**PRAKTIK EKSPOR DAN IMPOR**

****

**EKSPOR**

Dengan dimensi tambahan yang rumit mengenai berbisnis di luar negeri, mengapa perusahaan harus terlibat dalam proses ekspor bukannya menetap di negara asal? Ada beberapa alasan yang seluruhnya terkait dengan tujuan bisnis untuk meningkatkan keuntungan dan penjualan, untuk melindungi keuntungan dan penjualan dari penurunan.Ini adalah beberapa alasan yang paling umum mengapa perusahaan melakukan ekspor.

* Untuk melayani pasar dimana perusahaan tidak memiliki atau hanya sedikit memiliki fasilitas produksi. Banyak perusahaan multinasional besar, seperti DuPont, memasok sebagian pasar asing mereka dengan mengekspor karena tidak ada satu perusahaan pun, tidak peduli seberapa besarnya, yang mampu menghasilkan lini produk yang lengkap di setiap negara yang menjual barang-barangnya. Pasar tanpa pabrik lokal dipasok melalui ekspor dari negara asal atau dari afiliasi asing.
* Untuk memenuhi persyaratan pemerintah negara tuan rumah bahwa anak perusahaan lokal melakukan ekspor. Pemerintah di negara berkembang sering meminta agar afiliasi lokal melakukan ekspor dan beberapa masyarakat agar anak perusahaan lokal menghasilkan devisa yang cukup untuk menutup biaya impornya. Inilah mengapa Ford menempatkan pabrik radio di Brasil yang mengekspor produksinya ke pabrik perakitan Ford di Eropa.
* Untuk mempertahankan harga agar tetap bersaing di pasar negara asal. Banyak perusahaan mengimpor komponen yang di produksi secara padat karya di afiliasi asing atau mengekspor komponen untuk perakitan di negara yang biaya yang tenaga kerjanya lebih murah dan mengimpor produk jadinya.
* Untuk menguji pasar asing dan persaingan asing dengan biaya yang kecil. Ini adalah strategi umum bagi perusahaan yang ingin menguji penerimaan akan sebuah produk sebelum berinvestasi dalam pembangunan fasilitas produk lokal. Ekspor juga akan memungkinkan perusahaan untuk menguji strategi pasar dan membuat penyesuaian dengan resiko kecil di pasar yang lebih kecil. Jika strategi atau produk tersebut gagal, perusahaan bisa menariknya tanpa harus mengalami kegagalan yang mengakibatkan biaya besar atau bersifat merusak seluruh perusahaan. Namun, ada kerugian dari strategi ini apa pun yang dilakukan perusahaan di pasar asing akan dilihhat sebagai pesaing. Ini terutama terjadi untuk perusahaan global yang besar, seperti Unilever dan Procter & Gamble (P&G). Mantan CEO P&G Edwin Artzt mengubah strategi perusahaan dalam memperkenalkan produk baru.Ketimbang menunda peluncuran global hingga perusahaan mengumpulkan pengalaman pemasaran di sebuah negara, P&G mulai memperkenalkan produk ke seluruh dunia pada awal pengembangannya untuk menghindari pemberian kesempatan kepada pesaing untuk bereaksi di pasar lain.
* Untuk memenuhi permintaan pelanggan yang sebenarnya atau prospektif akan produk ekspor perusahaan. Jenis ekspor yang tidak direncanakan ini cukup umum terjadi. Pembeli asing sering mencari sesuatu yang tidak bisa ditemukannyadi pasar lokal lewat internet atau Thomas Net, sebuah situs yang berisi daftar produsen dari Amerika Utara untuk ribuan jenis produk.
* Untuk menyeimbangkan siklus penjualan di pasar domestik.
* Untuk memperoleh tambahan penjualan yang akan memungkinkan perusahaaan untuk menggunakan kelebihan kapasitas produksi untuk menurunkan biaya tetap per unit.
* Untuk memperpanjang siklus hidup produk dengan mengekspor ke pasar yang belum terlayani yang membuat produk akan kembali berada ditingkat pengenalan dalam siklus hidup.
* Untuk merespons secara strategis pesaing asing yang berada di pasar negara asal perusahaan dengan masuk ke pasar negara asal mereka.
* Untuk meraih kesuksesan dengan melakukan ekspor sebagaimana kesuksesan yang diraih oleh perusahaan lain.
* Untuk meningkatkan efisiensi bidang peralatan manufaktur yang umunya akan bekerja dengan lebih baik pada atau mendekati kapasitas penuh.

Dua alasan utama perusahaan AS untuk tidak melakukan ekspor adalah karena mereka sudah terfokus pada pasar Amerika yang luas dan keanggenan untuk terlibat dalam operasi yang baru, tidak dikenal, dan beresiko. Saat manajer dari perusahaan yang tidak mengekspor ditanya lebih jauh mengenai alasan mereka tidak aktif di pasar internasional, umumnya mereka menyebutkan tiga bidang yang tidak mereka ketahui: mencari pasar asing, prosedur pembayaran dan pendananaan, dan prosedur ekspor.

Bantuan yang cukup banyak tersedia dari beberapa sumber, antara lain departemen perdagangan federal maupun negara bagian, bank, adminitrasi usaha kecil, pusat pengembangan usaha kecil dan konsultan swasta. Namun hanya sedikit manajer yang memanfaatkan bantuan ini. Bidang-bidang yang menghambat manajer untuk mengembangkan kemampuan ekspor : Mencari pasar asing, Prosedur pembayaran dan pendanaan, dan Prosedur ekspor.

**MENENTUKAN PASAR ASING DAN MENGEMBANGKAN RENCANA**

 Langkah pertama dalam menentukan pasar asing adalah menemukan apakah ada pasar untuk produk buatan perusahaan. Langkah penyaringan awal yang dibahas di bab 15 mengindikasikan sebuah proseduruntuk diikuti yang tidak akan meninimbulkan masalah bagi analis pasar berpengalaman yang cukup akrab dengan sumber informasi dan bantuan yang tersedia. Namun, bagi pendatang baru yang ingin mengekspor, terutama perusahaan – perusahaan kecil, mungkin belum mengetahui bagaimana riset pasar asing mereka.Bagi mereka, sejumlah program bantuan ekspor tersedia.Saat pengekspor potensial telah menetapkan bahwa mungkin ada pasar bagi produk perusahaan, waktunya untuk meancang rencana pemasaran ekspor.

**SUMBER-SUMBER INFORMASI EKSPOR, KONSELING DAN DUKUNGAN**

 *Export.gov*merupakan portal perdagangan pemerintah AS, di buat oleh Departemen Perdaganaggan AS. Portal ini menyediakan sumber-sumber mengenai ekspor dari berbagai lembaga pemerintahan, termasuk International Trade Administration AS, Commercial Service AS, Departemen Perdagangan AS, Bank Ekspor-Impor, Badan Amerika Serikat untuk Pembangunan Internasional (*U.S Agency for International Development –* USAID), Small Business Administration (SBA), Departemen Luar Negeri dan Overseas Private Investement Corporation (OPIC).

 Untuk perusahaan yang sudah mengekspor, International Trade Administration (ITA) menawarkan berbbagai aktifitas promosi ekspor yang meliputi konseling ekspor, analisis pasar asing, penilaian daya saing industri, serta pengembangan kesempatan pasar dan perwakilan penjualan melalui berbagai acara promosi ekspor. Tiga departemen di ITA bekerja sama untuk menyediakan layanan berikut ini.

1. Akses Pasar dan Kepatuhan (*Market Accsess and Compliance –* MAC). Para spesialis MAC berusaha untuk membuka pasang asing untuk produk-produk asal Amerika dengan mengembangkan strategi untuk menghadapi hambatan yang dihadapi oleh perusahaan AS di negara asing dan kawasan. Mereka juga mengawasi kepatuhan negara asing pada perjajian perdagangan.
2. Pengembangan perdagangan (*Trade Development*). Departemen ini mempromosikan Kepentingan perdagangan Industri Amerikadan menawarkan informasi mengenai pasar dan praktik perdagangan di seluruh dunia. Petugas industri bekerja berdasarkan sektordengan perwakilan industri dan asosiasi untuk mengidentifikasi peluang perdagangan berdasarkan produk atau jasa, sektor industri dan pasar. Mereka juga mengembangkan rencana dan program pemasaran. Para ahli di bdang Pengembangan Perdagangan ini juga melakukan misi dagang eksekutif, pameran dagang dan seminar pemasaran.
3. *U.S. Commercial Service* (USCS). USCS memiliki petugas komersial yang bekerja di 107 lokasi domestik di AS dan 80 negara yang bisa memberikan informasi latar belakang perusahaan asing dan membantu mencari perwakilan asing, melaksanakan riset pasar dan mengidentifikasi perdagangan dan peluang investasi bagi perusahaan – perusahaan Amerika. Kantor distrik juga mengadakan pelatihan ekspor dan selalu memberikan informasi kepada para pebisnis mengenai kegiatan perdagangan domestik dan luar negeri yang menawarkan potensi untuk mempromosikan produk Amerika.

Small Business Administration (SBA) dari Kantor Perdagangan International menawarkan bantuan melalui kantor distrik SBA bagi pengekspor usaha kecil yang sudah berjalan maupun potensial melalui dua program yang disediakan di kantor setempat di seluruh negara, yaitu Pengembangan Bisnis dan Bantuan Keuangan. Kantor Perdagangan International juga bekerja melalui program SCORE, yaitu suatu program gratis yang ditawarkan oleh para eksekutif yang berpengalaman untuk memberikan konseling pribadi kepada perusahaan kecil; Small Business Development Centers (SBDC), berada di banyak Universitas dan kampus, di mana memberikan konseling ekspor, terutama kepada para pendatang baru ayang belum berpengalaman; Centers of Internaational Business and Research (CIBER), berada di 31 universitas AS, yang juga membantu perusahaan yang ingin mengekspor; dan Export Assistance Center AS, di mana merupakan kanntor pelayanan satu atapyang siap untuk membantu usaha kecil dan menengah dengan bantuan ekspor lokal.

Export Assistance Program (EAP) dari Departemen Perdagangan membantu mengekspor potensial mempersempit pasar potensial. Program ini memiliki kantor lebih dari 100 kota di AS dan 80 kota di luar negeri. Setelah mempelajari mengenai perusaahan dan produknya, spesialis perdagangan internasional EAP ini mungkin menyarankan pengekspor potensial untuk berkonsultasi dengan National Trade Data Bank (NTDB), sebuah layanan yang memilih promosi perdagangan terbaru, publikasi “*howto*” dan data perdagangan internasional dan ekonomi dari 15 lembaga federal dan menempatkan semuanya dalam satu CD-ROM yang diperbaharui setiap bulan.



Kedutaan Besar AS di Kenya. Saat sebuah perusahaan mempertimbangkan pilihan ekspor salah satu sumber informasi mengenai mitra bisnis potensial dan peluang pasar mungkin adalah Gold Key Service yang di tawarkan oleh banyak kedutaan besar AS

Jika keberadaan pasar potensial sudah ditetapkan, perusahaan haruss memilih antara mengekspor secara tidak langsung melalui pengekspor yang ada di AS atau mengekspor secara langsungmenggunakan staff perusahaan sendiri.Jika perusahaan memilih opsi ekspor tidak langsung sebagai usaha untuk menguji pasar, spesialis perdagangan bisa menyediakan bantuan.Jika perusahaan memilih untuk mendirikan sediri operasi ekspornya, perusahaan harus memiliki saluran distribusidi luar negeri.Pengekspor bisa menggunakan portal *Export.gov* untuk menemukan agen, distributor atau mitra usaha patungan. Lembaga pelaporan kredit, seperti Dun & Bradstreet, Finance, Credit and International Business Association (FCIB) dan Bank pengekspor akan menyediakan informasi mengenai pinjaman.

Departemen perdagangan juga mengadakan acara-acara perdaagangan yang dikenal dengan “*Show and Sell”* yang membantu dalam hal menemukan perwakilan asing dan melakukan penjualan.Berikut ini ada empat jenis acara.

1. *Peviliun AS.* Departemen Perdagangan memilih sekitar 100 pameran perdaganagan internasional setiap tahun untuk merekrut perusahaan-perusahaan Amerika untuk berpartisipasi dalam paviliun AS. Preferensi diberikan kepada pameran-pameran di pasar yang sesuai bagi perusahaan yang siap untuk mengekspor.peserta pameran mnerima dukung yang besar dari Departemen Perdagangandalam manajemen dan kampanye promosi di luar negeri untuk menarik pengunjung bisnis.
2. *Misi Dagang.* Acara ini fokus pada sektor industri. Peserta siberikan detail informasi pemasaran, publisitas luas, dukungan logistik dan perjanjian yang sudah diatur dengan pembeli pontensial dan pegawai pemerintah. Umumnya, sebuah misi terdiri dari 5 hingga 13 eksekutif bisnis.
3. *Pusat Literatur Publik.* Para spesialis *Trade Development* di Departemen Perdagangan mewakili perusahaan AS di berbagai pameran peradagangan internasional untuk menyebarkan *literatur*. Kemudian mereka memberitahukan kepada perusahaan siapa saja pengunjung yang tertarik sehingga bisa ditindaklanjuti oleh perusahaan.
4. *Misi Perdagangan Balik.* Trade Development Agency AS dapat membiayai kunjungan ke Amerika Serikat oleh perwakilan pemerintah negara asing, sehinggaa mereka bisa bertemu dengan industri dan perwakilan pemerintah negara AS. Pejabat pemerintah asing memiliki otoritas pihak pembeli yang tertarik untuk membeli peraalatan dari AS untuk proyek yang spesifik.

Selain pemerintah federal, sumber bantuan lain juga tersedia bagi pengekspor, termsuk pemerintah negara bagian yang memiliki program pengembangan ekspor dan sebagian besar memiliki program pembiayaan ekspor. Di sektor swasta ada Trade World Center Association, sebuah organisasi yang anggotanya hampir 300 pusat diseluruh duniayang menyediakan kesempatan untuk membentuk jaringan dan sistem peradagangan *online.*

**RENCANA PEMASARAN EKSPOR**

Segera mungkin, perusahaan perlu merancang rencana pemasaran ekspor. Perusahaan yang berpengalaman akan memiliki rencana dalam operasi, tetapi pendatang baru mungkin harus menunggu hingga mereka berhasil mengumpulkan setidaknya beberapa informasi dari penelitian pasar asing. Pada dasarnya, rencana pemasaran ekspor sama dengan rencana pemasaran domestic. Rencana ini harus spesifik mengenai pasar yang akan dikembangkan, strategi pemasaran yang diperlukan dan taktik yang dibutuhkan untuk menjalankan strategi. Proyeksi penjualan dan anggaran, kebijakan penetapan harga, karakteristik produk, rencana promosi, dan detail mengenai kesepakatan dengan perwakilan asing sangat dibutuhkan. Dengan kata lain, rencana pemasaran ekspor menjabarkan apa yang harus dilakukan dan kapan, siapa yang harus melakukannya, dan berapa biayanya. Garis besar sebuah rencana pemasaran ekspor ada pada bagian lampiran di akhir bab ini.

Salah satu area penetapan harga yang menjadi pertimbangan bagi banyak perusahaan yang mulai mengekspor adalah keharusan untuk memsaukkan unsur syarat penjualan ***(terms of sale)*** yang berbeda dari persyaratan penjualan yang digunakan di pasar domestic.Untuk transaksi asing, pengekspor harus mengenal **INCOTERMS**, 13 syarat perdagangan yang menjelaskan tanggung jawab penjual dan pembeli dalam perdagangan internasional.Persyaratan-persyaratan tersebut dibuat oleh Kamar Dagang Internasional dan direvisi setiap 10 tahun.

1. FAS (free alongside ship-pelabuhan asal). Penjual membayar semua biaya transportasi dan pengiriman hingga ke sisi kapal dan mengurus semua barang yang akan diekspor.
2. CIF (cost, insurance, freight-pelabuhan asing). Harganya meliputi biaya barang, asuransi, biaya transportasi dan biaya-biaya lain yang ditagihkan di pelabuhan tujuan akhir.
3. CFR (cost and freight-pelabuhan asing). CFR mirip dengan CIF, perbedaannya adalah disini pembeli membeli asuransi, baik karena lebih murah atau karena pemerintah di negara pembeli mengharuskan penggunaan perusahaan asuransi local untuk menghemat devisa.
4. DAF (delivered at frontier-dikirim ke perbatasan). Istilah DAF bisa digunakan oleh pengekspor ke Kanada dan Meksiko. Harganya mencakup seluruh biaya hingga ke perbatasan, tempat penyerahan kiriiman kepada perwakilan pembeli. Pembeli bertanggung jawab untuk mengatur penerimaan barang setelah mereka diklarifikasi untuk ekspor, membawa barang melintasi perbatasan, mengklarifikasi mereka untuk impor dan mengirimkannya ke pembeli.

Syarat penjualan dengan CIF dan CFR lebih mudah digunakan oleh pembeli asing karena dalam menetapkan biaya, mereka hanya perlu menambahkan bea masuk impor, biaya pendaratan, dan pengiriman dari pelabuhan kedatangan ke gudang. Pengekspor baru harus mengingat biaya-biaya lain-lain-biaya penyimpanan dan penanganan, biaya ekspeditor, dan biaya konsuler-yang dikenakan saat melakukan pengiriman dengan CIF.Perlu dicatat bahwa biaya pemasaran domestic dan administrasi umum yang termasuk dalam harga jual domestic biasanya lebih besar dibandingkan dengan biaya yang sebenarnya dari penjualan ekspor dengan menggunakan CIF.

Metode penetapan harga yang dipilih adalah factory door cost (biaya produksi tanpa biaya pemasaran domestic dan administrasi umum), ditambahkan dengan biaya langsung penjualan ekspor, persentase biaya overhead administrasi umum, dan margin laba. Persentase ini bisa berasal dari esrtimasi manajer atas bagian total waktu yang dipakai untuk urusan ekspor.Harga FOB minimum atau EX-Works adalah jumlah dari biaya-biaya tersebut ditambah margin laba yang diinginkan.Jika penelitian di suatu pasar menunjukkan adanya persaingan kecil atau adanya harga kompetitif yang lebih tinggi, maka tentu saja pengekspor bebas untuk menandingi persaingan di pasar tersebut (*price skimming*) atau menetapkan harga yang rendah untuk merebut pangsa pasar (*penetration pricing*). Tindakan yang diambil tergantung dari tujuan penjualan perusahaan, sama seperti yang terjadi di pasar domestic.

Perbedaan utama lainnya dalam ekspor adalah perjanjian penjualan.Perjanjian ini harus memberikan spesifikasi sesederhana mungkin, atau tugas perwakilan dan perusahaan. Sebagian besar yang terkandung dalam kontrak untuk perwakilan domestic juga bisa digunakan dalam ekspor, tetapi terdapat dua poin yang harus lebih diperhatikan, yaitu penetapan dari tanggung jawab untuk paten dan pendaftaran merek dagang; penunjukan negara dan negara bagian atau provinsi yang hukumnya mengatur perselisihan kontrak yang terjadi. Agar benar-benar aman perusahaan tersebut harus mendaftarkan seluruh paten dan merek dagang. Pengaturan tersebut bisa diserahkan kepada perwakilan local; akan tetapi, perusahaan harus dibantu oleh pengacara internasional berpengalaman saat membuat perjanjian. Pengekspor dari negara mana pun biasanya akan memilih mengikuti hukum di negara mereka sendiri. Banyak negara, terutama yang berada di Amerika Latin, mengikuti Doktrin Calvo, yang meyatakan bahwa kasus yang terjadi harus diadili di bawah hukum local, bukan hukum asing.

**PROSEDUR PEMBAYARAN DAN PEMBIAYAAN**

Tantangan utama kedua bagi para pengekspor baru adalah membangun pemahaman mengenai prosedur pembayaran dan pembiayaan yang terlibat dalam penjualan ekspor. Kita akan mengkaji proses pembayaran ekspor dan istilah yang digunakan, pendekatan pembiayaan ekspor dan insentif pemerintah lainnya yang telah ditetapkan untuk mendukung pengekspor dalam bidang keuangan.

**SYARAT-SYARAT PEMBAYARAN EKSPOR**

Syarat-syarat pembayaran, sebagaimana diketahui oleh setiap pemasar, biasanya merupakan faktor penentu dalam memperoleh pesanan.Sebagaimana yang dikatakan oleh seorang petugas penjualan resmi yang merupakan pengekspor biji-bijian internasional, “Jika Anda memberikan pinjaman kepada seseorang yang bangkrut, ia akan membayar dengan harga berapa saja untuk produk Anda’. Hal ini tentunya agak berlebihan, tetapi pelanggan umumnya kan membayar harga yang lebih tinggi jika persyaratan lebih lunak, terutama di negara-negara dengan kelangkaan modal dan tingginya suku bunga. Di antara persyaratan pembayaran yang ditawarkan oleh pengekspor kepada pembeli asing adalah tunai di muka, rekening terbuka *(open account)*,konsinyasi*, letter of credit* (L/C), dan wesel dokumen.

Saat reputasi kredit dari pembeli tidak diketahui atau tidak jelas, maka akan diminta *tunai di muka.* Namun, sangat sedikit pembeli yang akan menerima persyaratan ini, sebab sebagian modal kerja mereka akan terikat sampai barang dagangan diterima dan dijual lagi. Selain itu, mereka tidak punya jaminan bahwa mereka akan menerima pesanan mereka. Oleh karena itu, sedikit sekali pelanggan yang akan membayar tunai di muka, kecuali pesanan atas produk yang dibuat berdasarkan spesifikasi pelanggan.

Saat penjualan dibuat dengan *open account*, penjual menerima segala resiko, sehingga persyaratan ini hanya boleh dilakukan kepada pelanggan yang sudah dipercaya. Modal kerja pengekspor terikat hingga pembayaran diterima. Namun, pengekspor yang menginginkan persyaratan pembayaran yang tidsk terlalu beresiko, seperti L/C, akan mengetahui bahwa mereka kehilangan bisnis dari pesaing yang menjual dengan *open account*. Perusahaan global terkenal, seperti Mercedes Benz tidak menerima biaya tambahan penerimaan L/C dan memberikan bisnis mereka kepada pemasok yang mau menawarkan persyaratan *open account*.Untuk menetapkan utang pembeli, pengeskpor bisa memperoleh laporan kredit dan informasi kredit dari perusahaan asing dari beberapa lembaga, seperti Dun & Bradstreet, Owens Online, dan Asian CIS.

*Konsinyasi* artinya barang dikirim kepada pembeli dan pembayaran belum dilakukan sampai barang-barang tersebut terjual.Semua resiko ditanggung penjual, sehingga persyartan ini sebaiknya tidak ditawarkan tanpa melakukan penyelidikan secara ekstensif terhadap pembeli dan negara yang dianjurkan untuk persyaratan *open account*. Perusahaan multinasional sering menjual barang mereka kepada anak perusahaan dengan menggunakan cara ini.

Hanya pembayaran tunai di muka yang memberikan perlindungan lebih kepada penjual dibandingkan **letter of credit (L/C)**.Dokumen ini diterbitkan oleh bank pembeli yang berjanji untuk membayar sejumlah nilai tertentu kepada penjual di saat bank telah menerima dokumen yang telah disyaratkan dalam L/C pada waktu yang sudah ditetapkan. Umumnya penjual akan meminta agar L/C *dikonfirmasi* dan *tidak bisa dibatalkan*. Dalam **L/C dikonfirmasi** (*confirmed L/C*) bank koresponden di negara penjual mengonfirmasikan bahwa bank akan menerima L/C yang dikeluarkan oleh bank penerbit. Dengan **L/C yang tidak dapat dibatalkan (irrevocable L/C)**, setelah penjual menerima kredit, pelanggan tidak bisa mengubah atau membatalkannya tanpa persetujuan penjual. Gambar 16.1 adalah sebuah contoh konfirmasi dari bank terhadap /C yang tidak dapat dibatalkan. Jika L/C tidak dikonfirmasi, bank koresponden (Merchants National Bank of Mobile) tidak memiliki kewajiban untuk membayar penjual (Smith&Co.) saat bank menerima dokumen yang terdaftar dalam L/C. Hanya bank penerbit (Banco Americano di Bogota) yang bertanggung jawab. Jika penjual (Smith&Co.) ingin mengambil dana dari bank Amerika, perusahaan harus mendesak supaya L/C tersebut dikonfirmasi oleh bank tersebut.Konfirmasi ini umumnya dilakukan oleh bank koresponden, seperti yang ditunjukkan pada gambar 16.1. Saat Merchants National Bank of Mobile mengonfirmasikan kredit tersebut, bank berkewajiban untuk membayar kepada Smith & Co, jika seluruh dokumen yang terdaftar dalam surat sudah diserahkan atau sebelum tanggal yang ditentukan. Perhatikan bahwa tidak ada yang disebutkan mengenai barang itu sendiri; pembeli hanya menetapkan bahwa air waybill yang diterbitkan oleh pengangkut diserahkan sebagai bukti bahwa pengiriman telah dilakukan. Bahkan jika petugas bank mengetahui bahwa pesawat mengalami kecelakaan setelah lepas landas, mereka akan tetap membayar Smith & Co. Bank hanya peduli terhadap dokumen, bukan barang dagangannya.

Sebelum membuka L/C, pembeli biasanya meminta **faktur pro forma** (*pro forma invoice*).Ini adalah kuotasi formal dari pengekspor yang berisi deskripsi barang dagangan, harga, waktu pengiriman, metode pengiriman, pelabuhan keluar dan masuk, dan syarat penjualan.Namun, hal ini lebih dari sekedar kuotasi biasa. Umumnya, bank akan menggunakannya saat membuka L/C, dan di negara yang mengharuskan adanya lisensi atau izin impor untuk membeli mata uang asing, petugas pemerintah akan meminta salinannya.

Gambar 16.2 menggambarkan rute yang dilalui barang dagangan, L/C, dan dokumen dalam transaksi L/C antara penjual AS dan pembeli asal Jerman. Saat pembeli Jerman menerima syarat penjualan yang menyediakan L/C dikonfirmasi dan tidak dapat dibatalkan, ia pergi ke bank untuk mengatur pembukaan L/C tersebut. Pembeli akan menyediakan bank dengan informasi yang terkandung dalam faktur pro forma, menentukan dokumen-dokumen yang harus diserahkan oleh pengekspor untuk bisa menerima pembayaran, dan menetapkan tanggal jatuh tempo kredit tersebut.

**Letter of Credit**



Bank Jerman selanjutnya akan menginstruksikan pada bank korespondennya di Amerika Serikat untuk mengonfirmasikan kredit tersebut dan mengonfirmasikan kepada penjual bahwa L/C sudah ditetapkan. Penjual mempersiapkan barang yang akan dikirimkan dan memberitahukan kepada ekspeditor yang memesan tempat di kapal, menyiapkan dokumen ekspor dan mengatur agar barang dagangan dikirimkan ke pelabuhan. Bersama dengan wesel atas unjuk atau wesel berjangka yang ditarik oleh penjual, dokumen tersebut diserahkan kepada bank AS yang membayar penjual dan meneruskan dokumen untuk diambil oleh bank Jerman. Untuk memperoleh dokumen-dokumen yang menunjukkan kepemilikan atas barang-barang kiriman tersebut, pembeli di Jerman harus membayar wesel atas unjuk (*sight draft*) atau menerima wesel berjangka (*time draft*). Setelah melakukan itu, pembeli akan menerima dokumen yang kemudian akan diberikan kepada pialang bea cukai. Pialang bea cukai ini akan bertindak sebagai agen pembeli dalam menerima barang dari kapal pengangkut dan melakukan kliring atas barang tersebut melalui petugas bea cukai Jerman.



Jika pengekspor percaya bahwa resiko politik dan komersial tidak cukup untuk mengharuskan L/C, pengekspor mungkin setuju terhadap pembayaran berdasarkan wesel dokumen (***documentary draft***) yang bagi pembeli biayanya lebih murah. Sebuah(***export draft***), seperti yang ditunjukkan dalam gambar 16.3, merupakan order tanpa syarat yang diberikan oleh penjual kepada pembeli yang menginstruksikan pembeli untuk membayar sejumlah tertentu pada saat penunjukan (***sight draft***) atau pada masa mendatang yang telah disepakati (***time draft).*** Umumnya penjual akan meminta banknya untuk mengirimkan wesel dan dokumen-dokumen kepada bank di negara pembeli, yang kemudian akan melakukan penagihan seperti yang telah disdeskripsikan dalam transaksi L/C.

**Wesel Atas Unjuk**



Risiko Pembayaran/ Biaya Trade -Off



Meskipun syarat-syarat wesel dokumen dan L/C mirip, ada satu perbedaan penting. L/C yang dikonfirmasi menjamin pembayaran kepada penjual jika penjual telah memenuhi persyaratannya. Pada wesel dokumen tidak ada jaminan seperti itu. Pembeli yang tidak jujur bisa saja menolak untuk membayar wesel meskipun wesel sudah diserahkan dan berusaha untuk menawar harga yang lebih rendah dari yang sudah disepakati. Penjual kemudian harus menyetujui, berusaha untuk mencari pembeli lain, membayar biaya pengiriman yang besar untuk mengembalikan barang yang sudah dikirim, atau mengabaikannya. Jika penjual memilih alternatif terakhir, bea cukai akan melelang barang tersebut, da nada kemungkinan pembeli awal akan bisa mendapatkan barang tersebut dengan harga yang lebih murah. Penjual tidak akan memperoleh apa-apa.

Gambar 16.4 menunjukkan bahwa resiko dan biay sangat bervariasi di antara berbagai persyaratan pembayaran ekspor.

**PEMBIAYAAN EKSPOR**

Meskipun pengekspor akan memilih untuk menjual dengan cara yang paling tidak beresiko yaitu dengan persyaratan L/C, meningkatnya persaingan asing dan kondisi keuangan global yang semakin sulit memaksa mereka untuk menawarkan kredit. Untuk melakukan ini, mereka harus mengetahui sumber-sumber dan jenis pembiayaan ekspor, baik dari sektor swasta maupun public.

**Sumber Swasta**Bank komersial telah menjadi sumber pembiayaan ekspor melalui pinjaman modal kerja dan pemberian diskonto wesel berjangka. Sebuah bank bisa saja memberikan diskon atas wesel berjangka ekspor, membayar penjual dan menyimpannya sampai jatuh tempo, atau jika bank tersebut adalah bank yang menarik wesel itu, “menerimanya”. Dengan menerima wesel berjangka, bank memikul tanggung jawab untuk membayar saat jatuh tempo wesel tersebut. Bank yang menerima ini bisa atau bisa juga tidak membeli wesel (dengan harga diskon). Jika bank tidak membelinya, pengekspor bisa menjual **akseptasi banker** (*banker’s acceptances*) ke pasar terbuka.

Dalam beberapa tahun terakhir, dua jenis pembiayaan telah dikembangkan, anjak piutang dan *forfaiting*.**Anjak piutang** (*factoring*) memungkinkan pengekspor untuk lebih berdaya saing dengan menjualnya berdasarkan *open account* daripada menggunakan metode yang lebih mahal yaitu L/C. Teknik pembiayaan ini adalah penjualan piutang ekspor kepada pihak ketiga yang menanggung resiko kredit. Anjak piutang pada dasarnya merupakan pemberian potongan tanpa pengembalian.Pihak yang membiayai (*factor*) bisa berupa lembaga keuangan atau departemen khusus di bank komersial.Berdasarkan perjanjian anjak piutang ekspor, penjual memberikan pesanannya kepada factor untuk persetujuan resiko kredit.Setelah pesanan disetujui, pengekspor memiliki perlindungan lengkap terhadap utang yang tidak sesuai kesepakatan dan resiko politik.Pembeli membayar kepada *factor* yang bertindak sebagai departemen kredit dan penagihan dari pengekspor.Periode penyelesaian umumnya tidak lebih dari 180 hari.

***Forfaiting*** adalah pembelian kewajiban yang berasal dari penjualan barang dan jasa yang jatuh tempo pada tanggal setelah 90 hingga 180 hari yang merupakan hal umum untuk anjak piutang. Piutang-piutang ini biasanya berada dalam bentuk wesel dagang atau wesel promes (*promisary notes*) dengan jatuh tempo berkisar antara enam bulan hingga lima tahun.Oleh karena utang yang di-*forfait* dijual tanpa pengembalian, hal ini hamper selalu disertai oleh jaminan dari bank dalam bentuk garansi atau *aval*. Garansi adalah dokumen terpisah, sedangkan aval adalah janji untuk membayar apa yang tertulis langsung di dalam dokumen. Forfaiter membeli tagihan dan memberikan potongan untuk seluruh periode kredit.Jadi, pengekspor menukarkan penjualan berbasis kreditnya menjadi transaksi kas melalui forfaiting.Meskipun bank biasanya berkonsentrasi pada pembiayaan jangka pendek, bank-bank tersebut juga terlibat dalam pembiayaan jangka menengah bahkan jangka panjang sebab berbagai organisasi pemerintahan dan organisasi yang dibantu pemerintah menawarkan garansi kredit ekspor dan asuransi terhadap resiko komersial dan politik.

**Sumber Publik Bank Ex-Im** AS adalah lembaga pemerintah utama yang bertanggung jawab untuk membantu pembiayaan ekspor Amerika, melalui berbagai jenis program pinjaman, garansi, dan asuransi. Program-program Bank Ex-Im ditujukan untuk semua perusahaan ekspor Amerika tanpa memperhatikan seberapa besar bank tersebut. Bank menyediakan dua jenis pinjaman yaitu pinjaman langsung untuk pembeli asing ekspor Amerika dan pinjaman perantara untuk pihak-pihak yang bertanggung jawab, seperti lembaga pinjaman pemerintah asing yang meminjamkan kembali kepada pembeli asing yang membeli barang-barang modal dan jasa terkait.

*Garansi Modal Kerja* Bank Ex-Im membantu usaha kecil memperoleh modal kerja untuk menutupi penjualan ekspor mereka.Program ini memberikan garansi pemberian modal kerja kepada pengekspor yang memenuhi syarat dan memiliki jaminan berupa pasokan yang bisa diekspor atau piutang ekspor.Garansi ini memberikan perlindungan pembayaran kembali untuk pinjaman sektor swasta kepada pembeli peralatan modal dan jasa terkait dari AS.

**Insentif Publik Lain**Insentif perdagangan lain yang diberikan oleh pemerintah, meskipun bukan bagian langsung dari pembiayaan ekspor, sangat terkait erat dengan hal tersebut sehingga kita sebutkan di sini. Bagian-bagian tersebut adalah *Overseas Private Investment Corporation* (OPIC) dan zona perdagangan luar negeri.

**Overseas Private Investment Corporation (OPIC)** adalah perusahaan pemerintah yang dibentuk untuk mendorong investasi swasta di negara-negara berkembang. Perusahaan ini menawarkan asuransi terhadap pengambilalihan, mata uang yang tidak dapat dikonversi, dan kerusakan yang diakibatkan oleh perang dan revolusi kepada para investor.OPIC juga menawarkan asuransi khusus bagi jasa kontraktor Amerika dan pengekspor yang beroperasi di negara asing.Ekspor peralatan modal dan barang setengah jadi umumnya berupa investasi jenis ini.

**Zona perdagangan luar negeri** (*foreign trade zone*-FTZ) adalah kawasan bebas pajak untuk memfasilitasi perdagangan dengan mengurangi dampak pembatasan kepabeanan. Kawasan ini bisa berupa pelabuhan bebas, zona transit, perimeter bebas, zona pemrosesan ekspor, atau zona perdagangan bebas. Dalam setiap contoh tersebut terdapat kawasan khusus dan terbatas yang tidak memberlakukan pembayaran pajak impor terhadap barang-barang yang diimpor.Ada ratusan kawasan seperti ini di lebih dari 28 negara.Dari kelima jenis kawasan yang ada, zona perdagangan bebas merupakan yang paling umum.

**Zona perdagangan bebas** (*free trade zone*) adalah kawasan tertutup yang dianggap berada di luar territorial kepabeanan suatu negara. Barang-barang dari luar negeri bisa dibawa ke zona ini untuk dilakukan dikirim ke daerah lain (*transshipment*), reekspor, atau diimpor ke dalam negeri. Sementara barang yang berada di kawasan ini, tidak ada pajak impor yang harus dibayar.Banyak diantaranya berada di pelabuhan laut, tetapi zona lainnya juga berada di titik-titik distribusi pedalaman.Barang-barang yang dibawa ke FTZ bisa disimpan, diperiksa, dikemas ulang, atau dikombinasikan dengan komponen dari Amerika.Oleh karena perbedaan tarif impor, barang jadi biasanya memiliki pajak yang lebih rendah dibandingkan dengan bagian-bagian yang masih belum terpasang. Sepeda dirakit di FTZ Kota Kansas untuk alas an tersebut. Pengimpor mesin dan kendaraan bermobil meningkatkan arus kasnya dengan menyimpan suku cadang di FTZ, sebab pajak tidak dibayar hingga barangnya diambil.

Selain keuntungannya bagi pengimpor, FTZ juga menguntungkan bagi pengekspor.Dengan menggunakan FTZ, pengekspor mungkin memenuhi syarat untuk meningkatkan status ekspor sehingga berhak untuk memperoleh potongan pajak cukai dan **pengembalian cukai** (*customs drawbacks*). Potongan pajak cukai ini diberikan untuk barang-barang seperti ban, truk, dan produk rokok. Pemerintah federal menarik pajak saat barang tersebut diproduksi; saat barang diekspor, pajaknya dikurangi.Waktu pemrosesan untuk potongan pajak bisa dimulai dengan menempatkan barang ke FTZ sebab sebuah produk dianggap diekspor segera setelah melewati FTZ.Meskipun Bea Cukai AS memiliki program pengembalian cukai selama 200 tahun, banyak perusahaan tidak mengklaim uang yang mereka miliki.Hasilnya, setiap tahun jumlah pengembalian cukai yang tidak diklaim mencapai 2 miliar dolar. FTZ menawarkan keuntungan lain bagi pengekspor; saat produksi atau perakitan yang dilakukan di FTZ menggunakan komponen impor, tidak ada pajak yang harus dibayar saat produksi jadinya diekspor.

**PROSEDUR EKSPOR**

Saat pengekspor yang baru memulai bisnisnya mempertimbangkan kerumitan presedur ekspor, mereka umumnya mengacu pada dokumentasi. Pengekspor pemula tidak menangani dua dokumen yang digunakan dalam pengiriman domestic, yaitu tagihan biaya pengiriman (*freight bill*) dan konosemen (*bill of lading*-B/L), tetapi mereka tiba-tiba dihadapkan dengan lima hingga enam kali lipat jumlah dokumen, tergantung negaranya. Tabel 16.1 merangkumkan persyaratan dokumen untuk kelompok-kelompok utama.

“Ekspor menggerakkan lautan dokumen” adalah ungkapan populer dalam industry, dan tampaknya ini merupakan gambaran yang cukup tepat.Banyak perusahaan memberikan setidaknya sebagian pekerjaan ini kepada ekspeditor asing (*foreign freight forwarder*) yang bertindak sebagai agen untuk pengekspor.Ekspeditor asing mempersiapkan dokumen-dokumen, memesan tempat di perusahaan pengangkut, dan secara umum bertindak sebagai departemen lalu-lintas ekspor perusahaan. Jika diminta, mereka akan memberikan masukan mengenai pasar, peraturan impor dan ekspor, moda transportasi terbaik, dan pengemasan ekspor. Mereka juga akan menyediakan asuransi kargo. Setelah pengiriman, mereka meneruskan dokumen ke pengimpor atau bank yang membayar, sesuai dengan permintaan pengekspor.Sekarang kita lihat dua elemen dasar ekspor yaitu kertas kerja dan transportasi barang yang sebenarnya. Kemudian, di bagian berikutnya, kita akan membahas prosedur impor yang sering kali berkebalikan dengan prosedur ekspor.

**DOKUMEN EKSPOR**

Dokumen Ekspor adalah Semua jenis dokumen yang terdapat dalam perdagangan internasional (ekspor ), baik yang dikeluarkan pengusaha, perbankan, pelayaran, dan instansi lainnya mempunyai arti dan peranan penting.

Dokumentasi yang benar sangat penting bagi keberhasilan pengiriman ekspor.Menariknya, tingkat kesalahan dokumentasi ekspor dan impor sekitar 50%, pikirkan dampak dari hal itu barang tertahan dalam petikemas, di dermaga atau gudang, mengikat modal kerja. Kita akan mengulas dua jenis dokumen yang membutuhkan untuk mengirimkan dan mengambil barang.

* **Dokumen pengiriman**

Dokumen yang dipersiapkan oleh para eksportir atau perusahaan angkutan sehingga pengiriman melewati Bea cukai, dimuat ke dalam pengangkut, dan dikirim ketujuannya. Dokumen-dokumen ini meliputi:

* **(bill of lading) ekspor**  yang memiliki tiga tujuan yaitu kontrak pengangkutan antara pengirim dan pembawa (perusahaan angkutan), tanda terima dari perusahaan angkutan atas barang-barang yang dikirim, dan sertifikasi kepemilikan.
* **Lisensi (izin-izin) ekspor** surat izin yang di berikan oleh pemerintah untuk meng ekspor barang tertentu.
* **Sertifikat asuransi** yang merupakan bukti bahwa pengiriman telah diasuransikanterhadap kerugian atau kerusakan selama masa transit

Dokumen Pengiriman. Dua dokumen pertama hampir sama dengan yang digunakan dalam pengiriman domestic, sehingga kita focus pada empat yang lainnya.Deklarasi ekspor pengirim (shipper’s export declaration-SED) diminta oleh Departemen perdagangan untuk mengendalikan ekspor dan mencatat statistik ekspor. SED berisi mengenai hal sebagai berikut.

1.Nama dan alamat pengirim dan penerima barang.

2. Pelabuhan keluar AS dan pelabuhan masuk asing.

3. Deskripsi dan nilai barang.

4. Nomor lisensi ekspor dan nomor B/L.

5. Nama perusahaan pengankut yang membawa barang.

Perusahaan pengiriman atau agen mereka (ekspeditor asing) mengirimkan SED kepada perusahaan pengangkut yang akan memberikannya kepada Bea Cukai AS bersama dengan manifest perusahaan pengangkut (daftar kargo kapal)sebelum pengangkut meninggalkan Amerika Serikat. Sebuah sistem ekspor otomatis (automated export system-AES) dengan pengarsipan elektronik yang di perkenalkan tahun 2004. Tujuan dari pelaporan tanpa kertas ini adalah untuk mempercepat proses ekspor dan mengurangi kesalahan sebesar 50 % dalam formulir tersebut.

Sebuah lisensi ekspor dari pemerintah federal AS di butuhkan untuk semua barang yang di ekspor, kecuali yang akan menjadi kepemilikan AS, atau dengan beberapa pengecualian untuk barang ekspor yang akan di kirim ke kanada. Lisensi tersebut divalidasi atau umum.Lisensi ekspor tervalidasi (validated export lisensi) dibutuhkan untuk barang-barang strategis dan seluruh pengiriman ke Negara yang tidak bersahabat.Lisensi ekspor tervalidasi merupakan otoritas khusus untuk pengiriman khusus dan di keluarkan oleh Kantor Administrasi Ekspor Departemen Perdagangan AS.Lisensi ini diperlukan untuk barang-barang langka, barang strategis dan teknologi.Departemen Luar Negri mengeluarkan lisensi tervalidasi untuk bahan perang.Sebuah lisensi ekspor umum (general export license) digunakan untuk semua produk yang tidak mengharuskan lisensi tervalidasi.

**Deklarasi ekspor pengirim.**(shipper’s export declaration-SED)Formulir Departemen Perdagangan AS yang digunakan untuk mengendalikan pengiriman ekspor dan mencatat statistic ekspor.

**Sistem ekspor otomatis.**Sistem pengasripan elektronik pada Bea Cukai AS.

**Lisensi ekspor tervalidasi.**Persyaratan dokumen yang di keluarkan oleh pemerintah AS yang memberikan kewenangan ekspor komoditas strategis atau pengiriman ke Negara yang tidak bersahabat.

**Lisensi ekspor umum.**Lisensi ekspor yang meliputi komoditas ekspor yang tidak memerlukan lisensi tervalidasi; tidak ada aplikasi formal yang di butuhkan.

Sebuah konosemen ekspor (export bill of lading-B/L) memiliki tiga tujuan : berfungsi sebagai sebuah kontrak pengiriman antara pengirim dan pengangkut, tanda terima dari pengangkut atas barang yang dikirimkan, dan sertifikat kepemilikan B/L bisa berupa B/L langsung atau sesuai pesanan. B/L langsung tidak di negosiasikan.Hanya orang yang tercantum di dalamnya yang bisa mengambil barang yang datang.Namun, B/L yang sesuai pesanan bisa dinegosiasikan.B/L ini bisa di keluarkan seperti layaknya cek atau di biarkan kosong.Dengan B/L sesuasi pesanan, pemegangnya adalah pemilik dari barang tersebut.

Sertifikat asuransi adalah bukti bahwa pengiriman di jamin terhadap kehilangan atau kerusakan saat transit.Tidek seperti perusahaan pengangkut domestic, perusahaan kapal pengankut luar negri tidak bertanggung jawab atas barang yang mereka bawa kecuali kehilangan terjadi akibat kelalaian mereka.Asuransi kelautan bisa di atur oleh pengekspor maupun pengimpor, tergantung pada syarat penjualan. Hukum di bebrapa Negara mengharuskan pengimpor membeli asuransi tersebut, sehingga melindungi industry asuransi local dan menghemat devisa. Jika pengekspor telah menjualnya dalam syarat wesel atas unjuk, perusahaan menanggung risiko ketika barang sedang transit. Dalam kasus ini, pengekspor harus membeli asuransi darurat untuk melindunginya jika pengiriman hilang dan rusak dan pengambilan oleh pembeli tidak berhasil.Kami percaya bahwa pengekspor yang menjual dengan syarat CFR (pembeli yang membeli asuransi) juga harus membeli asuransi darurat untuk melidungi dirinya jika auransi pembeli tidak mencakup seluruh risiko.

Terdapat tiga jenis polis asuransi laut,yaitu:

**a)**   Basic named perils, menanggung bahaya-bahaya di laut, kebakaran, penolakan,kargo, ledakan, dan badai.

**b)**  Broad named perils, mencakup pencurian, gagal serah, kerusakan, dan kebocoran di luar yang ditanggung oleh basic named perils. Kedua polis ini memuat klausul yang menentukan sejauh mana kerugian yang disebabkan oleh bahaya yang diasuransikan akan dibayarkan. Pembeli asuransi dapat memilih salah satu, yaitu: bebas dari rata-rata partikular (tidak termasuk kerugianparsial), atau dengan rata-rata partikular (termasuk kerugian parsial). Tarif yangdikenakan dari kedua opsi ini tentu berbeda-beda.

**c)**  All risks, menanggung semua kerugian dan kehilangan fisik dari penyebabeksternal, serta lebih mahal daripada polis-polis di atas. Risiko perang ditanggung dalam kontrak yang terpisah

Ada tiga jenis polis asuransi kelautan : basic named perils, board named perils dan all risk. Basic named perils meliputi bahaya laut, api, pembungan barang untuk meringankan kapal (jettison), ledakan, dan badai. Board named perils meliputi pencurian, perampokan, gagal kirim, kerusakan, dan kebocoran selain bahaya dasar. All risk mencakup seluruh kerugian atau kerusakan fisik karena oenyebab eksternal apa pun dan risiko ini lebih mahal dari polis yang lain. Risiko perang dilindungi dalam kontrak terpisah. Premi tergantung pada sejumlah faktor, seperti jenis barang yang di asuransikan, tujuan, usia kapal, apakah barang di simpan di geladak atau di bawah geladak, volume bisnis, bagaimana pengepkan barang, dan jumlah klain yang telah dilakukan oleh pengirim. Broker terkadang mengakui bahwa dalam jangka panjang, lebih baik tidak mengajukan banyak klaim kecil, meskipun bisa dibenarkan, sebab premi yang lebih tinggi akan dikenakan untuk pengiriman berikutnya tidak sebanding dengan uang klaim yang di peroleh.

**Konosemen Ekspor (export bill of lading)**. Kontrak pengankutan antara pengirim dan perusahaan pengangkut; B/L langsung tidak bisa di negoisasikan; tagihan “untuk memesan” yang telah di sahkan member klaim atas barang kepada pemegangnya.

**Dokumen Pengambilan**

Dokumen yang di sediakan oleh penjual (eksportir) sebagai bukti di peruntukan untuk pembeli (importir) agar bisa mengambil barang dan membayarnya

* Yang terdapat dalam dokumen pengambilan :
* Faktur komersial: merupakan catatan lengkap dari transaksi eksportir dan importer yang berkaitan dengan barang yang di jual, meliputi informasi tambahan, seperti asal-usul barang, tanda pengemasan ekspor
* Faktur konsuler: faktur yang di tandatangani dan di sertai tanda tangan konsuler Negara pengimpor di Negara pengekspor yang menyatakan bahwa data dalam faktur sesuai dengan keadaan.
* Sertifikat Pemeriksaan: surat keterangan yang menyatakan bahwa kondisi barang yang akan dikirim dalam keadaan baik

Penjual diharuskan menyediakan dokumen pengembalian kepada pembeli agar bisa menerima pembayaran. Dokumen ini berbeda-beda di setiap Negara dan pelanggan.Tetapi yang umum adalah faktur, baik komersial maupun konsuler, sertifikat asal-usul, dan sertifikat pemerikasa.

Faktur ekspor mirip dengan faktur domestik. Faktur komersial meliputi informasi tambahan, seperti asal-usul barang, tanda pengemasan ekspor, dan klausul yang menyatakan bahwa barang tidak akan dikirim ulang ke Negara lain. Pada faktur untuk penjualan dengan L/C terdapat nama bank dan nomor kredit. Beberapa Negara pengimpor mengharuskan faktur komersial diterjemahkan ke dalam bahasa mereka dan didukung serta disahkan oleh konsultan lokal.

Faktur konsuler adalah formulir khusus yang di beli dari konsultan yang di buat dalam bahasa dari Negara tersebut dan di sahkan oleh konsul.Bersama dengan faktur ekspor, banyak pemerintah mengharuskan sertifikat asal-usul, yang biasanya dikeluarkan oleh kamar dagang setempat dan disahkan oleh konsulatn.

Sertifikat pemeriksaaan biasanya di butuhkan oleh pembeli produk biji-bijian, makanan dan hewan hidup.Di amerika serikat, sertifikat pemeriksaan dikeluarkan oleh Departemen Pertanian.Pembelianmesin atau produk yang mengandung kombinasi bahan-bahan khusus bisa meminta bahwa perusahaan teknik atau laboratorium asal amerika memeriksa barang dagang dan memberikan sertifikat bahwa barang-barang tersebut memang sesuai dengan pesanan.Uni Eropa mengharuskan tanda CE (Conformite Europeene-CE mark). Tanda ini adalah “paspor dagang” Eropa: setelah produknya di tandai, produk tersebut bisa melewati Negara mana saja di Uni Eropa tanpa modikasi. Tanda ini menunjukan bahwa barang dagang sudah sesuai persyaratan kesehatan, keselamatan dan lingkungan. Proses sertifikasi itu sendiri sudah disederhanakan dan sebagian besar produsen barang bis memberikan sertifikat kepada barang mereka sendiri bahwa barang-barang tersebut sudah sesuai dengan peraturan Uni Eropa. Barang-barang yang berbahaya harus diperiksa oleh lembaga pengujian yang berwenang.

Konosemen ekspor. Kontrak pengankutan antara pengirim dan perusahaan pengangkut :B/L langsung tidak bisa dinegosiasikan: tagihan “untuk memesan” yamh telah di sahkan member klaim atas barang kepada pemegangnya.

**Tanda CE.**Tanda Uni Eropa yang menunjukan bahwa barang dagang sudah sesuai dengan persyaratan kesehatan, keselamatan dan lingkungan.

**PENGIRIMAN EKSPOR**

Sebagian besar pengekspor pendatang baru sangat memfokuskan untuk melakukan penjualan dan menangani dokumentasi sehingga mereka tidak memperhatikan pergerakan fisik barang mereka yang sungguhnya. Inovasi dalam teknik penanganan barang-barang bisa membantu pengekspor mengurangi biaya dan mungkin meraih pasar yang sebelumnya tidak bisa mereka layani. Pemetikemasnan, LASH, RO-RO, dan pengiriman udara menawarkan solusi transportasi yang semakin murah, cepat, dan aman sehingga mempersempit dunia.

Satu cara yang secara drastis mengurangi pencurian dan biaya penanganan adalah dengan menggunakan peti kemas. Peti kemas adalah kotak besar-8feet x 8 feet x 20 feet, 40 feet, atau 45 feet- yang diisi oleh penjual dengan barang-barang yang hendak dikirim di gudang perusahaan. Asal mula petikemas cukup menarik, seperti yang di jelaskan pada kasus pembuka bab ini. Setelah dikemas, petikemas kemudian di segel; peti-peti tersebut akan dibuka saat barang sampai tujuan akhir. Peti kemas-peti kemas tersebut di angkut dengan truk atau kereta dari gudang ke samping kapal untuk pemuatan. Dari pelabuhan masuk, kereta api atau truk mengirimkan peti kemas tersebut ke gudang pembeli, sering kali masih tertutup, bahkan ketika pemeriksaan bea cukai. Di sebagian besar Negara, petugas terpadu ini mengurangi waktu penanganan serta risiko kerusakan dan pencurian sebeb karyawan dari pihak pembeli sendiri yang membongkar peti kemas.

Jika pengimor atau pengekspor memiliki gudang di sungai yang terlalu dangkal untuk kapal laut, perusahaan bisa menghemat waktu dan pengeluaran dengan memuat petikemas ke kapal tongkang.Kapal LASH (lighter aboard ship) memberikan akses langsung ke layanan pengangkutan laut untuk mengekspor dan mengimpor yang berlokasi di jalur perairan dangkal. Kapal tongkang berukuran enam puluh feet di tarik ke lokasi jalur perairan darat, diisi muatan, dan ditarik kempali ke perairan dalam untuk dimuat ke kapal LASH yang sedang berlabuh.

Inovasi lain dalam penanganan kargo adalah kapal RO-RO (roll on-roll off). Trailer berisi muatan dan kendaraan beroda lainnya bisa di naikan kedalam kapal yang di desain khusus ini. Layanan RO-RO telah membawa manfaat dalam pengepakan ke pelabuhan yang sebelumnya tidak bisa berinvestasi dalam peralatan pengangkutan mahal yang dibutuhkan untuk peti kemas.

Ukuran kapal terus meningkat.Saat ini, ukuran standar terbesar adalah “panama” yang melewati pintu air trusan panama yang hanya menyisakan ruang beberapa feet. “Post panama” (“Suez-max”,”capsize”) terlalu besar untuk terusan panama hampir 44 feet lebih lebar dab lebih dari 200 feet lebih panjang dari pada ukuran yang bisa melewati trusan tersebut. Sekitar 160 kapal ini akan beroperasi dalam beberapa tahun ke depan, sebagian besar digunakan untuk membawa ekspor dari Cina. Dengan demikian , panama harus membangun perangkat pintu air ketiga yang lebih besar: proyek ini dimulai tahun 2007 dan diperkirakan akan selesai pada tahun 2015.

Angkutan udara telah berpengaruh besar pada bisnis internasional karena memungkinkan pengiriman yang sebelumnya memakan waktu 30 hari, cukup dilakukan dalam 1 hari. Pesawat pengangkut besar mampu mengangkut hingga hingga 200.000 pon yang sebagian besar berada dalam peti kemas atau palet. Pesawat menjamin pengiriman dalam satu malam dari new York ke banyak pelabuhan udara Eropa dan menyatakan bahwa muatan pesawat mereka bisa memuat atau di bongkat dalam waktu 45 menit.

Pengeksporan pemula mungkin mengasumsikan bahwa pengankutan melalui laut merupakan pilihan yang lebih baik di bandingkan pengangkutan udara sebab lebih murah. Perbandingan biaya total dari masing-masing cara mungkin bisa menunjukan hal yang berbeda. Total komponen biaya yang mungkin lebih rendah untuk pengangkutan udara meliputi tingkat asuransi, sebab kemungkinan kerusakan lebih kecil di bandingkan pengiriman lewat laut; biaya pengemasan, sebab pengiriman tidak membutuhkan pengemasan ekspor yang lebih berat dan lebih mahal, yang biasanya dilakukan oleh pihak dari luar perusahaan; pajak bea masuk, saat dihitung berdasarkan berat kotor; biaya pengganti barang yang rusak, sekali lagi karena berkurangnya resiko kerusakan; dan biaya persediaan, karena singkatnya waktu pengangkutan lewat udara akan menghilangkan perlunya pergudangan yang mahal. Contohnya, Mercedes- Benz memasukkan biaya pengangkutan udara dari Bottrop, Jerman ke seluruh dunia dalam harga mobil sport mewahnya, Brabus SLR McLaren. Penghematan biaya lain adalah mesin yang dikirimkan dengan pesawat tidak membutuhkan lapisan pelumas yang tebal untuk melindungi dari elemen-elemen, sebagaimana yang dibutuhkan oleh mesin yang dikirimkan dengan kapal laut.

Bahkan saat biaya total pengiriman untuk angkutan udara lebih tinggi, pengiriman lewat udara mungkin masih menguntungkan karena beberapa alasan:

1. *Biaya total bisa berkurang*. Lebih cepat dalam mengirimkan produk ke pembeli akan membuat pelanggan puas dan pembayaran semakin cepat, yang akan mempercepat retun investasi dan meningkatkan aruskas. Modal perusahaan lebih cepat dikeluarkan dan dapat diinvestasikan ke dalam usaha lain yang menghasilakan keuntungan atau digunakan untuk mengembalikan modal pinjaman, sehingga mengurangi pembayaran bunga. Peralatan produksi bisa dirakit dan dikirim lewat udara, sehingga bisa lebih cepat masuk ke produksi, tanpa adanya transit dan penundaan terkait pengiriman lewat laut, yang merupakan sebuah argument penjualan yang kuat. Meskipun sulit dihitung, biaya produksi dan biaya kesempatan ini merupakan bagian dari biaya total.
2. *Baik perusahaan maupun produk mungkin tergantung pada pengiriman lewat udara.* Produk makanan yang cepat rusak dikirimkan ke Eropa, Jepang dan Timur Tengah termasuk dalam kategori ini, begitu juga hewan hidup (Unggas yang baru menetas dan banteng turnamen Dan bunga segar. Tanpa pengangkutan lewat udara, perusahaan yang mengekspor produk-produk tersebut bisa bangkrut.
3. *Pasar kemungkinan tidak akan bertahan lama.* Untuk barang-barang yang memiliki siklus hidup pendek, seperti produk fashion yang mengikuti mode saat ini, kecepatan pengiriman sangat berpengaruh. Saat fashion sudah ketinggalam mode, pasarnya juga akan ikut menghilang.
4. *Posisi persaingan bisa di perkuat.* Argument penjualan yang menyatakan bahwa suku cadang dan personel teknis pabrik dapat tersedia dalam beberapa jam merupakan argument kuat bagi perusahaan pengekspor yang bersaing dengan produsen luar negri.

**IMPOR**

Impor adalah proses transportasi barang atau komoditas dari suatu negara ke negara lain secara legal, umumnya dalam proses perdagangan. Orang yang melakukan kegiatan impor disebut sebagai importir. Adapun barang yang dibeli dari luar negeri disebut barang impor. Keterbatasan sumber daya alam dan sumber daya manusia merupakan alasan dilakukan impor.

Contohnya adalah Indonesia belum bisa memproduksi barang-barang elektronik dan barang otomotif seperti mobil, sepeda motor dan lain-lain. Oleh karena itu, Indonesia mengimpor barang-barang tersebut dari negara lain. Kegiatan impor dilakukan melalui pelabuhan laut dan bandara. Salah satu pelabuhan dan bandara yang di gunakan ekspor impor di Indonesi.



Dalam satu pengertian, pengimpor adalah kebalikan dari ekspor: mereka menjual di pasar domestik dan membeli dari pasar pesaing. Namun, terdapat banyak hal yang serupa.Sebagaimana pada kasus pengekspor, ada perusahaan kecil yang bisnis satu-satunya adalah impor, dan ada perusahaan global yang impor komponen dan bahan mentahnya mencapai jutaan dolar merupakan salah satu fungsinya saja.

**SUMBER-SUMBER IMPOR**

Sebelum mengimpor, sebuah perusahaan mungkin kesulitan untuk menentukan apakah barang-barang yang di inginkan ada.Dan jika ada, di mana barang-barang tersebut bisa ditemukan.Bagaimana calon pengimpor mengidentifikasi sumber-sumber impor? Ada beberapa cara untuk melakukan hal itu. Pertama, produk impor yang serupa mungkin sudah ada di pasar.Dengan pengamatan sederhana yang mendalam, anda bisa mempelajari di mana mereka di buat dan siapa yang membuatnya.Hukum AS mengharuskan bahwa Negara asal produk ditandai dengan jelas pada setiap produk atau di petikemas yang membawanya jika penandaan produk tidak memungkinkan (misalnya rokok).Konsulat atau kedutaan besar Negara asal bisa memberikan informasi mengenai nama-nama produsen tersebut. Salah satu tugas utama perwakilan pemerintah asing adalah untuk mempromosikan ekspor dan mereka melakukannya dengan kelompok kamar dagang Negara asal mereka dan organisasi lain, seperti untuk jepang, japan eksternal Trade Organization (JETRO), yang memiliki sejumlah kantor di luar jepang .prosesnya sama jika kita tidak di impor. Anda awalnya masih memiliki informasi sedikit.

Sumber informasi lain adalah papan bulletin elektronik, seperti yang ada World Trade Center, Impor yang tidak di sengaja juga terkadang bisa terjadi. Saat anda berkunjung ke sebuah Negara asing, carilah produk yang mungkin memiliki pasar di Negara asal.Apabila berhasil menemukan suatu produk, maka hal itu bisa menempatkan anda dalam bisnis baru yang memungkinkan pengurangan pajak perjalanan ke luar negri.

**PIALANG BEA CUKAI**

Disetiap Negara , ada pialang bea cukai (custom house brokers), yang fungsinya sama dengan , ekspeditor asing, tetapi ada di sisi transaksi impor. Sebagai agen untuk pengimpor, pialang bea cukai membawa barang yang diimpor melalui bea cukai, yang mengharuskan agar mereka mengetahui dengan baik peraturan impor dan jadwal tarif kompleks yang ekstensif. Jika petugas bea cukai menempatkan impor ke dalam kategori yang membutuhkan pajak impor yang lebih tinggi di bandingkan yang telah di rencanakan oleh pengimpor, perusahaan pengimpor ungkin tidak akan dapat baersaing. Untuk memungut bea cukai, para penilai umumnya mengunakan unit yang di kirimkan untuk produk yang memiliki pajak khusus dan harga faktur untuk pajak ad valorem. Terdapat beberapa pengecualian. Praktik Bea Cukai AS digunakan untuk menentukan harga transaksi yang timbul dari faktor komersial yang menyertai pengiriman di tambah biaya lain yang tidak termasuk ke dalam harga transaksi. Harga transasaksi ini bisa berupa biaya royalty atau linsensi, pengemasan, atau bantuan lainnya. Assist dalam istilah Bea Cukai AS ditunjukan untuk setiap barang yang pembelinya tidak memberlakukan biaya atau biayanya dikurangi untuk di gunakan dalalam produksi atau penjualan barang untuk ekspor ke amerika serikat. Contohnya adalah cetakan dan alat manufaktur yang di kirim keluar negri untuk memproduksi produk khusus, praktik umum oleh pengimpor yang menginginkan barang yang di produksi sesuai dengan desain mereka, dan komponen serta suku cadang yang di sediakan oleh pembeli untuk di tambahkan dalam barang jadi.

Pialang bea cukai (custom house brokers) bisnis independen yang menangani pengiriman impor untuk mrndapatkan kompensasi.

Pialang bea cukai yang menyediakan jasa lain, seperti mengatur transportasi barang setelah mereka meninggalkan pabean jika pengekspor tidak mengatur hal tersebut. Mereka juga melacak impor mana yang menjadi subjek kuota impor dan beberapa besar kuota yang telah diisi pada saat impor tersebut.Tidak peduli di pelabuan mana barang tiba, Bea Cukai AS segera mengetahui kuantitas yang telah di impor. Barang dagang yang menjadi subjek kuota impor bisa berada di dermaga pelabuhan Amerika, menunggu di lepasnya lewat pabean, tetapi jika kuota telah terpenuhi di mana saja selama masa tunggu , barang- barang tidak bisa di impor selala sisa tahun fiscal. Pengimporan bisa menempatkan barang-barang tersebut di dalam gudang berikat (bonded warehouse) atau zona perdagangan luar negri yang penyimpanan barang nya tidak terkena pajak, dan menunggu hingga akhir tahun; meninggalkan barang-barang tersebut; atau mengirimnya ke Negara lain. Pengimpor pakaian berkelas telah kehilangan jutaan dolar saat kuota terpenuhi dan mereka memiliki pengiriman yang belum lolos cukai.Mereka tidak bisa menjual pakaian tersebut hingga tahun berikutnya, di saat pakaian-pakaian itu sudah ketinggalan jaman.

Gudang berikat (bonded warehouse)sebuah kawasan otoritas bea cukai untuk penyimpanan barang-barang yang pembayaran pajak impornya ditangguhkan hingga barang-barang tersebut di pindahkan.

**PAJAK IMPOR**

Biaya yang dipungut oleh pemerintah atas barang yang masuk ke dalam negeri.

* Pajak dalam rangka impor yang meliputi :

1.Bea Masuk adalah Pajak yang dikenakan ketika Pengusaha Kena Pajak melakukan pembelian terhadap barang kena pajak atau jasa kena pajak.

2.Cukai adalah Pungutan negara yang dikenakan terhadap barang-barang tertentu yang mempunyai sifat atau karakteristik yang ditetapkan dalam undang-undang ini”

3.PPN Impor adalah Pajak pertambahan nilai yang di kenakan kepada pengusaha kena pajak untuk barang yang di impor dengan tarif sebesar 10%.

4.PPnBM adalah Pajak Penjualan Barang Mewah . Pajak yang dikenakan untuk barang-barang mewah.

5.PPh Impor adalah Pajak pengjhasilan yang di kenakan kepada importir yang melakukan impor barang

Setiap pengimpor mengetahui bagaimana Bea Cukai AS menghitung pajak impor dan pentingnya sistem klasifikasi produk, Harmonisiasi Jadwal Tarif Amerika Serikat (HTSA), vesi Amerika dari kode tariff global, yaitu Harmonized System. Harmonized system adalah sistem klasifikasi untuk lebih dari 200.000 komoditas yang di perdagangkan secara internasional, dan termasuk catatan interpreatif yang membantu penetuan klasifikasi.

Dalam HTSA, setiap produk memiliki nomor unik sndiri-sendiri. Seluruh Negara anggota menggunakan sistem yang sama, sehingga memungkinkan untuk mendeskripsikan produk dalam bahasa mana pun dengan menggunakan enam digit pertama. Empat digit lainnya hanya digunakan di Amerika Serikat.HTSA juga menunjukkan unit pelaporan yang di gunakan oleh Bea Cukai AS dalam kertas kerjanya.Tiga komponen terakhir ada hubungan nya dengan tingkat pajak.Tingkat pajak di bagikan kedalam tiga tingkatan untuk masing-masing barang umum, special dan tingkat kelas tiga untuk Negara yang tidak di anggap mitra Amerika Serikat.

Pengimpor baru akan berhasil jika mengikuti masukan ini; meengungkapkan semua pengaturan asing dan financial kepada pelayanan Bea Cukai AS sebelum melepaskan barang melewati Bea Cukai AS. Penalti/denda atas penipuan sangat tinggi. Mintalah nasihat pialang bea cukai sebelum membuat transaksi. Sering kali, perusahaan sederhana dalam deskripsi produk bisa membuat pajak impor menjadi lebih rendah.Contohnya jeans memiliki pajak yang lebih tinggi jika labelnya berada di luar kantong belakang, buakan di bawah tali pinggang.Jika huruf pada labelnya dibuat bergaya, pajaknya juga lebih tinggi.Semua pakaian berornamen memiliki pajak yang lebih tinggi. Itulah sebabnya pengimpor membawa kaos sport polos dan menjahit bentuk hewan setelah produknya berada di amerika serikat. Satu nasihat lagi : hitunglah dengan cermat harga pendaratan di muka. Jika anda tidak yakin dengan kategori impornya, tanyakan pada Bea Cukai AS untuk menentukan kategori di muka tersebut dan menuliskannya, sama seperti peraturan awal dari Internet Revenue Service. Pada saat importasi, inpektur bea cukai harus mematuhi ketentuan ini.

Harmonisasi Jadwal Tarif Amerika Serikat (Harmonized Tariff Schedule of the United States HTSA). Vers Amerika dari Harminized System yang di gunakan di seluruh dunia untuk mengklasifikasi barang impor.

**KESIMPULAN**

Setiap negara dan perusahaan-perusahaan internasional , dalam menjalankan kegiatan ekonomi nya tentu tidak terlepas dari praktik ekspor dan impor. Ekspor merupakan proses transportasi barang atau komoditas dari suatu negara ke negara lain secara legal, umumnya dalam proses perdagangan.

Sebagian besar pengekspor pendatang baru sangat memfokuskan untuk melakukan penjualan dan menangani dokumentasi sehingga mereka tidak memperhatikan pergerakan fisik barang mereka yang sungguhnya. Inovasi dalam teknik penanganan barang-barang bisa membantu pengekspor mengurangi biaya dan mungkin meraih pasar yang sebelumnya tidak bisa mereka layani

Dalam satu pengertian, pengimpor adalah kebalikan dari ekspor: mereka menjual di pasar domestik dan membeli dari pasar pesaing. Namun, terdapat banyak hal yang serupa. Sebagaimana pada kasus pengekspor, ada perusahaan kecil yang bisnis satu-satunya adalah impor, dan ada perusahaan global yang impor komponen dan bahan mentahnya mencapai jutaan dolar merupakan salah satu fungsinya saja.