

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Berdasarkan hasil dari pencarian terhadap penelitian-penelitian sebelumnya, baik melalui jurnal, buku dan website, penulis dapat menemukan kajian tentang Peranan Jepang di Indonesia & Thailand di antara lain:

a. Jurnal dari eprints.umm.ac.id dengan judul “Peranan Industri Otomotif Jepang di Indonesia dan Thailand misalnya, Kendaraan yang berinovasi yang juga dapat mensupport Pendapatan ataupun Ekonomi nasional negara melalui ekspansi Perdagangan Internasional”.

Industri otomotif adalah pilar penting perekonomian Jepang. Perusahaan seperti Toyota, Honda, dan Nissan sudah memproduksi raksasa dengan hak mereka sendiri, tetapi mereka juga mengkonsolidasikan ribuan pemasok besar, banyak dari mereka adalah perusahaan kecil dan menengah. Baik itu mobil penumpang, kendaraan komersial, atau sepeda motor: Dominasi domestik menggarisbawahi bahwa Jepang tetap menjadi inti dari keseluruhan industri

Beberapa judul penelitian dan karya tulis ilmiah yang pernah diangkat oleh jurnal tersebut sebelumnya antara lain:

- Peranan Jaringan yaitu Keiretsuu Dalam Perekonomian Jepang.
- Keiretsu di Dalam Perkembangan Perekonomian Jepang.

Adapun judul atau karya tulis ilmiah lainnya, yang di atas merupakan penelitian tentang sistem Peranan Jepang, dilihat dari berbagai perspektif bidang studi

akademis, khususnya dalam berbagai prespektif politik, sejarahh dan juga ekonomi.

2.2 Kerangka Teori

Dalam Penulisan ini penulis pun menggunakan dua teori untuk menggambarkan permasalahan yang terdapat dalam skripsi ini , dua teori tersebut yaitu:

2.2.1 Teori Perdagangan Internasional

⁷Dalam Teori Perdagangan Internasional ada pandangan dari sisi merkantilisme bahwa, untuk mengukur kekayaan satu negara yaitu dengan banyaknya cadangan logam mulia yg dimiliki. Namun, kondisi sekarang untuk mengukur kekayaan suatu negara dengan populasi manusia, produktivitas, serta kekayaan di alam yang ada guna memproduksi jasa serta barang. Semakin besar cadangan sumber daya yang berguna, semakin besar juga arus barang dan jasa agar memenuhi kebutuhan manusia yang semakin hari semakin tinggi standar kehidupannya dinegara tersebut.

Dalam pandangan merkantilisme justru menganjurkan kontrol bagi pemerintahan yang ketat bagi semua aktivitas ekonomi serta menekankan ekonomi nasionalisme sebab, bagi para penganut merkantilisme satu negara bisa menghasilkan keuntungan di dalam perdagangan jika merelakan negara lain (perdagangan adalah zero-sum game).

Selanjutnya perdagangan internasional menurut ahli:

a. Perdagangan yang Berdasarkan Keunggulan Absolute: Adam Smith dimulai dari prinsip sederhana Adam Smith yaitu kedua negara hanya akan mengikuti perdagangan satu sama lain secara sukarela apabila keduanya

⁷ Salvatore Dominic, *Ekonomi Internasional*, Terj. Rohmi I Bhaakti Hartanto, Yanuar Heru Prakosso (Jakarta : Salemba 2014) Accessed 02 January 2022

mendapatkan manfaat. Namun, jika negara tersebut tidak mendapatkan apa-apa, dia akan menolak. Selanjutnya, Menurut Para Ahli yaitu salah satunya Adam Smith, perdagangan antar dua negara di dasarkan pada keunggulan absolute.

Dalam suatu negara lebih baik daripada yang lain dalam memproduksi satu komoditas, kedua yaitu negara dapat memanfaatkann dengan maasing masing mengkhususkan diri dalam memproduksi komoditas yag mempunyai keunggulan absolutee serta menukar hasil dengann bebrapa negara yang lain untuk komoditas yang memiliki kelemahan absolut. Dalam proses ini , sumber daya yang dipakai dengan cara paling efisien dan kedua komoditapun meningkat.

Kenaikan dalam jumlah komoditas keduanya ialah ukurann keuntunngan dari spesialisasi produksi yang bersedia untuk dibagi antar kedua negaara melalui proses perdagangan.

a. Perdagangan ini juga Berdasarkan Keunggulan Komparatif:

Davidd Ricardo dalam hukum keunggulan komparatif yang jelaskan yaitu bahwa, jika suatu negara tidak efisien dibanding negara lain dalam memproduksi kedua komoditas, masih ada landasan untuk perdagangan yang juga dapat keuntungan.

Negara pertamaa yang harus menspesialisasikan dirinya dalam produksii dan eksspor komoditas yang memiliki kerugian absolutee yang juga sedikit. Perlu diperhatikan yaitudalam hubungan bisniss internasional dua negara, dua komoditas, sesudah ditetapkann bahwa suatu negara memiliki keunggulan komparatif dalam satu komoditas, negara lain juga dapat mempunyai keunggulan komparatif dalam komoditas lainnya.

2.2.2 Teori Daya Saing

Dalam penelitian ini penulis juga menggunakan teori daya saing. Teori Daya Saing ini sering dipakai dalam penelitian yang menggunakan aspek ekonomi dan bisnis. Teori Daya Saing ini juga memepertimbangkan pandangan yang di kemukakan Oleh Bellendorf, Hal tersebut juga sering digunakan untuk dapat memnjelaskn kapasitas perusahaan dan industri untuk mempertahankan persaingan dan juga menggambarkan kemampuan masing masing perusahaan untuk melawan dan meningkatkan posisi pasar terhadap beberapa pesaing.

Akibatnya, Menurut Beck, adalah kemungkinan untuk menjelaskan istilah Daya Saing sebagai Kemampuan perusahaan untuk bisa beradaptasi dan beisa berubah dalam menanggapi perubahan kondisi di sekitar mereka. Istilah seperti ini digunakan dalam perubahan kondisi pasar yang berkaitan dengan masalah ekonomi, Daya Saing dipastikan harus di periksa dalam hal lingkungan ekonomi , serta untuk dapat menili tingkat daya saing, penting untuk memiliki penegetahuan tentang perekonomian secara keseluruhan, baik industri tertentu dan perusahaan pesaing. Hal ini dijelaskan dalam model yang disarankan oleh Oral untuk menggambarkan daya saing perusahaan yang bergerak di sektor manufaktur⁸.

Dia mengemukakan bahwa daya saing yaitu fungsi dari penguasaan perusahaan terhadap industri tertentu, keunggulan biaya, dan lingkungan politik-ekonomi di sekitarnya, yang menyiratkan perlunya pertimbangan daya saing eksternal dan internal. Menurut Feurer dan Chaharbaghi daya saing dapat didefinisikan sebagai hubungan antara tingkat nilai pelanggan dan pemegang saham

⁸ Compettivies Theory, Research.net.Accssed 20 January 20222

melalui pencocokan dan peningkatan kemampuan, penawaran dan potensi organisasi, serta kemampuan organisasi untuk bertindak dan bereaksi melalui kekuatan finansialnya.

Melihat kenyataan tersebut, Corbett dan Wassenhove mengemukakan bahwa ada beberapa elemen lain yang harus diperhitungkan dalam menilai daya saing suatu perusahaan, antara lain harga, tempat, dan cakupan produk, Definisi daya saing sendiri yaitu suatu kemampuan untuk menciptakan produk barang dan jasa guna dapat digunakan untuk pengujian internasional, & disaat yang sama juga dapat meningkatkan pendapatan tinggi & akan berlanjut,serta dapat juga diartikan sebagai keunggulan didaerah dalam menghasilkan tingkat pendapatan serta membuka kesempatan kerja yang tinggi namun akan terbuka ke persaingan eksternal.

Menurut World Economic Forum (WEF), definisi Teori Daya Saing adalah sebuah kemampuan ekonomi nasional yang terdapat mencapai peningkatann ekonomi yang sangat tinggii serta berkelanjutan. Hal tersebut juga di dukung oleh aspek-aspek seperti kebijakann yang tepat, institusii yang sesuai , adanya karakter ekonomii yang dapat mensupport, juga terciptanya peningkatan ekonomi yang tinggii dan berkelaanjutan.⁹

Adapun menurut Michael E. Porterr, sifat Daya Saing dalam suatu industri bisa dilihat dalam penggabungan lima kekuatan yaitu, pesaing antar perusahaan, ancaman masuknyaa persaingann yang baru, ancaman dari beberapa produk penggantii, adanya kekuatann penjualan tawar menawarr dari pemasok.

⁹ Compettivies Theory, Research.net.Accssed 20 January 2022

Daya saing pada umumnya berkaitan dengan kinerja jangka panjang perusahaan besar & sektor ekonomi. Salah satu strategi mengeksplorasi pendekatan kompetensi yg merupakan hal untuk mempelajari karakteristik individu yang mengarah pada pencapaian peran pekerjaan dan karenanya kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Daya saing pada umumnya terkait dengan kinerja jangka panjang perusahaan besar dan sektor ekonomi. Salah satu strategi mengeksplorasi pendekatan kompetensi yang merupakan cara mempelajari karakteristik individu yang mengarah pada pencapaian peran pekerjaan dan karenanya kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuannya. Boyatzis telah mendorong penerapan pendekatan kompetensi terhadap peran dan karakteristik manajemen perusahaan. Studi yang menyebutkan sebelumnya terus dan secara luas diterapkan untuk mengidentifikasi kinerja kewirausahaan yang dicapai oleh manajer di sebuah perusahaan. Daya Saing juga digambarkan bahwa harus diterapkan beberapa metode untuk mengidentifikasi daya saing dalam hal potensi bersaing, kinerja kompetitif, dan proses manajemen (Buckley et al).

Kerangka kerja yang disarankan oleh para penulis ini berfokus pada bagaimana ketiga faktor tersebut terhubung. Jenis kerangka lain disebut Laporan Daya Saing Dunia (Institute of Management Development dan World Economic Forum. Ini menjelaskan dengan jelas aturan dan strategi untuk mengidentifikasi "formula daya saing dunia" dan menilai "daya saing dunia", istilah yang digunakan dalam diskusi ini.

Ada empat aspek yang mendasari daya saing. Pertama, daya saing harus berorientasi jangka panjang, dan perusahaan tidak boleh hanya berkonsentrasi pada skenario jangka pendek. Daya saing memerlukan fokus pada kinerja jangka panjang daripada kepemilikan keunggulan kompetitif sementara.

Ramasam mendefinisikan daya saing sebagai seluruh upaya yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk mengembangkan pangsa pasar, laba dan pertumbuhan, dan tetap kompetitif untuk jangka waktu yang lama. daya saing harus dapat dikendalikan, yang mengacu pada berbagai sumber daya dan kemampuan perusahaan daripada hanya kondisi eksternal yang menguntungkan sementara yang mengarah ke kinerja yang unggul. Situasi ini berkaitan dengan latar belakang dan kinerja perusahaan.

Orang terbiasa dengan perspektif yang disebutkan di atas yang sangat populer di antara penilaian daya saing perusahaan berbasis sumber daya Barney, Graant; Prahalad dan Hamel .

Ghemaawat dan Porter menyatakan bahwa daya saing ini dapat dilihat dari beberapa sudut pandang yang berbedaa. Daya saing juga merupakan konsep relatif yang menjelaskan cara perusahaan bersaing dengan perusahaan lain. ¹⁰

¹⁰ Competitives Theory, Research.net.Accessed 20 January 2022