurut Dominick Solvartart terdapat beberapa asumsi – asumsi pokok dalam teori perdagangan yang dikemukakan oleh beliau yaitu :

1. Di dunia hanya terdapat dua negara, dua komoditi dan dua faktor produksi (tenaga kerja dan modal).
2. Kedua negara tersebut memiliki dan menggunakan metode atau teknik produksi yang persis sama.
3. Komoditi X secara umum bersifat padat karta atau padat tenaga kerja (labor intensive) sedangkan komoditi Y secara umum bersifat modal (capital intensive) Hal ini berlaku untuk kedua negara.
4. Kedua komoditi tersebut sama-sama diproduksi berdasarkan skala hasil yang konstan (constant scale of return) sama–sama terjadi di kedua negara.

5. Spesialisasi produk yang berlangsung dikedua negara sama – sama tidak lengkap atau tidak menyeluruh artinya masing–masing negara tetap memproduksi meskipun dalam kedua jenis komoditi dalam komposisi yang berbeda.
6. Selera atau preferensi permintaan para konsumen yang ada dikedua negara tersebut persis sama.
7. Terdapat kompetisi sempurna dalam pasar produk (tempat perdagangan kedua komodity) dan juga dalam pasar faktor (tempat bertemunya kekuatan permintaan dan penawaran atas berbagai faktor produksi yang dalam teori ini dibatasi pada modal dan pasar tenaga kerja) maksudnya pemasok komodity maupun faktor produksi begitu banyak sehingga tidak ada yang bisa mendikte harga secara sepihak harga semata-mata terbentuk oleh kekuatan pasar .
8. Terdapat mobilitas faktor yang sempurna dalam ruang lingkup masing masing negara namun tidak ada mobilitas faktor antar negara/internasional. Maksudnya seorang bekerja atau sejumlah modal bisa dengan mudah berpindah-pindah dari satu sektor ekonomi /industri ke sektor lainnya dalam negara yang sama, namun mereka tidak bisa berpindah kenegara lain.
9. Sama sekali tidak ada biaya transportasi ,tarif atau berbagai bentuk hambatan lainnya yang dapat mengurangi kebebasan arus perdagangan barang yang berlangsung diantara kedua negara tersebut .
10. Semua sumberdaya produktif atau faktor produksi yang ada dimasing – masing negara dapat dikerahkan secara penuh dalam kegiatan – kegiatan produksi .
11. Perdagangan internasional yang terjadi diantara negara 1 dan negara 2 sepenuhnya seimbang (jumlah ekspor dan import dari kedua negara itu persis sama)

Pelonggaran atas sebagian besar asumsi dasar teori Heckscher-Ohlin hanya akan memodifikasinya tanpa mengganggu keberlakuannya. Ada asumsi yang tidak kita bisa ganggu gugat sebagai contoh : jika kita menyisihkan asumsi skala ekonomis yang konstan (constant scale of return) atau asumsi tentang persaingan sempurna (perfect competition), maka itu berarti kita telah menolak keberlakuan teori Heckscher –Ohlin.

C. Skala Ekonomis dan Perdagangan Internasional

Salah satu asumsi model Heckscher-Ohlin menyatakan bahwa dua komoditi diproduksi atas dasar skala hasil dan konstan di kedua negara. Jika kita menanggalkan asumsi dan berpegang pada realita yakni skala hasil yang meningkat, kita akan memahami perdagangan diantara kedua negara yang faktor-faktor produksi maupun komoditi andalannya identik. Perdagangan ini tidak akan dapat dijelaskan melalui model Heckscher-Ohlin.

Analisa perdagangan yang didasarkan pada skala ekonomis menyajikan masalah-masalah tertentu , dan kita berpegang pada bentuk pasar persaingan sempurna sehingga segala bentuk keuntungan monopoli tidak pernah terwujud. Namun jika prinsip hasil yang terus meningkat itu benar-benar berlaku, maka perusahaan-perusahaan besar biasanya akan berusaha mengungguli kalau perlu menggusur, perusahaan-perusahaan lain yang lebih kecil, sehingga keseluruhan pasar cenderung akan didominasi hanya oleh satu perusahaan monopoli atau beberapa perusahaan saja yang situasinya biasa disebut oligopoli. Jika prinsip hasil dan imbalan terus meningkat itu turut menjadi tolakan bagi berlangsungnya perdagangan , maka pasarnya akan berbentuk persaingan tidak sempurna. Tinjauan umum mengenai konsep konsep skala ekonomi dan pasar (perekonomian)

persaingan tidak sempurna, disusul ke model perdagangan internasional yang memperlihatkan betapa skala ekonomi dan persaingan sempurna itu dalam kenyataannya memegang peranan penting, yakni model persaingan monopoli dan model dumping. Sisanya akan membahas peranan yang dimainkan oleh prinsip hasil atau imbalan yang meningkat dan ekonomi eksternal (*external economies*) dalam proses pembentukan pola perdagangan .

Keunggulan komparatif senantiasa didasarkan pada asumsi atau prinsip skala hasil yang konstan (*constant return to scale*) artinya mengasumsikan bahwa jika input untuk suatu industri dilipat duakan ,maka output industri tersebut juga akan berlipat dua. Namun dalam kenyataannya, banyak industri atau skala ekonomi yang beroperasi atas dasar skala ekonomi dan juga pada prinsip imbalan yang kian meningkat sehingga semakin besar skala produksinya ,akan semakin besar produktivitasnya (dengan kelipatan yang semakin lama semakin besar). Jika terdapat skala ekonomis pelipat dua input yang digunakan oleh suatu sektor industri akan meningkatkan produksi industri lebih dari dua kali lipat. Semakin banyak input yang ditambahkan akan semakin besar kelipatannya .

Sebuah contoh akan membantu kita dalam rangka memahami pentingnya konsep skala ekonomi bagi perdagangan internasional, sebagai contoh untuk memproduksi 10 unit produk diperlukan 25 jam kerja sedangkan untuk memproduksi 25 unit diperlukan 30 jam kerja. Adanya skala ekonomi bisa dilihat dari kenyataan bahwa dengan melipatkan input tenaga kerja dari 15 menjadi 30 jam kerja menyebabkan output industri tersebut meningkat lebih dari dua kali lipat yaitu 10 menjadi 25 unit.dalam kenyataan dengan pelipatan input ,output bisa meningkat dengan kelipatan 2,5 .

Bagaimana perdagangan yang saling menguntungkan bisa terus meningkat berkat bekerjanya prinsip skala ekonomi. Setiap negara mengkhususkan diri dalam memproduksi barang-barang tertentu saja yang memungkinkannya memproduksi barang-barang tersebut lebih efisien daripada jika negara yang bersangkutan memproduksi sendiri segalanya. Perekonomian-perekonomian yang melakukan spesialisasi produksi ini selanjutnya berdagang satu sama lain agar dapat mengkonsumsi seluruh jenis barang. Dengan demikian setiap negara bisa memperoleh berbagai barang yang tidak dibuatnya sendiri. Menonjolnya prinsip skala ekonomi biasanya menyebabkan struktur pasar yang bersangkutan tidak berbentuk pasar persaingan sempurna.

Adanya skala ekonomi ataupun skala hasil yang meningkat menandakan bahwa input yang dibutuhkan per unit produksi semakin kecil dengan semakin banyaknya output yang diproduksi. Peningkatan produksi itu sendiri dapat dicapai apakah perusahaan-perusahaan yang bersangkutan sudah bisa melakukannya sekedar dengan memproduksi lebih banyak atau sebaliknya harus ada peningkatan jumlah perusahaan. Untuk menganalisa dampak skala ekonomi terhadap struktur pasar membutuhkan kejelasan tentang peningkatan produksi seperti apa yang diperlukan untuk menurunkan biaya rata-rata. Skala ekonomi eksternal (external economies of scale) akan tercipta apabila jumlah biaya per unit sudah tergantung pada besarnya industri, tidak perlu pada besarnya satu perusahaan.

Skala ekonomi internal muncul jika biaya per unit tergantung pada besarnya satu perusahaan, sehingga hal itu tidak perlu dikaitkan dengan besarnya industri yang bersangkutan. Skala ekonomi eksternal akan terlihat dengan meningkatnya efisiensi perusahaan-perusahaan karena sektor industri menjadi lebih besar, meskipun setiap

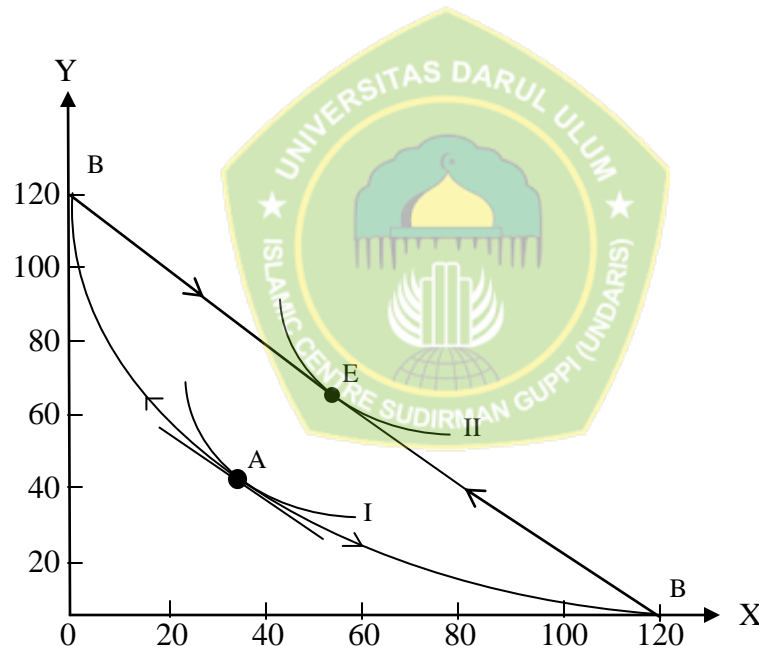
perusahaan ukuran produknya sama seperti sedia kala. Sedangkan skala ekonomi internal akan terlihat dengan output dari industri yang bersangkutan tidak berubah, tetapi jumlah perusahaan berkurang. Dengan demikian efisiensi meningkat dengan jumlah output yang dihasilkan meningkat.

Skala ekonomis eksternal dan internal masing-masing menimbulkan implikasi-implikasi yang berbeda terhadap struktur industri. Suatu industri dimana skala ekonomisnya sepenuhnya bersifat eksternal (tidak ada keunggulan khusus bagi perusahaan – perusahaan berskala besar) biasanya akan terdiri dari banyak perusahaan kecil. Sebaliknya jika skala ekonomi internal memberikan perusahaan-perusahaan berukuran besar suatu keunggulan biaya atas perusahaan – perusahaan kecil, maka hal ini pada akhirnya dapat menciptakan struktur pasar persaingan tidak sempurna. Baik skala ekonomi eksternal maupun internal merupakan penyebab penting bagi terjadinya perdagangan internasional.

Peranan skala ekonomis dalam perdagangan internasional ternyata menemukan dua alasan untuk lebih menitik beratkan perhatian pada ekonomi internal. Yang pertama, skala ekonomi internal lebih mudah diidentifikasi dalam praktek dibandingkan dengan skala ekonomi eksternal. Ditinjau dari perspektif umum, konsep skala hasil yang meningkat mengacu pada situasi produksi bertambah lebih proporsional ketimbang peningkatan input atau faktor – faktor produksinya artinya seandainya semua input dilipat duakan, maka output akan bertambah lebih dua kali lipat. Demikian pula jika semua input ditambah hingga tiga kali lipat dari pada sebelumnya, maka outputnya pun akan bertambah tiga kali lipat. Skala hasil yang meningkat ini dapat terjadi karena operasi yang lebih besar cenderung meningkatkan pembagian kerja dan spesialisasi sehingga

setiap unit faktor produksi akan membuahkan hasil yang lebih besar. Sebagai contoh faktor produksi tenaga kerja. Jika jumlahnya ditambah maka sampai batas tertentu masing-masing tenaga kerja itu akan dapat meningkatkan spesialisasinya dalam melaksanakan suatu tugas repetitif (berulang-ulang) sehingga produktivitasnya akan meningkat. Skala operasi yang lebih besar memungkinkan digunakannya mesin – mesin dan berbagai peralatan yang lebih khusus (untuk menjalankan fungsi-fungsi yang lebih spesifik) dan produktif. Mesin-mesin seperti ini tentu saja akan menjadi terlalu mahal jika digunakan dalam skala operasi yang kecil (Dominick Solvatar 189)

Hubungan Perdagangan yang Didasarkan Pada Skala Internasional



Keterangan Gambar:

Memperlihatkan bagaimana hubungan perdagangan yang menguntungkan semua pihak dapat dilangsungkan atas dasar skala hasil yang meningkat. Jika semua negara I dan negara II diasumsikan identik atau sama persis dalam berbagai aspek ekonomi, maka kita dapat menggunakan satu kurve batas kemungkinan produksi dan satu peta indiferent

bagi kedua negara tersebut. Adanya skala hasil yang meningkat akan menjelma berupa kurve batas kemungkinan produksi yang berupa konveks atau kurve cekung apabila dilihat dari pusat sumbu, atau melengkung dan lengkungannya mengarah kepusat sumbu. Jika kurve – kurve batas kemungkinan produksi dan peta indiferent dari kedua negara tersebut juga sama persis, maka harga – harga relatif yang berlaku di kedua negara tersebut juga akan sama persis (dalam kondisi tanpa perdagangan)

Selanjutnya apabila kedua negara melangsungkan hubungan perdagangan, maka negara satu akan terdorong untuk berspesialisasi dalam produk komoditi X dan ia akan berproduksi di titik B. Sedangkan negara 2 akan melakukan spesialisasi dalam produksi komoditi Y dan ia akan berproduksi di titik B. Selanjutnya kedua negara itu akan saling mempertukarkan $60x$ dengan $60y$, dan masing-masing negara akan berkonsumsi di titik B yang terletak pada kurve indiferent II. Karena letak kurve indiferent itu lebih tinggi dari kurve indiferent sebelumnya, maka kedua negara tersebut memperoleh peningkatan kesejahteraan. Keduanya memperoleh tambahan keuntungan $20X$ dan $20Y$. Tampak jelas bahwa keuntungan – keuntungan tersebut bersumber dari peningkatan skala ekonomis dalam kegiatan produksi di kedua negara yang masing – masing berfokus pada satu komoditi saja. Tanpa adanya perdagangan kedua negara tersebut tidak akan melakukan spesialisasi produksi di salah satu komoditi, mengingat masing – masing negara itu membutuhkan kedua komoditi itu sekaligus.

Beberapa aspek analisa dari gambar 6-1 yaitu :

1. Tidak ada faktor penyebab yang pasti untuk mendorong kedua negara itu berspesialisasi dalam produk komoditi X maupun komoditi Y. Spesialisasi ini semata-mata bertolak dari alasan historis.

2. Meski dikatakan identik kedua negara tersebut tidak mungkin sama persis dalam semua aspek ekonominya ,karena jika segala-galanya sama, justru akan sulit untuk membayangkan akan terjadinya hubungan dagang atas dasar skala hasil yang meningkat dikedua negara .
3. Skala ekonomi itu terdapat pada berbagai tingkatan output ,maka satu atau beberapa perusahaan dimasing-masing negara lambat laun akan dapat menguasai seluruh pasar bagi produk tertentu sehingga menjurus pada terciptanya pasar monopoli (ada satu produsen yang tunggal untuk satu komoditi tertentu yang tidak ada substitusinya) atau oligopoli (hanya ada sedikit produsen untuk satu produk yang homogen maupun berbagi macam produk yang ada)

D. Konsep Persaingan Tidak Sempurna Dan Perdagangan Internasional

Dalam sebuah perusahaan atau pasar persaingan sempurna, perusahaan –perusahaan yang ada tidak bisa mempengaruhi harga (*price taker*). Artinya penjual barang harus selalu menerima kenyataan bahwa mereka dapat menjual sebanyak mungkin yang mereka kehendaki asalkan berdasarkan pada harga yang berlaku, dan mereka sama sekali tidak dapat mempengaruhi harga yang mereka terima atas produk yang mereka jual, misalnya petani gandum dapat menjual sebanyak mungkin yang ia inginkan tanpa perlu khawatir bahwa kalau ia mencoba untuk menjual lebih banyak ia akan menekan harga pasar. Sebaliknya ia tidak bisa berharap akan mampu mendongkrak harga hanya dengan menimbun produknya. Alasannya tentu saja adalah karena karena petani gandum tersebut secara individual hanya merupakan bagian yang amat kecil dari pasar gandum secara keseluruhan .

Apabila hanya sedikit sekali perusahaan yang menghasilkan suatu barang maka masalahnya pun akan menjadi sangat berbeda. Menurut Suparmoko dalam buku Ekonomi managerial dalam pasar persaingan tidak sempurna (*imperfect competition*) perusahaan menyadari bahwa mereka dapat menjual produk-produk dalam jumlah yang lebih banyak dengan cara menurunkan harga produk-produknya. Apabila perusahaan tidak dapat mempengaruhi harga, maka kita perlu mengembangkan sebarang perangkat analisis tambahan untuk menjelaskan bagaimana perusahaan-perusahaan tersebut akan berperilaku. Struktur pasar paling sederhana yang tersedia guna mengamatinya adalah struktur monopoli murni (*pure monopoly*) yakni dimana satu perusahaan sama sekali tidak menghadapi satu persaingan pun.

Perusahaan monopoli biasanya menghadapi kurve permintaan yang bentuknya melengkung kabawah dari kiri atas kekanan bawah. bentuk kurve permintaan demikian menunjukkan bahwa perusahaan tersebut bisa menghasilkan lebih banyak output hanya jika harganya turun. Padanan untuk kurve permintaan adalah kurve kurve pendapatan atau kurve penerimaan marginal (*marginal revenue*). Pendapatan marginal adalah pendapatan tambahan yang diperoleh dari penjualan satu unit tambahan. Pendapatan marginal bagi perusahaan monopolis selalu lebih rendah dari harga seluruh unit. Karena itu bagi sebuah perusahaan monopolis, kurve penerimaan marginal selalu terletak dibawah kurve permintaan. Hubungan antara pendapatan marginal dan harga tergantung pada dua hal yaitu :

- a. tergantung pada berapa banyak output yang telah dijual oleh perusahaan monopolis itu sendiri. Perusahaan yang tidak menjual banyak sekali outputnya tidak akan banyak merugi jika ia melakukan pemotongan harga atas output itu.

b. Perbedaan antara harga dan pendapatan marginal itu tergantung pada kecondongan kurve permintaan, yang pada dasarnya menunjukkan kepada kita berapa besar perusahaan monopolis harus menurunkan harga agar dapat menjual satu unit tambahan outpunya.

Seandainya bentuk kurvenya sangat datar ,maka perusahaan monopolis tersebut akan dapat menjual satu unit tambahan dengan hannya menurunkan harga sedikit saja, dan karena itu tidak akan menurunkan harga sebesar kalau ia bisa menjual output dalam jumlah banyak sehingga pendapatan marginal akan mendekati harga perunit .disisi lain jika kurve permintaan berbentuk sangat curam ,maka untuk menjual satu unit tambahan, perusahaan itu harus mengadakan penurunan harga secara tajam sehingga menyebabkan pendapatan marginal semakin lebih rendah dari harga.

Tingkat output yang memaksimumkan keuntungan perusahaan monopolis tercapai ketika pendapatan marginal (pendapatan yang diperoleh dari satu unit tambahan) sama dengan biaya marginal (biaya ekstra yang diperlukan untuk memproduksi satu unit output tambahan tersebut). Secara grafis, hal tersebut merupakan titik perpotongan antara kurve biaya marginal atau MC dan dengan kurve penerimaan marginal atau MR. Harga yang diminta perusahaan pada satu tingkat output tertentu yakni yang menjamain tercapainya keuntungan maksimum biasanya lebih besar dari biaya rata – rata. Seandainya harga lebih besar daripada biaya rata-rata, maka perusahaan monopolis tersebut akan memperoleh jumlah keuntungan monopolis (*monopolistic profit*)

Adanya keuntungan monopoli jarang sekali terbebas dari aneka bentuk tantangan atau kecaman. Suatu perusahaan yang memperoleh keuntungan tinggi biasanya menciptakan sejumlah pesaing yang akan terus menentangnya.Karena itu keadaan

monopoli murni jarang dijumpai dalam kenyataan. Struktur pasar yang lazim ditemui dalam diberbagai sektor industri yang dicirikan oleh skala ekonomis internal adalah struktur oligopoli ,yaitu keberadaan beberapa perusahaan dominan , masing – masing dari mereka cukup besar untuk mempengaruhi harga akan tetapi tidak satupun yang mampu meraih status sebagai monopolis yang tidak memiliki saingan sama sekali.

Analisa mengenai oligopoli merupakan sebuah persoalan yang rumit dan kontraversial,karena dalam kasus oligopoli ,kebijakan harga merupakan variabel yang independen bagi perusahaan .Setiap perusahaan dalam proses penentuan harga, tidak hanya akan mempertimbangkan tanggapan –tanggapan konsumen ,akan tetapi juga harus memperhitungkan tanggapan–tanggapan yang kemungkinan akan diambil oleh pesaingnya. Tanggapan itu sendiri tergantung pada perkiraan–perkiraan para pesaing tentang prilaku perusahaan pertama sehingga kita selalu saja berada dalam satu permainan yang rumit diantara masing–masing perusahaan sama–sama berusaha keras untuk menerka strategi saingannya satu sama lainnya .

Model persaingan monopolistik bertumpu pada dua asumsi diseputar persoalan saling ketergantungan (*interdependensi*) yaitu :

- a. Setiap perusahaan dianggap mampu membedakan produknya dari produk– produk saingannya .artinya para konsumen tidak akan langsung berbondong–bondong membeli produk–produk perusahaan lain hanya karenma sedikit selisih harga .adanya perbedaan dan penganekaragaman produk (*product differentiation*) satu jenis produk dibuat sedemikian rupa sehingga masing–masing merk nampak unik dan berbeda dari yang lain.Ini menjamin bahwa setiap perusahaan memiliki monopoli dalam produk

khas didalam satu industri atau punya pasar sendiri sehingga mereka agak terisolasi dari tekanan pesaing

- b. Setiap perusahaan menganggap harga yang ditetapkan oleh para pesaingnya sebagai sesuatu yang tetap (*given*) artinya ia mengabaikan dampak dari harga yang ditetapkannya terhadap harga dari perusahaan – perusahaan lainnya. Dengan demikian model persaingan monopolistik ini mengasumsikan bahwa meskipun setiap perusahaan dalam prakteknya menghadapi tekanan pesaing dari perusahaan-perusahaan yang lainnya, namun ia cenderung bertindak sebagai layaknya sebuah perusahaan monopolis. Model ini disebut sebagai model persaingan monopolistik .

Apakah perusahaan persaingan monopolistik itu benar – benar ada? Beberapa industri mungkin patut dipertimbangkan sebagai industri persaingan monopolistik. misalnya saja industri mobil di eropa, dinana beberapa produsen yang utama (ford, general motor, volkswagen, renault, peugeot, fiat, volvo, nissan) menawarkan mobil-mobil yang sebenarnya sangat berbeda dalam ke khasanya, namun satu sama lain saling bersaing..Daya tarik utama dari model persaingan monopolistik tidak terdapat pada kesederhanaanya .Model persaingan monopolistik memberikan kita tinjauan yang sangat jelas tentang bagaimana skala ekonomi akan dapat menghasilkan keuntungan perdagangan bagi para pihak-pihak yang terlibat secara aktif didalamnya .

Mengembangkan suatu model dasar dari persaingan monopolistik, sebagai gambaran suatu induntri yang dihuni oleh beberapa perusahaan yang saling bersaing perusahaan-perusahaan itu menghasilkan produk yang berbediaaa artinya barang-barang yang tidak persis sama, namun bisa merupakan pengganti (*substitusi*) satu sama lain .Karena itu setiap perusahaan sampai batas tertentu merupakan monopolis dalam artian ia

merupakan satu-satunya perusahaan yang menghasilkan jenis barang tertentu. Permintaan untuk barang tersebut ditentukan oleh jumlah produk lain yang mirip yang tersedia di pasar dan perusahaan-perusahaan tersebut, sehingga sebagai akibatnya mereka menetapkan harga yang lebih rendah lagi. Model persaingan monopolistik mampu menangkap elemen-elemen pokok dari suatu pasar yang mengandung skala ekonomi dan merupakan pasar persaingan tidak sempurna. Hanya sedikit industri yang tergambarkan dengan baik oleh persaingan monopolistik, sedangkan kebanyakan struktur pasar yang ada didalam kenyataan adalah struktur oligopoli dengan sejumlah kecil perusahaan yang secara aktif terlibat dalam persaingan monopolistik. Dalam struktur yang sesungguhnya, anggapan bahwa masing-masing perusahaan akan berperilaku seolah-olah ia merupakan monopolis murni, mungkin tidak berlaku lagi. Sebaliknya mereka biasanya sadar sepenuhnya bahwasannya tindakan-tindakan mereka akan mempengaruhi tindakan perusahaan lain dan mereka akan senantiasa menghitung kemungkinan dan resiko interdependensi.

Ada dua perilaku penting yang sering muncul dalam keadaan oligopoli yang seringkali tidak diperhitungkan dalam model persaingan sempurna. Pertama adalah perilaku persekongkolan (*collusive behavior*). Setiap perusahaan senantiasa mungkin tergoda untuk menetapkan harga lebih tinggi daripada tingkat harga yang bisa menjamin keuntungan maksimum, sebagai bagian dari suatu kesepakatan bahwa perusahaan lain akan bertindak serupa, karena setiap keuntungan perusahaan akan lebih tinggi jika pesaing-pesaingnya menetapkan harga tinggi, kesepakatan demikian dapat meningkatkan keuntungan semua perusahaan (tas beban konsumen) secara sekaligus. Perilaku penentuan harga dengan kesepakatan seperti ini bisa diatur melalui kesepakatan terang-

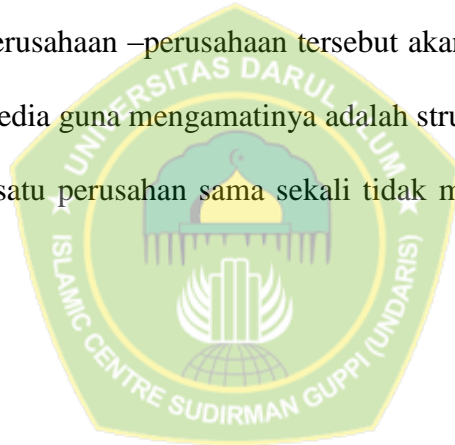
terangan atau dengan strategi yang dikoordinasikan secara sembunyi-sembunyi seperti rekayasa agar satu perusahaan tertentu bertindak sebagai pemandu harga bagi sektor industri yang bersangkutan secara menyeluruh. Kedua perusahaan oligopolistik juga menempuh perilaku strategis yakni mereka bisa melakukan sesuatu yang tampaknya mengurangi keuntungan, akan tetapi sebetulnya dimaksudkan mempengaruhi perilaku pesaing-pesaing seemikian rupa seperti yang diinginkannya, sehingga akan memberikan keuntungan lebih besar dalam jangka panjang . Contohnya suatu perusahaan membangun kapasitas tambahan bukan untuk meningkatkan produksi melainkan sekedar untuk menghalangi masuknya perusahaan baru yang berpotensi untuk menjadi saingan kedalam sektor industri oligopolistik. Selalu terbuka kemungkinan bagi adanya tindakan persekongkolan maupun rekayasa strategis diantara perusahaan oligopolistik membuat analisis oligopolistik menjadi tambah rumit .

E.KESIMPULAN

Keunggulan komparatif senantiasa didasarkan pada asumsi atau prinsip skala hasil yang konstan (*constant return to scale*) artinya mengasumsikan bahwa jika input untuk suatu industri dilipat duakan ,maka output industri tersebut juga akan berlipat dua. Namun dalam kenyataannya, banyak industri atau skala ekonomi yang beroperasi atas dasar skala ekonomi dan juga pada prinsip imbalan yang kian meningkat sehingga semakin besar skala produksinya ,akan semakin besar produktivitasnya (dengan kelipatan yang semakin lama semakin besar). Jika terdapat skala ekonomis pelipat dua input yang digunakan oleh suatu sektor industri akan meningkatkan produksi industri lebih dari dua kali lipat. Semakin banyak input yang ditambahkan akan semakin besar kelipatannya .

Dalam sebuah perusahaan atau pasar persaingan sempurna, perusahaan –perusahaan yang ada tidak bisa mempengaruhi harga (*price taker*). Artinya penjual barang harus selalu menerima kenyataan bahwa mereka dapat menjual sebanyak mungkin yang mereka kehendaki asalkan berdasarkan pada harga yang berlaku, dan mereka sama sekali tidak dapat mempengaruhi harga yang mereka terima atas produk yang mereka jual.

Dalam pasar persaingan tidak sempurna (*imperfect competition*) perusahaan menyadari bahwa mereka dapat menjual produk dalam jumlah yang lebih banyak dengan cara menurunkan harga produk–produknya. Apabila perusahaan tidak dapat mempengaruhi harga, maka kita perlu mengembangkan sebarang perangkat analisis tambahan untuk menjelaskan bagaimana perusahaan –perusahaan tersebut akan berperilaku. Struktur pasar paling sederhana yang tersedia guna mengamatinya adalah struktur monopoli murni (*pure monopoly*) yakni dimana satu perusahaan sama sekali tidak menghadapi satu persaingan pun.



DAFTAR RUJUKAN

Salvator, Dominick. 1996. *Ekonomi Internasional I*. Erlangga. Jakarta

Salvator, Dominick. 1996. *Ekonomi Internasional II*. Erlangga. Jakarta

Salvator, Dominick. 1992. *Teori Micro Ekonomi*. Erlangga. Jakarta

Suparmono. 1996. *Ekonomi Makro*. Erlangga. Jakarta

Douglas, Evan J., *Managerial Economics*, Prentice-Hall Inc., New Jersey, 1987

