

**Bab 2**

**Masyarakat  
dan  
Perdagangan**





# A. Sejarah Jalur Rempah

# Sejarah Jalur Rempah

**Sebelum Jalur Sutra**  
Jalur perdagangan kuno yang menghubungkan Timur dan Barat, fokus pada rempah-rempah.

**Nusantara Pusat Rempah**  
Ternate, Tidore, Banda, Ambon jadi penghasil utama rempah dan kayu harum.

**1511**  
Malaka jatuh ke Portugis, pusat dagang bergeser ke Aceh, Banten, Makassar.

1

2

3

4

5

**5000 SM**

Rempah digunakan di Timur Tengah, Mesir, dan Afrika Timur untuk ritual dan status.

**Abad ke-15**

Malaka menjadi pusat perdagangan rempah internasional yang vital.

Jalur sepanjang ±15.000 km ini membentuk jaringan perdagangan global yang melibatkan • Jepang – Indonesia – India – Timur Tengah – Laut Tengah – Eropa.

# Jenis Rempah Nusantara

Indonesia, "mother of spices," memiliki sekitar 140 dari 275 spesies rempah Asia Tenggara.

## Lada

Dari Sumatra, Bangka, Kalimantan; digunakan sebagai bumbu, obat, hingga pembalsaman.

## Pala

Khas Kepulauan Banda; biji & fuli bernilai ekonomi, digunakan untuk kesehatan dan kecantikan.

## Cengkih

Asli Maluku; bernilai tinggi karena aroma, rasa, dan khasiat obat (antibakteri, pereda nyeri).

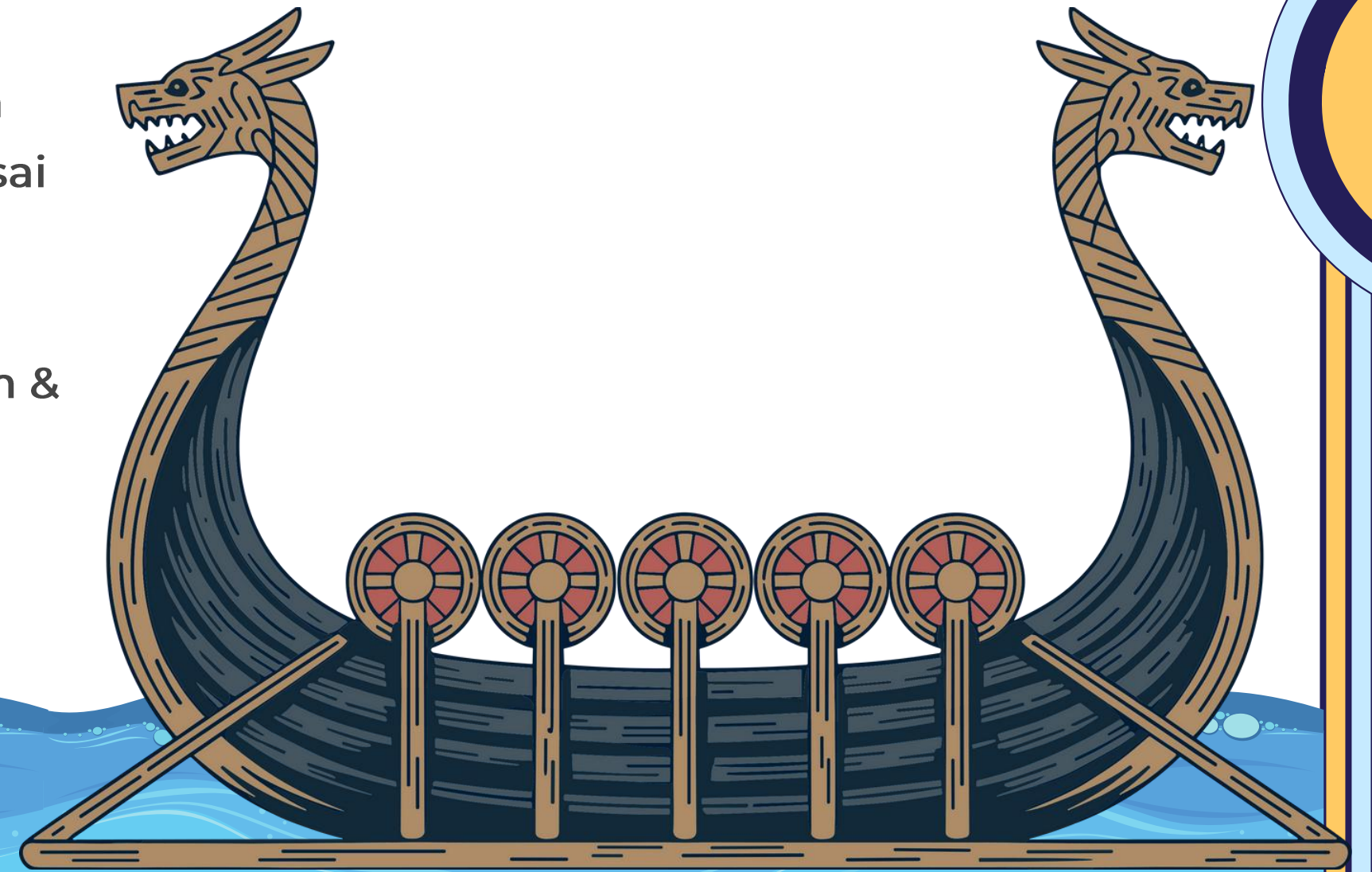
## Kayu Manis

29 jenis di Indonesia; dipakai dalam pengobatan, pengawet jenazah, dan rempah dagang utama.

## Keberhasilan Nusantara di Jalur Rempah

Jalur Rempah menjadikan Nusantara pusat ekonomi global dan identitas kejayaan bangsa.

- **Kerajaan Sriwijaya (abad 7–13):** Kerajaan maritim Buddha, pusat perdagangan internasional, kuasai Selat Malaka & Laut Jawa.
- **Kerajaan Majapahit:** Pusat perdagangan maritim & pertanian, menarik pedagang asing ke Tuban, Gresik, Surabaya.



# Dampak Jalur Rempah

## Ekonomi Lokal

Kerajaan & kota pelabuhan berkembang (Maluku, Makassar, Mataram, Aceh, Banten); rakyat sejahtera.

## Pertukaran Budaya

Penyebaran agama, kesenian, sastra, kuliner, serta pengetahuan antarbangsa.

## Perdagangan Global

Nusantara terhubung ke pasar internasional, rempah jadi komoditas bernilai tinggi.

## Integrasi Sosial & Bahasa

Bahasa Melayu jadi lingua franca, mempermudah komunikasi antarbangsa & antarsuku.



## **B. Perdagangan Internasional Masa Kini**

# Pengertian Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional adalah pertukaran barang, jasa, dan modal antar negara, sebagai pilar ekonomi global yang mendorong pertumbuhan, membuka peluang, dan menghubungkan negara.

## Bentuk

- Bentuk: Barang (mesin, komoditas), Jasa (keuangan, pariwisata), Modal (investasi).

## Kegiatan

- Ekspor: Menjual barang/jasa ke luar negeri (menghasilkan devisa).
- Impor: Membeli barang/jasa dari luar negeri (pembayaran pakai mata uang asing).



# Sejarah Perdagangan Internasional



- **Awal mula:** sejak prasejarah; 2500 SM Mesopotamia sudah berdagang logam & tekstil; Yunani-Romawi kembangkan perbankan & asuransi.
- **Jalur perdagangan & globalisasi awal:** Jalur Sutra & Jalur Rempah jadi jalur vital pertukaran barang, ide, dan budaya; mendorong eksplorasi (Columbus, abad 15).
- **Revolusi Industri:** penemuan Amerika & jalur laut baru memicu adanya kolonialisme; Inggris jadi pusat manufaktur & kolonial global; awal abad 20 liberalisasi perdagangan.
- **Krisis global:** Perang Dunia I & Depresi 1930 → proteksionisme, tarif tinggi, impor dibatasi, memperburuk resesi & picu PD II.
- **Pasca PD II:** Konferensi Bretton Woods (1944) → lahir IMF & IBRD untuk stabilitas moneter & pembangunan. 1948 GATT diterapkan untuk menurunkan tarif & hambatan perdagangan global.

# Faktor Pendorong Perdagangan Internasional

## Perbedaan SDA

Negara-negara yang bekerja sama saling melengkapi.

## Perbedaan selera

Adanya konsumen mencari variasi.



## Efisiensi produksi

Adanya produksi skala besar yang dapat menekan biaya per unit.

## Perbedaan teknologi

Negara maju mampu menghasilkan produk lebih berkualitas & kompetitif.

# Hambatan Perdagangan Internasional

## Hambatan

- **Keamanan tidak stabil** → pedagang enggan bertransaksi di wilayah berisiko.
- **Kebijakan ekonomi** → kuota impor, tarif tinggi, izin rumit jadi penghambat perdagangan.
- **Fluktuasi kurs** → nilai tukar tidak stabil menyulitkan penetapan harga & melemahkan minat ekspor-impor.

# Kebijakan Perdagangan Internasional

## Impor

- **Tarif:** Pajak yang dikenakan terhadap barang impor agar harganya lebih mahal dibandingkan barang lokal.
- **Kuota:** Pembatasan jumlah impor dalam periode tertentu untuk menjaga kestabilan pasar.
- **Subsidi:** Bantuan keuangan dari pemerintah kepada produsen lokal.
- **Pelarangan impor:** Larangan masuknya barang tertentu ke dalam negeri.

## Ekspor

- **Diskriminasi harga:** Penetapan harga yang berbeda untuk barang yang sama pada tujuan negara berbeda.
- **Pemberian premi:** Insentif dari pemerintah untuk para ekportir.
- **Dumping:** Penjualan barang dengan harga rendah di pasar domestik.
- **Politik dagang bebas:** Pemerintah membebaskan praktik impor ekspor.
- **Larangan ekspor:** Pelarang ekspor barang tertentu berdasarkan pertimbangan ekonomi, politik, sosial dan budaya.

# Dinamika & Pengaruh Perdagangan di Era Modern

## Era Digital

Pada era modern, globalisasi menciptakan pasar global yang terintegrasi dan efisien melalui teknologi dan ekonomi digital.

- **Peluang:** Perluasan pasar, efisiensi rantai pasok, difusi teknologi, kemitraan global.
- **Tantangan:** Persaingan ketat, hambatan budaya, fluktuasi kurs, regulasi internasional.

## Pengaruh Ekonomi & Sosial

- **Positif:** Tingkatkan kemakmuran, ciptakan lapangan kerja, dorong iptek, sumber devisa.
- **Negatif:** Ketergantungan impor, persaingan industri lokal, krisis budaya lokal.



## **C. Peran Masyarakat dalam Perdagangan di Era Digital**

# Era Digital

Era digital ditandai oleh perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi (internet), yang mengubah berbagai aspek kehidupan. Perubahan ini mencakup komunikasi, cara kerja, pendidikan, hiburan, kesehatan, transportasi, gaya hidup, hingga hubungan sosial.

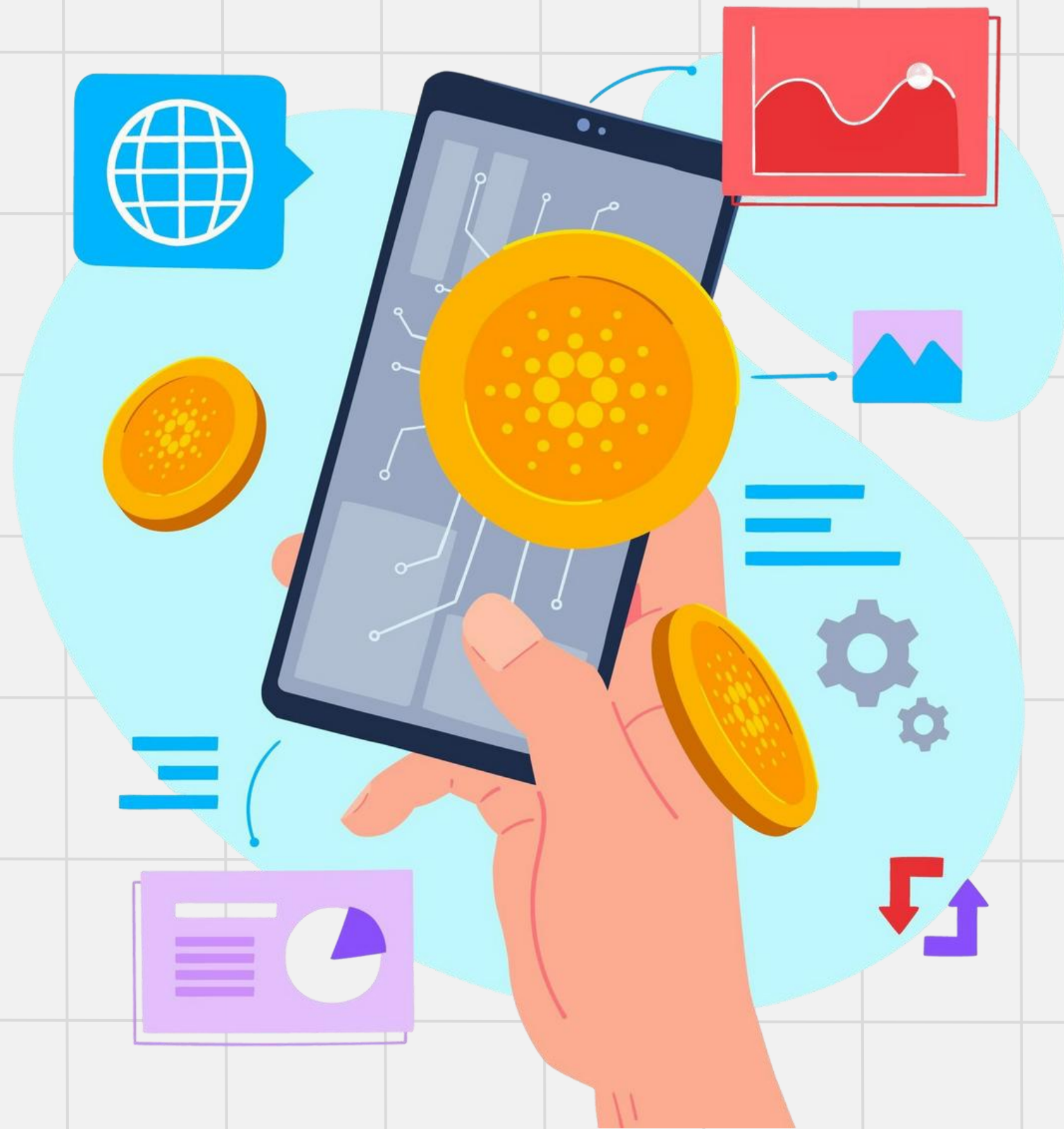


# Perdagangan di Era Digital

## Ekonomi Digital

Ekonomi digital dijelaskan oleh Don Tapscott sebagai fenomena sosial yang memengaruhi sistem ekonomi, dengan karakteristik sebagai berikut:

- Transaksi digital
- Data digital
- ICT sebagai infrastruktur
- Jangkauan global



# Jenis E-Business & E-Commerce

**E-Business:** Integrasi proses bisnis melalui internet.

**E-Commerce:** Proses jual beli digital dengan berbagai jenis:

- B2C (Business-to-Consumer)
- B2B (Business-to-Business)
- C2C (Consumer-to-Consumer)
- C2B (Consumer-to-Business)
- B2G (Business-to-Government)
- G2B (Government-to-Business)
- G2C (Government-to-Consumer)
- M-Commerce (Mobile Commerce)
- S-Commerce (Social Commerce)



# Karakteristik Konsumen E-Commerce

- Mengutamakan praktis & efisien
- Sensitif terhadap promosi/diskon
- Mengandalkan ulasan pelanggan
- Mobile-oriented
- Peduli privasi & keamanan data
- Perilaku multi-channel untuk membandingkan transaksi lintas platform



## Manfaat E-Commerce

### Untuk Bisnis

- Pasar global jangkauan luas
- Biaya operasional lebih rendah
- Spesialisasi produk/layanan
- Produktivitas & efisiensi tinggi
- Margin keuntungan tinggi

### Untuk Konsumen

- Menghemat waktu
- Harga lebih terjangkau
- Akses mudah ke produk global
- Pengiriman cepat
- Mudah membandingkan produk



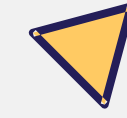
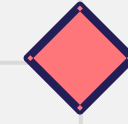
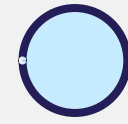
## Peran Masyarakat dalam E-Commerce

- **Konsumen:** Menikmati kemudahan & efisiensi belanja online, serta berkontribusi pada pertumbuhan pasar digital.
- **Pelaku Usaha:** Memperluas jangkauan pasar, menciptakan inovasi produk/layanan, dan membuka peluang usaha baru.
- **Pemerintah:** Membuat dan menegakkan dasar hukum seperti UU ITE & UU Perlindungan Konsumen untuk menjaga ketertiban dan keadilan.

## Etika & Hukum Digital

- **Hukum:** Memberikan panduan wajib yang harus diikuti dan sanksi bagi pelanggaran, memastikan kepatuhan.
- **Etika:** Mengarahkan perilaku sesuai nilai moral dan prinsip keadilan, membangun kepercayaan dalam transaksi.
- **Tujuan:** Menciptakan lingkungan perdagangan digital yang tertib, sehat, dan adil bagi semua pihak.

# Prinsip Etika E-Commerce



## Kejujuran & Integritas



Menjalankan bisnis dengan transparan dan jujur, membangun kepercayaan pelanggan.

## Privasi & Keamanan Data



Melindungi informasi pribadi pelanggan dan memastikan transaksi aman dari penyalahgunaan.

## Keadilan Tanpa Diskriminasi



Memperlakukan semua pelanggan secara adil, tanpa membedakan ras, agama, atau gender.

## Transparansi Informasi Produk



Menyediakan informasi produk yang akurat dan lengkap agar pelanggan dapat membuat keputusan terbaik.

## Tanggung Jawab ke Konsumen



Memberikan layanan purna jual yang baik dan menangani keluhan dengan responsif.

## Kepatuhan Aturan

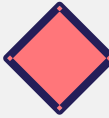


Mematuhi semua hukum dan regulasi e-commerce yang berlaku untuk lingkungan bisnis yang sehat.

## Komitmen Kualitas



Menjamin kualitas produk dan layanan yang ditawarkan sesuai dengan standar yang dijanjikan.



# Literasi & Kewargaan Digital

## Sembilan Elemen Digital Citizenship (Ribble & Bailey):

01

### Digital access

akses merata terhadap teknologi dan internet

02

### Digital commerce

pemahaman tentang daring (online) dan etis

03

### Digital communication

kemampuan berkomunikasi efektif secara digital

04

### Digital etiquette

sikap sopan santun dalam interaksi digital

05

### Digital literacy

kecakapan teknologis dan informasi digital

06

### Digital health & welfare

mengurangi risiko penggunaan teknologi

07

### Digital law

kesadaran akan hukum dan aturan di dunia maya

08

### Digital rights & responsibilities

hak dan kewajiban pengguna digital

09

### Digital security

melindungi diri dari risiko kejahatan siber

# Peran Masyarakat & Etika Digital

Masyarakat perlu literasi digital agar bijak, positif, aman, kritis, & bertanggung jawab di ruang digital.



## Respect

Hormati hak, hukum, dan orang lain dalam interaksi digital.



## Educate

Mendidik diri dan orang lain tentang penggunaan teknologi yang bertanggung jawab.



## Protect

Lindungi diri dan orang lain dari dampak negatif dunia digital.

Prinsip etika e-commerce meliputi kejujuran, privasi data, keadilan, transparansi, dan kepatuhan aturan.



**Sumber:  
Freepik.com  
Canva.com**