

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka

2.2. Teori Permintaan

Permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan antara lain : (Mikro Ekonomi, Sadono Sukirno : 2005).

1. Harga barang yang dimaksud
2. Harga barang substitusi
3. Barang substitusi
4. Rata-rata pendapatan
5. Jumlah populasi/penduduk
6. Estimasi/perkiraan/ramalan
7. Selera, lokasi dan distribusi

Permintaan dapat dibedakan menjadi beberapa kelompok, antara lain permintaan berdasarkan daya beli dan jumlah subjek pendukung.

a. Permintaan menurut daya beli

Berdasarkan daya beli, permintaan dibagi menjadi tiga macam, yaitu permintaan efektif, permintaan potensial, dan permintaan absolut.

1. Permintaan efektif adalah permintaan masyarakat terhadap suatu barang atau jasa yang disertai dengan daya beli atau kemampuan membayar. Pada permintaan jenis ini, seorang konsumen membutuhkan barang itu dan ia mampu membayarnya.
 2. Permintaan potensial adalah permintaan masyarakat terhadap suatu barang dan jasa yang sebenarnya memiliki kemampuan untuk membeli, tetapi belum melaksanakan pembelian barang atau jasa tersebut.
 3. Permintaan absolut adalah permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang tidak disertai dengan daya beli. Pada permintaan absolut konsumen tidak mempunyai kemampuan (uang) untuk membeli barang yang diinginkan.
- b. Permintaan menurut jumlah subjek pendukungnya
- Berdasarkan jumlah subjek pendukungnya, permintaan terdiri atas permintaan individu dan permintaan kolektif.
1. Permintaan individu
Permintaan individu adalah permintaan yang dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.
 2. Permintaan kolektif
Permintaan kolektif atau permintaan pasar adalah kumpulan dari permintaan-permintaan perorangan/individu atau permintaan secara keseluruhan para konsumen di pasar.

Atas dasar kebutuhan ini individu tersebut mempunyai permintaan akan barang. Makin banyak penduduk suatu negara makin besar permintaan masyarakat akan sesuatu jenis barang. Sepintas lalu pengertian ini tidak menimbulkan masalah akan tetapi bila kita pikirkan lebih jauh dalam dunia nyata, barang dipasar mempunyai harga. Dengan kata lain permintaan baru mempunyai arti apabila didukung oleh tenaga beli peminta barang. Permintaan yang didukung oleh kekuatan daya beli disebut permintaan efektif, sedangkan permintaan yang hanya didasarkan atas kebutuhan saja disebut sebagai permintaan potensial. Daya beli seseorang tergantung atas dua unsur pokok yaitu pendapatan yang dapat dibelanjakan dan harga barang yang dikehendaki.

Menurut Pappas dan Mark Hirschey (1995), menyatakan bahwa permintaan adalah sejumlah barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen selama periode tertentu berdasarkan situasi dan kondisi tertentu. Menurut Pappas dan Mark Hirschey (1995), terdapat dua model dasar dalam permintaan, yang pertama adalah permintaan langsung yang dikenal sebagai teori konsumen, dan yang kedua adalah permintaan turunan yaitu permintaan atas bahan baku sebagai input didalam pembuatan suatu barang atau jasa yang diminta untuk didistribusikan menjadi produk lainnya.

2.2.1. Hukum permintaan

Permintaan suatu barang berkaitan dengan jumlah permintaan suatu barang pada tingkat harga tertentu. Konsumen dapat menentukan jumlah barang yang dikonsumsi tergantung pada harga barang tersebut. Pada umumnya semakin tinggi harga suatu barang, maka semakin sedikit jumlah permintaan suatu barang

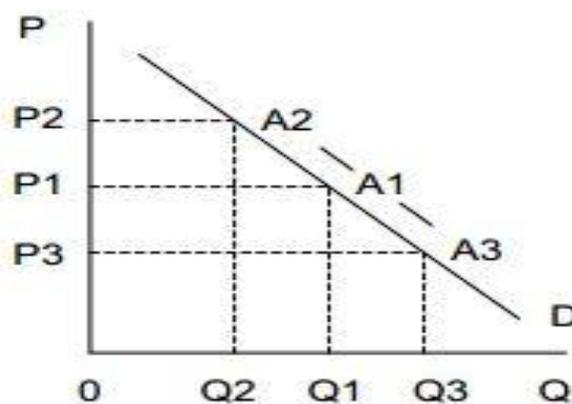
tersebut. Permintaan barang tersebut, apabila faktor lain tidak berpengaruh (*ceteris paribus*). Hipotesa seperti itu disebut sebagai hukum permintaan. Dengan demikian, hukum permintaan suatu barang (*ceteris paribus*) (Wilson Bangun, 2007).

2.2.2. Kurva permintaan

Kurva permintaan dapat didefinisikan sebagai suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang diminta para pembeli. Kurva permintaan berbagai jenis barang pada umumnya menurun dari kiri ke kanan bawah. Kurva yang demikian disebabkan oleh sifat hubungan antara harga dan jumlah yang diminta yang mempunyai sifat hubungan terbalik.

A. Gerakan dan perubahan kurva permintaan

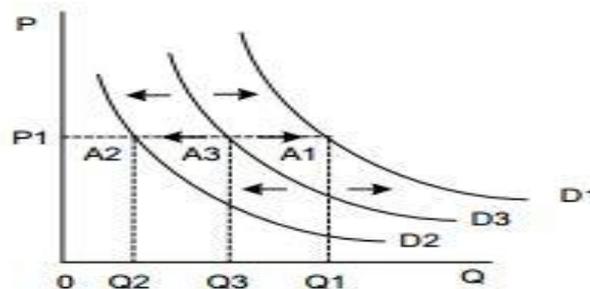
Perubahan sepanjang kurva permintaan berlaku apabila harga barang yang diminta menjadi makin tinggi atau makin menurun.



Gambar 2.1
Pergerakan Kurva Permintaan Individu

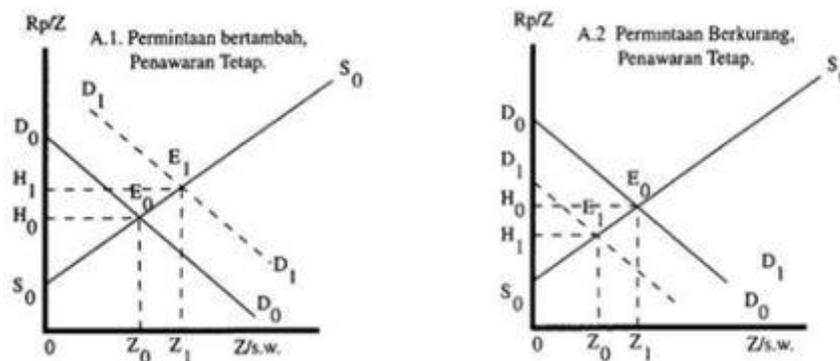
B. Pergeseran kurva permintaan

Kurva permintaan bergerak kekanan atau kekiri apabila terdapat perubahan-perubahan terhadap permintaan yang ditimbulkan oleh faktor-faktor bukan harga, sekiranya harga barang lain, pendapatan para pembeli dan berbagai faktor bukan harga lainnya mengalami perubahan, maka perubahan itu akan menyebabkan kurva permintaan akan pindah ke kanan atau ke kiri.



Gambar 2.2
Pergerakan Kurva Permintaan Pasar

Pada kenyataannya, jumlah permintaan suatu barang bukan hanya ditentukan oleh harga barang itu sendiri, melainkan masih banyak faktor-faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap permintaan suatu barang.



Gambar 2.3
Pergerakan Kurva Permintaan

Pergeseran kurva permintaan yang diakibatkan faktor lain selain harga dapat dilihat pada gambar 2.3 diatas.

2.3. Teori Penawaran

Penawaran adalah banyaknya barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu pasar tertentu, pada periode tertentu, dan pada tingkat harga tertentu. Keinginan para penjual dalam menawarkan barangnya pada berbagai tingkat harga ditentukan oleh beberapa faktor. Yang terpenting adalah : (Mikro Ekonomi, Teori Pengantar, Sadono Sukirno : 2005).

1. Harga
2. Harga barang lain
3. Biaya faktor produksi
4. Teknologi
5. Tujuan perusahaan
6. Ekspetasi (ramalan)

Apabila ditinjau dari jumlah barang yang ditawarkan, penawaran dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu penawaran perorangan dan penawaran kolektif.

a. Penawaran individu

Penawaran individu adalah jumlah barang yang akan dijual oleh seorang penjual.

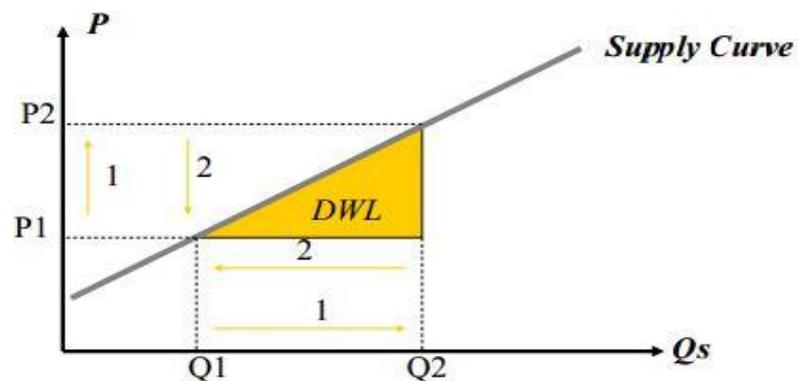
b. Penawaran kolektif

Penawaran kolektif disebut juga penawaran pasar. Penawaran kolektif adalah keseluruhan jumlah suatu barang yang ditawarkan oleh penjual

dipasar. Penawaran pasar merupakan penjumlahan dari keseluruhan penawaran perorangan.

2.3.1. Hukum penawaran

Hukum penawaran pada dasarnya mengatakan bahwa semakin tinggi harga suatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, makin rendah harga suatu barang, semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan. Secara ringkas dapat disebutkan bila harga (P) naik maka penawaran (Q_s) relatif akan naik, bila P turun \rightarrow Q_s turun, asumsi *ceteris paribus* (*the other things on held constant*). Hal tersebut dapat digambarkan dalam bentuk kurva sebagai berikut :

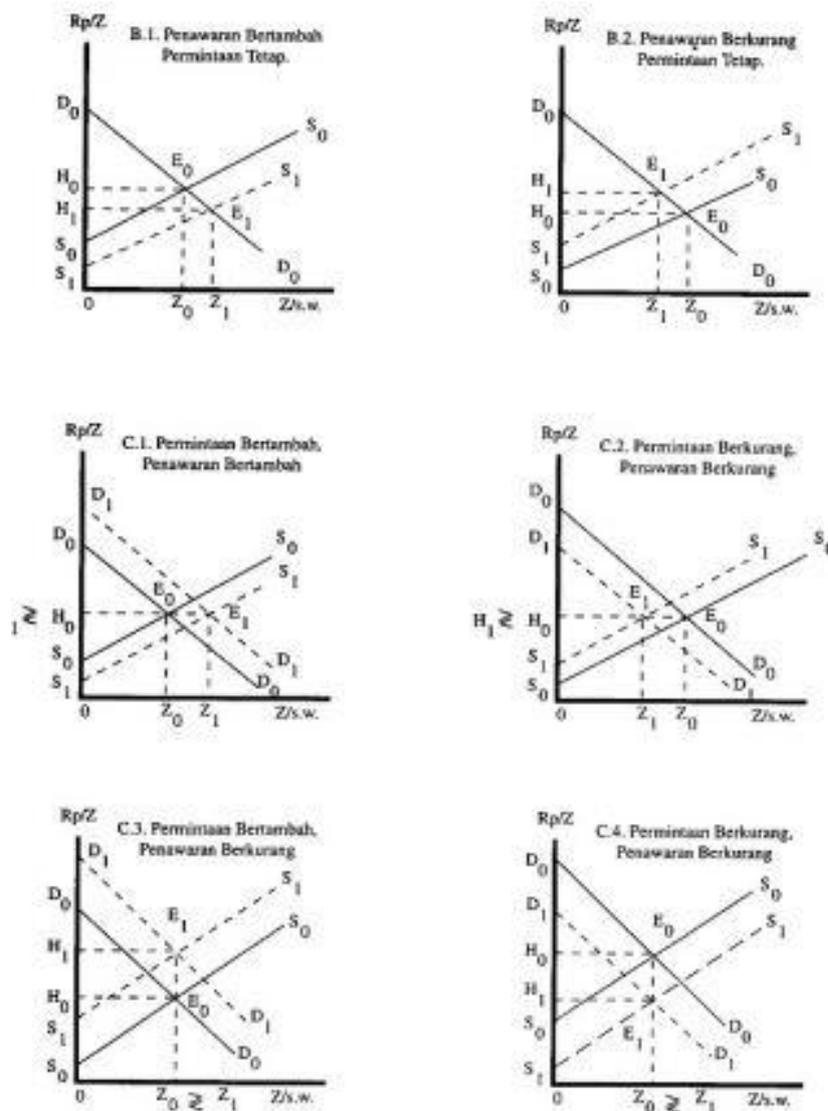


Gambar 2.4
Kurva Hukum Penawaran

2.3.2. Gerakan sepanjang dan pergeseran kurva penawaran

Perubahan dalam jumlah yang ditawarkan dapat berlaku sebagai akibat dari pergeseran kurva penawaran. Harga ekuilibrium tidak dapat dipastikan

perubahannya. Dapat naik, dapat turun, dan dapat pula tidak berubah, tergantung kepada perbedaan intensitas perubahan pada permintaan dan penawaran dan juga tergantung kepada perbedaan elastisitas. Perubahan harga tidak dapat dipastikan oleh karena unsur bertambahnya permintaan bertendensi menaikkan harga, sebaliknya bertambahnya penawaran bertendensi menurunkan harga.

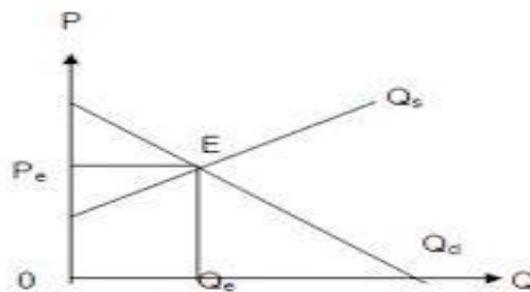


Gambar 2.5
Kurva Pergeseran Penawaran

2.4. Teori Keseimbangan Pasar

Keseimbangan pasar (market equilibrium) akan tercapai jika jumlah produk yang diminta sama dengan jumlah produk yang ditawarkan, atau harga produk yang ditawarkan sama dengan harga produk yang diminta pembeli. Pada saat itu akan terjadi transaksi antara penjual dan pembeli, karena telah terjadi kesepakatan mengenai harga dan atau jumlah produk.

Berikut ini gambar 2.6 mengenai keseimbangan pasar antara kurva penawaran yang berpotongan dengan kurva permintaan :



Gambar 2.6
Kurva Keseimbangan Pasar

Dari gambar 2.6 sumber vertikal menunjukkan harga barang (p) yang diukur dalam rupiah per unit. Harga inilah yang diterima penjualan untuk jumlah penawaran tertentu dan yang akan dibayar pembeli untuk jumlah permintaan tertentu. Sumbu horizontal menunjukkan jumlah total permintaan dan penawaran (Q) dinyatakan dalam unit per periode. Didalam kurva tersebut terdapat perpotongan antara kurva penawaran dan kurva permintaan yang disebut keseimbangan pasar (*equilibrium*). Kedua kurva saling berpotongan pada jumlah

dan harga equilibrium. Pada harga ini P_e , jumlah penawaran dan permintaan adalah sama (Q_e).

2.5. Teori Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional adalah perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Penduduk yang dimaksud dapat berupa antar perorangan (individu dengan individu), antara individu dengan pemerintah suatu negara atau pemerintah suatu negara dengan pemerintah negara lain. Dibanyak negara, perdagangan internasional menjadi salah satu faktor utama untuk meningkatkan GDP. Meskipun perdagangan internasional telah terjadi selama ribuan tahun (lihat Jalur Sutra, Amber Road), dampaknya terhadap kepentingan ekonomi, sosial, dan politik baru dirasakan beberapa abad belakangan. Perdagangan internasional pun turut mendorong Industrialisasi, kemajuan transportasi, globalisasi, dan kehadiran perusahaan multinasional.

Perdagangan internasional merupakan hal yang vital karena perdagangan luar negeri akan meningkatkan kemungkinan konsumsi suatu negara. Perdagangan luar negeri memungkinkan suatu negara mengkonsumsi lebih banyak barang dibandingkan yang tersedia menurut garis perbatasan kemungkinan produksi pada keadaan swasembada tanpa perdagangan luar negeri (Peter H Lindert dan Kindleberg, 1993).

Kunci perdagangan internasional adalah teori keunggulan komparatif. Prinsip teori ini bahwa suatu negara dapat meningkatkan standar kehidupan dan pendapatan riilnya melalui spesialisasi produksi komoditi yang memiliki

produktivitas tinggi. Negara-negara akan mengutamakan untuk memproduksi komoditi yang paling produktif. Prinsip keunggulan komparatif menunjukkan bahwa spesialisasi akan menguntungkan semua negara meskipun ada negara yang secara mutlak lebih efisien dalam memproduksi semua barang dibandingkan negara lainnya. Jika negara-negara itu mau melakukan spesialisasi produk dimana mereka mendapat keunggulan komparatif (atau efisiensi relatif lebih tinggi), maka perdagangan antar negara akan menguntungkan bagi semuanya. Karena itu mengingat kondisi produktif di tiap negara sangat berbeda, negara-negara tersebut sangat menyadari bahwa akan lebih menguntungkan jika melakukan spesialisasi dalam produksi suatu jenis barang tertentu (Peter H Lindert dan Kindleberg, 1993).

Dalam teori modern mengenai perdagangan internasional dikenal teori Heckscher dan Ohlin (H-O). Teori ini disebut juga faktor proportion theory atau teori ketersediaan faktor. Dasar pemikiran teori ini adalah bahwa perdagangan internasional misalnya, antara Indonesia dan Rusia terjadi karena opportunity cost yang berbeda antara kedua negara tersebut. Perbedaan ongkos alternatif tersebut dikarenakan adanya perbedaan dalam jumlah faktor produksi (misalnya tenaga kerja, modal, tanah dan bahan baku yang dimiliki kedua negara tersebut. Indonesia memiliki tanah yang lebih luas dan bahan-bahan baku serta tenaga kerja (khususnya dari golongan berpendidikan rendah) yang jauh lebih banyak dibandingkan Rusia. Sebaliknya Rusia memiliki tenaga kerja dengan pendidikan tinggi dalam jumlah yang lebih banyak dari pada Indonesia.

Jadi karena faktor endowment-nya berbeda, maka sesuai hukum pasar, harga dari faktor-faktor produksi tersebut juga berbeda antara Indonesia dan Rusia. Mialnya hanya ada dua faktor produksi yakni tenaga kerja (L) dan modal (K) dengan harga masing-masing w (gaji) dan r (suku bunga). Dengan demikian tingkat gaji di Indonesia lebih murah dari pada di Rusia dan tingkat suku bunga di Indonesia lebih mahal dibandingkan di Rusia. Akan tetapi dengan perbedaan harga faktor tersebut dengan sendirinya belum tentu dapat dikatakan bahwa Indonesia unggul dari Rusia dalam membuat suatu barang. Hal ini tergantung pada tingkat intensitas pemakaian tenaga kerja dan modal dalam memproduksi barang tersebut.

Banyak faktor yang mendorong suatu negara melakukan perdagangan internasional (Wikipedia, ensiklopedia bebas), di antaranya sebagai berikut :

- Untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa dalam negeri.
- Keinginan memperoleh keuntungan dan meningkatkan pendapatan negara
- Adanya perbedaan kemampuan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam mengolah sumber daya ekonomi.
- Adanya kelebihan produk dalam negeri sehingga perlu pasar baru untuk menjual produk tersebut.
- Adanya perbedaan keadaan seperti sumber daya alam, iklim, tenaga kerja, budaya, dan jumlah penduduk yang menyebabkan adanya perbedaan hasil produksi dan adanya keterbatasan produksi.
- Adanya kesamaan selera terhadap suatu barang.

- Keinginan membuka kerja sama, hubungan politik dan dukungan dari negara lain.
- Terjadinya era globalisasi sehingga tidak satu negara pun di dunia dapat hidup sendiri.

Seringkali terdapat banyak hambatan dalam melakukan perdagangan internasional. Hambatan itu ada yang berasal dari dalam maupun luar negeri (Wikipedia, ensiklopedia bebas). Adapun hambatan tersebut antara lain :

- a. Tidak amannya suatu negara Jika suatu negara tidak aman, para pedagangnya beralih ke negara lain yang lebih aman. Semakin aman keadaan, semakin mendorong para pedagang untuk melakukan perdagangan internasional.
- b. Kebijakan ekonomi internasional yang dilakukan oleh pemerintah ada kebijakan ekonomi yang diterapkan oleh suatu negara yang merupakan hambatan bagi kelancaran perdagangan internasional. Misalnya, pembatasan jumlah impor, pungutan biaya impor/ekspor yang tinggi, perijinan yang berbelit-belit.
- c. Tidak stabilnya kurs mata uang asing kurs mata uang asing yang tidak stabil membuat para eksportir maupun importir mengalami kesulitan dalam menentukan harga valuta asing. Kesulitan tersebut berdampak pula terhadap harga penawaran maupun permintaan dalam perdagangan. Hal ini membuat para pedagang internasional enggan melakukan kegiatan ekspor dan impor.

Terdapat beberapa perbedaan antara perdagangan dalam negeri dan perdagangan internasional (Wikipedia, ensiklopedia bebas). Perbedaan tersebut antara lain sebagai berikut :

a. Jangkauan wilayah

Perdagangan dalam negeri mencakup satu wilayah negara, sedangkan perdagangan antar negara menjangkau beberapa negara.

b. Cara pembayaran

Cara pembayaran pada perdagangan dalam negeri menggunakan satu macam mata uang, sedangkan perdagangan luar negeri menggunakan macam-macam mata uang (valuta asing).

c. Sistem distribusi

Perdagangan dalam negeri lebih banyak dilakukan dengan menggunakan sistem distribusi langsung. Sedangkan perdagangan luar negeri menggunakan sistem distribusi tidak langsung.

d. Peraturan yang berlaku

Peraturan yang harus diikuti dalam perdagangan antar negara lebih rumit dibandingkan dengan perdagangan dalam negeri. Dalam perdagangan internasional melibatkan sekurang-kurangnya dua negara. Oleh karena itu, peraturan-peraturan yang harus ditaati oleh pedagang internasional sekurang-kurangnya berlaku pada dua negara tersebut.

e. Tingkat persaingan

Karena penjual dan pembeli suatu barang berasal dari berbagai negara maka tingkat persaingan perdagangan antar negara lebih ketat dibandingkan dengan perdagangan dalam negeri.

f. Satuan ukuran dalam berat, panjang, dan isi

Dalam perdagangan dalam negeri biasanya digunakan ukuran berat, panjang, dan volume yang berlaku di dalam negeri. Namun untuk perdagangan internasional, ukuran-ukuran tersebut harus menggunakan ukuran yang berlaku secara internasional.

g. Biaya angkutan

Dalam perdagangan internasional diperlukan biaya angkutan yang lebih tinggi dari pada perdagangan dalam negeri. Ini terjadi karena perbedaan jarak dan sistem administrasi perdagangan.

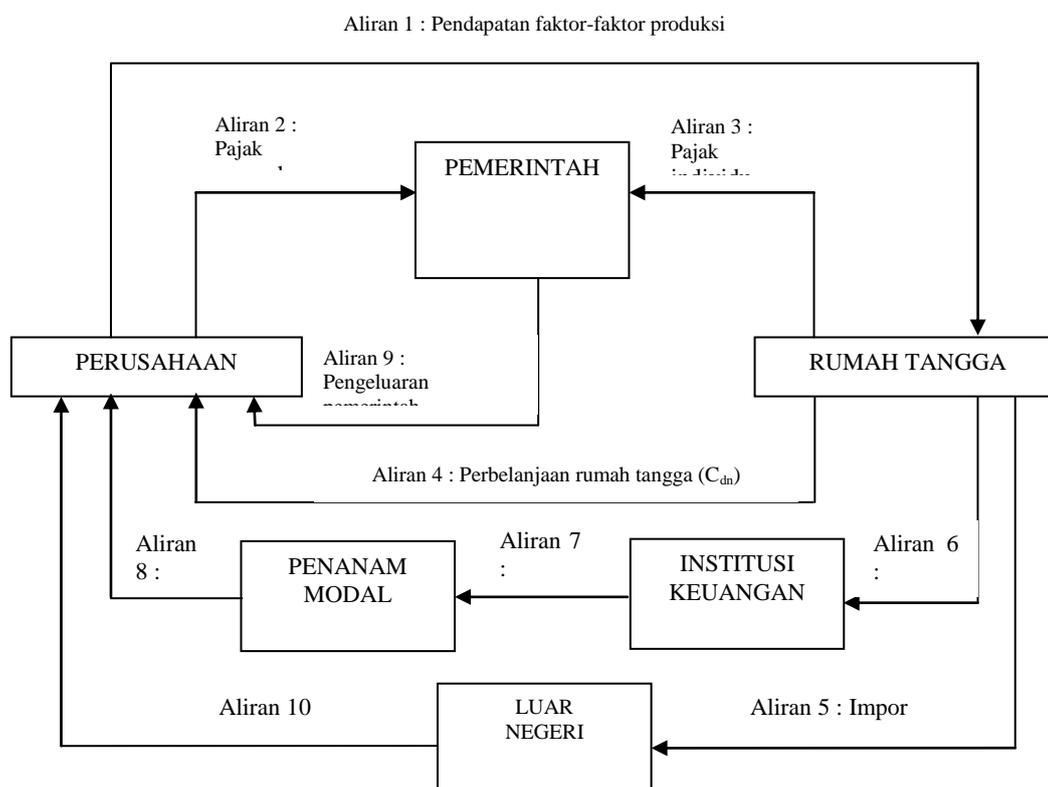
h. Tatap muka langsung penjual dan pembeli

Dalam perdagangan dalam negeri, antara penjual dan pembeli dapat bertatap secara langsung. Akan tetapi, dalam perdagangan internasional bagi penjual dan pembeli untuk bertatap muka secara langsung tidak mudah.

2.6. Teori Ekspor

Perekonomian terbuka atau perekonomian empat sektor adalah suatu sistem ekonomi yang melakukan kegiatan ekspor dan impor dengan negara-negara lain di dunia ini. Dalam perekonomian terbuka sektor-sektor ekonominya dibedakan kepada empat golongan, yaitu : rumah tangga, perusahaan, pemerintah,

dan luar negeri. Melakukan perdagangan internasional merupakan kegiatan yang lazim dilakukan oleh berbagai negara. Semenjak berabad-abad yang lalu, ketika berbagai perekonomian masih belum begitu berkembang, perdagangan ekspor dan impor telah mereka lakukan. Pada ketika ini kegiatan ekspor dan impor merupakan bagian yang penting dalam kegiatan setiap perekonomian. Walau bagaimanapun, secara relatif, kepentingannya berbeda dari satu negara ke negara lain.



Sumber : Sadono Sukirno, 2010

Gambar 2.7
Sirkulasi Aliran Pendapatan dalam Perekonomian Terbuka

Berdasarkan kepada aliran-aliran pendapatan dalam Gambar dapatlah disimpulkan bahwa dalam ekonomi terbuka pengeluaran agregat meliputi lima jenis pengeluaran berikut :

- i. Pengeluaran konsumsi rumah tangga ke atas barang-barang yang dihasilkan di dalam negeri (C_{dn}).
- ii. Investasi perusahaan (I) untuk menambah kapaistas sektor perusahaan menghasilkan barang dan jasa.
- iii. Pengeluaran pemerintah ke atas barang dan jasa yang diperoleh di dalam negeri (G).
- iv. Ekspor, yaitu pembelian negara lain ke atas barang buatan perusahaan-perusahaan di dalam negeri (X).
- v. Barang impor, yaitu barang yang dibeli dari luar negeri (M).

Dengan demikian komponen pengeluaran agregat dalam ekonomi terbuka adalah : pengeluaran rumah tangga ke atas barang buatan dalam negeri, investasi, pengeluaran pemerintah, pengeluaran ke atas barang impor dan pengeluaran orang luar negeri ke atas barang buatan dalam negeri (Ekspor). Pengeluaran agregat tersebut (AE) dapat dinyatakan dengan menggunakan formula berikut :

$$AE = C_{dn} + I + G + X - M$$

Perdagangan internasional bisa diartikan dengan perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain dengan dasar kesepakatan bersama. Perdagangan internasional khususnya ekspor mempunyai peranan yang sangat penting yakni sebagai penggerak perekonomian. Manfaat dari perdagangan internasional yang dilakukan oleh suatu negara yaitu dapat

mendorong pertumbuhan industrialisasi, kemajuan transportasi, globalisasi dan juga kehadiran perusahaan multinasional. (Sadono Sukirno, 2010).

Perdagangan internasional atau perdagangan luar negeri terjadi karena adanya perbedaan yang menguntungkan di luar negeri dibandingkan di dalam negeri. Keuntungan yang diperoleh oleh suatu negara dari perdagangan luar negeri adalah pendapatan nasional naik, yang pada gilirannya akan menaikkan jumlah output dan laju pertumbuhan ekonomi (Jhingan, 2004). Dalam sub bab ini akan dibahas mengenai permintaan ekspor dan penawaran ekspor.

2.6.1. Teori Permintaan Ekspor

Permintaan ekspor suatu komoditi merupakan hubungan yang menyeluruh antara kuantitas komoditi yang akan dibeli konsumen selama periode tertentu pada suatu tingkat harga (Lipsey, 1995). Semakin tinggi tingkat harga yang terjadi pada transaksi perdagangan maka jumlah permintaan komoditi suatu barang akan semakin menurun. Definisi dari permintaan sendiri mengacu kepada kebutuhan masyarakat atau individu yang dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain : harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan konsumen, tingkat selera, jumlah penduduk, dan peramalan yang akan datang.

Permintaan ekspor suatu negara merupakan selisih antara produksi atau penawaran domestik dikurangi dengan konsumsi atau permintaan domestik negara yang bersangkutan ditambah dengan stok tahun sebelumnya. Secara matematis dapat dituliskan sebagai berikut :

$$X_t = Q_t - C_t + S_{t-1}$$

Dimana : X_t = Jumlah ekspor komoditi pada tahun ke t

Q_t = Jumlah produksi domestik pada tahun ke t

C_t = Jumlah konsumsi domestik pada tahun ke t

S_{t-1} = Stok tahun sebelumnya (t-1)

Jika jumlah stok tahun sebelumnya diasumsikan nol maka persamaan di atas menjadi :

$$X_t = Q_t - C_t$$

Untuk komoditi ekspor, permintaan komoditi yang bersangkutan akan dialokasikan untuk memenuhi permintaan masyarakat dalam negeri (konsumsi domestik) dan permintaan luar negeri (ekspor). Persediaan yang tersisa akan menjadi persediaan yang akan dijual pada tahun berikutnya. Sebagai sebuah permintaan maka ekspor komoditi suatu negara akan dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain : harga domestik tujuan ekspor (HD_t), harga impor negara tujuan ekspor (HI_t), pendapatan perkapita negara tujuan ekspor (YPI_t), dan selera penduduk negara tujuan ekspor (SI_t).

Selain dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut permintaan ekspor suatu komoditi dapat dipengaruhi pula oleh faktor harga di pasar internasional (HX) dan nilai tukar efektif (NT_t). Pengaruh jangka panjang dalam kegiatan ekspor dapat diketahui dengan memasukan volume ekspor tahun sebelumnya (X_{t-1}). Selain itu variabel *dummy* berupa kondisi perekonomian yang stabil dan tidak stabil (krisis) perlu dimasukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kondisi perekonomian tersebut terhadap kegiatan ekspor. Apabila dirumuskan ke dalam persamaan menjadi :

$$X_t = f(HD_t, HI_t, YPI_t, SI_t, NT_t, X_{t-1}, D_t)$$

2.6.2. Teori Penawaran Ekspor

Penawaran suatu komoditas baik berupa barang maupun jasa adalah jumlah yang ditawarkan oleh produsen pada konsumen dalam suatu pasar dalam tingkat harga dan waktu tertentu. Penawaran mempengaruhi harga secara negatif, jika penawaran meningkat maka harga akan cenderung turun karena jumlah komoditas yang ada lebih besar dari yang diinginkan oleh konsumen (Nicholson, 1995). Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran komoditas adalah harga komoditas tersebut, harga komoditas substitusi, harga faktor produksi, tingkat teknologi, pajak, subsidi, dan harapan yang akan datang (Lipsey, 1995).

1. Harga komoditas yang bersangkutan

Suatu teori dasar ekonomi menyatakan bahwa harga sejumlah komoditas mempunyai hubungan yang positif dengan jumlah yang ditawarkan yaitu semakin tinggi harganya semakin besar jumlah yang ditawarkan, (*ceteris paribus*). Hal ini karena peningkatan harga komoditas menyebabkan peningkatan keuntungan yang akan memacu peningkatan produksi maupun penjualan hasil produksinya. Jadi peningkatan harga dari suatu komoditas akan menyebabkan peningkatan penawaran komoditas tersebut. Dengan demikian perubahan harga suatu komoditas akan menyebabkan pergerakan sepanjang kurva penawaran.

2. Harga komoditas substitusi

Perubahan harga pada komoditas substitusi akan mempengaruhi jumlah penawaran pada komoditas yang bersangkutan. Peningkatan harga komoditas substitusi akan menyebabkan berkurangnya jumlah penawaran komoditas yang bersangkutan.

3. Harga faktor produksi

Harga suatu faktor produksi merupakan harga yang harus dikeluarkan perusahaan. Dengan meningkatnya harga faktor produksi maka keuntungan yang diterima perusahaan akan berkurang. Hal ini akan berakibat perusahaan mengurangi produksinya.

4. Tingkat teknologi

Teknologi berkorelasi positif dengan jumlah yang ditawarkan. Jika perusahaan menggunakan teknologi baru, fungsi produksi akan bergeser ke atas yang berarti produksi meningkat dan kurva biaya akan bergeser ke bawah yang berarti biaya produksi berkurang. Keuntungan yang akan diperoleh menjadi lebih besar.

5. Pajak

Pajak mempengaruhi penawaran secara negatif, jika pajak meningkat maka akan diikuti oleh penurunan penawaran. Pajak biasanya dikeluarkan dari kebijakan ekonomi pemerintah dalam suatu negara.

6. Subsidi

Subsidi berupa insentif dan bantuan pemerintah yang dikeluarkan guna melindungi produsen atau konsumen. Kebijakan subsidi dapat mempengaruhi penawaran suatu komoditas. Bila subsidi diberikan untuk melindungi produsen maka penawaran dapat meningkat.

7. Harapan harga yang akan datang

Untuk komoditas ekspor, penawaran komoditas bersangkutan akan dialokasikan untuk memenuhi permintaan masyarakat dalam negeri dan luar negeri.

Apabila masih terdapat sisa yang belum terjual, maka sisa ini akan menjadi persediaan (stok) dan akan dijual pada tahun berikutnya. Untuk mengetahui bagaimana perubahan suatu variabel mempengaruhi variabel lain digunakan konsep elastisitas. Elastisitas penawaran adalah persentase perubahan Q (Quantity) yang ditawarkan sebagai reaksi terhadap persentase perubahan P (Price) yang bersaing. Penawaran bersifat elastis bila $ES > 1$, bersifat inelastis bila $ES < 1$, dan $ES = 1$ bila perubahan Q dan P tidak merubah total pengeluaran. Penawaran ekspor suatu negara adalah selisih antara produksi/penawaran domestik dikurangi dengan konsumsi/permintaan domestik negara yang bersangkutan ditambah dengan stok tahun sebelumnya. Secara matematis dapat ditulis sebagai berikut :

$$X_t = Q_t - C_t + S_{t-1}$$

dimana : X_t = Jumlah ekspor komoditas tahun t

Q_t = Jumlah produksi domestik tahun t

C_t = Jumlah konsumsi domestik tahun t

S_{t-1} = Stok tahun sebelumnya (t-1)

Jika jumlah stok tahun sebelumnya diasumsikan nol, karena produksi pada tiap tahun semuanya diekspor, maka dengan demikian fungsi ekspor dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$X_t = Q_t - C_t$$

Untuk komoditas ekspor, penawaran komoditas bersangkutan akan dialokasikan untuk memenuhi permintaan masyarakat dalam negeri dan luar negeri. Apabila masih terdapat sisa yang belum terjual, maka sisa ini akan menjadi

persediaan (stok) dan akan dijual pada tahun berikutnya. Jumlah produksi domestik pada tahun ke-t (Q_t) ditentukan oleh :

1. Harga domestik tahun lalu (PD_{t-1})
2. Luas areal tanaman produktif (A_t)
3. Teknologi (T_t)

Sehingga fungsi produksi suatu komoditas dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$Q_t = f (PD_{t-1}, A_t, T_t)$$

Produksi yang dihasilkan sebagian akan dikonsumsi di dalam negeri.

Besarnya konsumsi (C_t) tergantung dari :

1. Harga domestik tahun ke-t (PD_t)
2. Pendapatan perkapita (Y_t)
3. Selera (S_t)

Sehingga fungsi konsumsi dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$C_t = f (PD_t, Y_t, S_t)$$

Di samping faktor-faktor dalam negeri (internal), ekspor komoditas juga dipengaruhi oleh faktor-faktor luar negeri (eksternal). Ada tiga faktor dari pasar internasional yang besar pengaruhnya terhadap ekspor suatu komoditas, yaitu :

1. Nilai tukar uang (ERT)
2. Harga ekspor komoditi tahun ke-t (PX_t)
3. Harga barang substitusi di luar negeri tahun ke-t (PSt)

Sedangkan untuk mengetahui pengaruh jangka panjang dalam kegiatan ekspor, maka perlu dimasukkan perubah lag yaitu volume ekspor tahun

sebelumnya (X_{t-1}). Sehingga secara keseluruhan fungsi ekspor dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$X_t = f(PD_{t-1}, A_t, T_t, PD_t, Y_t, S_t, ER_t, PX_t, X_{t-1})$$

2.7. Variabel Bebas

Dalam sub bab ini akan dibahas mengenai variable-variabel bebas antara lain produksi, harga, nilai tukar, daya saing ekspor, dan produk domestik bruto.

2.7.1. Teori Produksi

Produksi merupakan hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input. Dengan pengertian ini dapat dipahami bahwa kegiatan produksi adalah mengkombinasikan berbagai input atau masukan yang juga disebut faktor-faktor produksi menjadi keluaran (output) sehingga nilai barang tersebut bertambah.

2.7.1.1. Fungsi Produksi

Beberapa faktor produksi atau input yang digunakan akan menghasilkan output (keluaran). Jumlah output juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan. Hubungan antara jumlah penggunaan input dan jumlah output yang dihasilkan, dengan teknologi tertentu, disebut fungsi produksi. Fungsi produksi adalah suatu fungsi atau persamaan yang menunjukkan hubungan antara tingkat (dan kombinasi) penggunaan input dan tingkat output per satuan waktu (Soeratno, 2000 : 82). Pada model ini, hubungan antara input dan output disusun dalam fungsi produksi (*production function*) yang berbentuk (Nicholson, 2002 : 159) :

$$Q = f(K, L, M, \dots)$$

Dimana q mewakili output barang-barang tertentu selama satu periode, K mewakili mesin (yaitu, modal) yang digunakan selama periode tersebut, L mewakili input jam tenaga kerja, dan M mewakili bahan mentah yang digunakan. Bentuk dari notasi ini menunjukkan adanya kemungkinan variabel-variabel lain yang mempengaruhi proses produksi (Nicholson, 2002 : 159).

Kita akan menyederhanakan fungsi produksi dengan mengasumsikan bahwa produksi perusahaan hanya tergantung pada dua input : modal (*Kapital/K*) dan tenaga kerja (*Labour/L*). Dengan demikian kita dapat merumuskan suatu fungsi produksi dalam bentuk (Nicholson, 2002 : 160) :

$$Q = f(K, L)$$

Dalam proses produksi tersebut menurut jangka waktunya dibagi menjadi tiga yaitu fungsi produksi jangka sangat pendek, jangka pendek dan jangka panjang. Dalam jangka sangat pendek bagi seorang produsen, ia tidak bisa mengubah input tenaga kerja maupun input modal. Dengan demikian input tenaga kerja maupun input modal adalah tetap atau given. Dalam proses produksinya menggunakan input tenaga kerja maupun input modal yang jumlahnya tertentu atau tetap, maka output yang dihasilkannya juga tertentu dan tetap. Jangka pendek (*short run*) mengacu pada jangka waktu dengan salah satu faktor atau lebih faktor produksi tidak bisa diubah atau konstan.

Faktor-faktor yang tidak dapat divariasikan selama periode ini disebut dengan masukan tetap (*fixed input*). Faktor modal dianggap sebagai faktor produksi yang tetap dalam arti bahwa jumlahnya tidak berubah dan tidak terpengaruh oleh perubahan volume produksi. Sedangkan dalam jangka pendek

faktor tenaga kerja dianggap sebagai faktor produksi variabel yang penggunaannya berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi. Dalam jangka panjang (*long run*) adalah jumlah waktu yang dibutuhkan untuk membuat semua masukan menjadi variabel (Pindyck and Rubinfeld, 1999 : 134).

2.7.2. Teori Harga

Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibeli. Selain itu, harga suatu produk juga pada dasarnya merupakan rangkuman dari sejumlah informasi yang menyangkut ketersediaan sumberdaya, kemungkinan produksi dan preferensi konsumen. Dalam menunjang kegiatan transaksi perdagangan, informasi harga suatu komoditas merupakan faktor kunci besarnya penawaran dan permintaan.

Apabila suatu negara akan melakukan perdagangan dengan negara lain (ekspor dan impor) maka ada beberapa faktor yang harus diperhatikan. Salah satu diantaranya adalah harga dari barang yang akan diperdagangkan karena harga akan menentukan besar kecilnya jumlah barang yang akan diperdagangkan.

Makin rendah harga suatu barang, makin banyak permintaan terhadap barang tersebut, sebaliknya makin tinggi harga suatu barang makin rendah permintaan terhadap barang tersebut (*ceteris paribus*) (Sadono Sukirno, 2003). Selanjutnya hukum penawaran (*law of supply*) menyebutkan kuantitas barang yang ditawarkan akan meningkat ketika harga barang tersebut meningkat (Mankiw, 2003). Secara teoritis, Anindita (2008) menyebutkan bahwa harga akan mempengaruhi berbagai aspek melalui :

- a. Harga mempengaruhi pembentukan pendapatan.

- b. Harga mempengaruhi kesejahteraan (produsen dan konsumen).
- c. Harga mempengaruhi pendapatan ekspor (*export earning*) karena perdagangan memberlakukan tarif antar negara termasuk berbagai ketentuan WTO (*World Trade Organization*).
- d. Harga menyebabkan fluktuasi pendapatan.
- e. Harga menyebabkan fluktuasi produk pertanian.

2.7.3. Teori Nilai Tukar Mata Uang (*Kurs*)

Nilai tukar mata uang (*kurs*) memainkan peranan sentral dalam hubungan perdagangan internasional, karena perdagangan yang dilakukan antara dua negara mesti memakai dua mata uang yang berbeda misalnya antara negara Indonesia dan Amerika Serikat. Pengimpor Amerika harus membeli Rupiah untuk membeli barang-barang dari Indonesia. Sebaliknya pengimpor Indonesia harus membeli Dolar Amerika untuk menyelesaikan pembayaran terhadap barang yang dibelinya di Amerika. Besarnya jumlah mata uang yang diperlukan untuk memperoleh satu unit valuta asing disebut dengan kurs mata uang asing.

Para ekonom membedakan nilai tukar (*kurs*) menjadi dua yaitu kurs nominal dan kurs riil. Kurs nominal (*nominal exchange rate*) adalah suatu nilai di mana seseorang dapat memperdagangkan mata uang suatu negara dengan mata uang negara lainnya. Sebagai contoh, jika antara Dolar Amerika Serikat dan Yen Jepang adalah 120 yen per Dolar, maka orang Amerika Serikat bisa menukar 1 Dolar untuk 120 Yen di pasar uang. Sebaliknya orang Jepang yang ingin memiliki Dolar akan membayar 120 Yen untuk setiap Dolar yang dibeli. Ketika orang-

orang mengacu pada kurs diantara kedua negara, mereka biasanya mengartikan kurs nominal (Mankiw, 2003).

Kurs riil (*real exchange rate*) adalah nilai di mana seseorang dapat memperdagangkan barang dan jasa dari suatu negara dengan barang dan jasa dari negara lain. Nilai tukar riil adalah nilai tukar nominal yang sudah dikoreksi dengan harga relatif yaitu harga-harga di dalam negeri dibandingkan dengan harga-harga di luar negeri. Nilai tukar dapat dihitung dengan menggunakan rumus di bawah ini :

$$Q = S \frac{P}{P^*}$$

Di mana Q adalah nilai tukar riil, S adalah nilai tukar nominal, P adalah tingkat harga domestik dan P* adalah tingkat harga di luar negeri (Mankiw, 2003). Dalam sistem kurs mengambang, depresiasi atau apresiasi nilai mata uang akan mengakibatkan perubahan ke atas baik ekspor maupun impor. Jika kurs Dolar Amerika Serikat mengalami depresiasi, nilai mata uang dalam negeri melemah dan berarti nilai mata uang asing menguat kursnya (harganya) akan menyebabkan ekspor meningkat dan impor cenderung menurun. Jadi kurs valuta asing mempunyai hubungan yang searah dengan volume ekspor. Apabila nilai kurs Dolar Amerika Serikat meningkat, maka volume ekspor juga akan meningkat (Sadono Sukirno, 2000).

Hal ini juga dijelaskan oleh (Salvatore, 1996) bahwa dalam melakukan transaksi perdagangan antar negara-negara, mereka menggunakan mata uang asing bukan mata uang negaranya. Mereka membutuhkan mata uang standar seperti US\$ untuk bertransaksi. Apabila mata uang domestik terapresiasi terhadap

mata uang asing maka harga impor bagi penduduk domestik menjadi lebih murah, tetapi apabila nilai mata uang domestik terdepresiasi maka nilai mata uang asing menjadi lebih mahal yang mengakibatkan ekspornya bagi pihak luar negeri menjadi lebih murah.

2.7.4. Teori Daya Saing

Konsep daya saing berawal dari konsep keunggulan komparatif oleh David Ricardo. Daya saing dapat dilihat dari tiga tingkatan berbeda, yaitu : negara, industri dan tingkat perusahaan. Daya saing atau *competitiveness* berasal dari bahasa latin yaitu *competer* yang berarti keterlibatan dalam persaingan bisnis dalam sebuah pasar yang menggambarkan kekuatan ekonomi suatu negara (Ambastha, 2004). Daya saing merupakan kemampuan perusahaan, industri, daerah, negara atau antar daerah untuk menghasilkan faktor pendapatan dan faktor pekerjaan yang relatif tinggi dan berkesinambungan untuk menghadapi persaingan internasional.

Menurut (Simanjuntak, 1992), daya saing merupakan kemampuan suatu produsen untuk memproduksi suatu komoditi dengan biaya yang cukup rendah sehingga pada harga-harga yang terjadi di pasar internasional kegiatan produksi tersebut menguntungkan.

Menurut (Tambunan, 2004) menjabarkan bahwa terdapat tiga metode dalam menilai daya saing yaitu yang pertama melalui *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Metode ini menjelaskan apabila ekspor suatu negara atas suatu jenis barang yang merupakan persentase dari jumlah ekspor manufaktur negara tersebut lebih tinggi dari pada pangsa ekspor barang yang sama atas jumlah

ekspor dunia, maka negara ini memiliki keunggulan komparatif atas produksi dan ekspor barang tersebut. Metode kedua yaitu *Indeks Spesialisasi Perdagangan* (ISP), dimana indeks ini dapat digunakan untuk mengetahui apakah untuk suatu jenis produk negara tersebut dapat menjadi eksportir atau importir dan memantau produk negara tersebut mengalami kejenuhan atau pertumbuhan. Metode ketiga adalah *Acceleration Ratio* (AR) yang menunjukkan apakah suatu negara dapat merebut pasar di luar negeri atau posisinya semakin lemah di pasar ekspor.

2.7.4.1. Revealed Comparative Advantage (RCA)

Basri dan Munandar, 2010 memaparkan bahwa metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) pertama kali diperkenalkan oleh Bela Balassa pada tahun 1965. Bela Balassa mengajukan postulasi tentang perdagangan internasional yang didasarkan kepada nisbah atau rasio ekspor impor. RCA telah digunakan secara luas dalam penelitian empiris, bahkan merupakan konsep sentral dalam teori perdagangan internasional. Balance et. al. menyatakan adanya keterkaitan antar keunggulan komparatif dan RCA, yaitu :

Keadaan tersebut dimana *economic condition* (EC) di berbagai negara yang melakukan perdagangan menentukan *comparative advantage* (CA) secara internasional. Pola inilah yang mengatur pola dari perdagangan, produksi dan konsumsi internasional antar negara (TPC). TPC mendasari perbandingan keuntungan atau RCA (Erkan dan Saricoban, 2014). Tambunan dalam Emawati dan Saptia (2013) menjabarkan bahwa RCA merupakan indeks yang menjelaskan perbandingan antar pangsa pasar suatu produk dalam ekspor total suatu negara dengan pasar ekspor produk yang sama dalam ekspor total suatu negara dengan

pasar ekspor produk yang sama dalam total ekspor dunia. Indeks RCA yang memiliki nilai sama atau lebih dari satu (1) mempunyai arti bahwa negara tersebut memiliki daya saing suatu produk di atas rata-rata dunia dan apabila indeks RCA tersebut menunjukkan nilai kurang dari satu (1) maka daya saing suatu peoduk dari negara tersebut di bawah rata-rata dunia.

Analisis keunggulan komparatif dengan menggunakan indeks RCA untuk mengetahui daya saing komoditas teh Indonesia pada pasar Internasional dengan melihat nilai ekspor secara komparatif. Indeks RCA dirumuskan sebagaiberikut :

$$RCA = \frac{X_i / (\text{total } X_{im})}{X_w / (\text{total } X_{wm})}$$

Keterangan : X_i = Nilai ekspor komoditas teh dari negara i (US\$).

X_{im} = Nilai ekspor total dari negara i (US\$).

X_w = Nilai ekspor komoditas teh dunia (US\$).

X_{wm} = Nilai ekspor total dunia (US\$).

I = Negara Indonesia dan Negara pembanding.

Kriteria :

- 1) $RCA > 1$, maka negara tersebut memiliki keunggulan komparatif dalam komoditas teh dan berdaya saing kuat.
- 2) $RCA < 1$, maka negara tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif dalam komoditas teh dan berdaya lemah.

2.7.4.2.Constant Market Share Analysis (CMSA)

Constant Market Share Analysis (CMSA) pertama kali diterapkan pada studi perdagangan internasional oleh Tyszynski pada 1951. CMSA merupakan alat analisis yang digunakan untuk menganalisis pola dan tren perdagangan untuk

tujuan perumusan kebijakan perekonomian. Teknik analisis ini dimaksudkan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mendasari kinerja ekspor yang kompetitif dari suatu negara (Esfahani, 2006). Menurut Basri dan Munandar (2010), pertumbuhan ekspor suatu negara yang dibandingkan dengan pertumbuhan ekspor dunia bisa meningkat lebih cepat atau lebih lambat oleh tiga sumber yaitu :

1. Efek komposisi komoditas, dimana ekspor dapat terkonsentrasi pada komoditas-komoditas yang permintaannya relatif elastis atau inelastis terhadap pendapatan.
2. Efek distribusi pasar, dimana ekspor dapat terarah ke pasar-pasar yang berkembang lebih pesat atau lebih lambat dibandingkan dengan rata-rata dunia.
3. Efek daya saing, dimana ekspor dapat lebih atau kurang bersaing dengan negara-negara pengekspor lain, baik karena pertumbuhan produktifitasnya lebih tinggi atau lebih rendah dan dapat terjadi karena *under* atau *overvaluation* mata uang domestik.

CMSA memiliki beberapa keunggulan yaitu dapat mendekomposisikan sumber-sumber pertumbuhan ekspor serta dapat menangkap lebih cermat potensi daya saing suatu komoditas.

2.7.5. Produk Domestik Bruto (PDB)

Menurut Lipsey (1995), Gross Domestic Product (GDP) atau disebut juga dengan Produk Domestik Bruto (PDB) adalah pendapatan nasional yang diukur dari sisi pengeluaran yaitu jumlah pengeluaran konsumsi, investasi, pengeluaran pemerintah dan ekspor-impor. GDP dikategorikan menjadi dua, yaitu GDP

nominal dan GDP riil. Dikatakan GDP nominal, apabila GDP total yang dinilai pada harga-harga sekarang. Sedangkan GDP yang dinilai pada harga periode dasarnya disebut GDP riil, sering disebut sebagai pendapatan nasional riil.

Menurut Samuelson (2002), PDB adalah jumlah output total yang dihasilkan dalam batas wilayah suatu negara dalam satu tahun. PDB mengukur nilai barang dan jasa yang di produksi di wilayah suatu negara tanpa membedakan kewarga negaraan pada suatu periode waktu tertentu. Dengan demikian warga negara yang bekerja di negara lain, pendapatannya tidak dimasukkan ke dalam PDB.

Sadono Sukirno (2008) mendefinisikan PDB sebagai nilai barang dan jasa dalam suatu negara yang diproduksi oleh faktor-faktor produksi milik warga negara tersebut dan warga negara asing. Secara umum PDB dapat diartikan sebagai nilai akhir barang-barang dan jasa yang diproduksi di dalam suatu negara selama periode tertentu (biasanya satu tahun). Pendapatan nasional dapat dihitung berdasarkan dua harga yang telah ditetapkan pasar, yaitu PDB harga berlaku dan PDB harga konstan. Pendapatan nasional pada harga berlaku adalah nilai barang-barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu negara dalam periode tertentu menurut/berdasarkan harga yang berlaku pada periode tersebut. Pendapatan nasional pada harga konstan adalah nilai barang-barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu negara dalam periode tertentu, berdasarkan harga yang berlaku pada suatu tahun tertentu yang dipakai dasar untuk dipergunakan seterusnya dalam menilai barang-barang dan jasa yang dihasilkan pada periode/tahun berikutnya.

Nicholson (1998) menyatakan ketika pendapatan total seseorang meningkat, dengan asumsi harga-harga tidak berubah (*ceteris paribus*), kita mungkin mengharapkan kuantitas yang dibeli untuk setiap barang juga akan meningkat. Barang-barang yang mengikuti kecenderungan demikian disebut barang-barang normal (*normal good*). Sebagian besar barang merupakan barang normal, jika pendapatan meningkat, dalam prakteknya orang cenderung untuk membeli lebih banyak barang. Permintaan barang-barang mewah (*luxury*) akan meningkat lebih cepat jika pendapatan naik, tetapi permintaan barang untuk keperluan sehari-hari (*necessity*) akan meningkat lebih lambat. Selain itu Nicholson (1998) juga menyebutkan barang-barang inferior, yang sifatnya apabila pendapatan seseorang meningkat maka individu akan mengurangi konsumsinya. Jadi apabila pendapatan seseorang meningkat maka akan mengalihkan konsumsinya pada barang yang lebih mahal.

Demikian pula permintaan ekspor komoditas pertanian juga akan dipengaruhi oleh GDP riil dari negara tujuan, maka terdapat korelasi positif antara PDB negara tujuan ekspor Indonesia dengan permintaan produk impornya, demikian sebaliknya. Peningkatan impor sebagai akibat meningkatnya PDB negara importir dapat terlihat dari dua mekanisme sebagai berikut (Herlambang, 2001) :

1. Kenaikan PDB negara importir menyebabkan meningkatnya investasi. Peningkatan investasi menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan barang impor antara lain barang-barang modal dan bahan baku sebagai input dalam proses produksi yang ditawarkan (*supply*) oleh negara lain.

2. Kenaikan PDB negara importir menyebabkan meningkatnya kebutuhan produk final (*final product*) karena tidak semua dipenuhi oleh produksi dalam negeri.

2.8. Penelitian Terdahulu

Dalam pembahasan mengenai ekspor terhadap suatu negara terdapat banyak hasil penelitian empiris yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya sehingga dapat menjadi referensi. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan referensi oleh penulis.

- 1) Penelitian yang dilakukan oleh Mirwan Junaidi tentang “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran Ekspor Teh”. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah produksi teh, harga teh domestik, harga ekspor teh, nilai tukar rupiah terhadap dollar AS, dan kondisi perekonomian pra dan pasca krisis (Dummy Variabel).

Analisis dan metode yang digunakan adalah Error Correction Model (ECM). Dari hasil penelitian dalam jangka panjang variabel bebas yang berpengaruh nyata terhadap variabel terikat adalah pertumbuhan produksi, pertumbuhan nilai tukar, dan kondisi perekonomian pra dan pasca krisis (dummy).

- 2) Penelitian yang dilakukan oleh Deasy Hollylucia tentang “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Teh Indonesia”. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah volume ekspor teh Indonesia, luas

lahan perkebunan teh, produksi teh, harga teh domestik, harga teh luar negeri, dan nilai tukar rupiah terhadap dollar.

Analisis dan metode yang digunakan adalah Error Correction Model (ECM). Dari hasil regresi model ekspor teh Indonesia, pada jangka panjang, maupun jangka pendek variabel-variabel yang mempengaruhi secara signifikan terhadap volume ekspor adalah harga ekspor, harga teh domestik, dan nilai tukar rupiah terhadap dollar.

- 3) Penelitian yang dilakukan oleh Nissar A. Baruan dan Mukta Majumder tentang “The Global Tea Market and India`s Tea Eksport”. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah ekspor teh di India dan pasar teh dunia.

Analisis dan metode yang digunakan adalah Korelasi. Dari hasil penelitian diketahui adanya peluasan ekspor teh dunia tidak berpengaruh terhadap volume ekspor teh India. Hal itu dikarenakan adanya penurunan pangsa pasar teh India di kanca Internasional.

- 4) Penelitian yang dilakukan oleh Made Hardi Satryana dan Ni Luh Karmini tentang “Analisis Daya Saing Teh Indonesia di Pasar Asean”. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat daya saing ekspor komoditi teh dan pangsa pasar ekspor teh.

Analisis dan metode yang digunakan adalah revealed comparative advantage dan constant market shared analysis. Dari hasil penelitian diketahui rata-rata nilai RCA ekspor teh Indonesia dari tahun 2004-2013 menunjukkan nilai $2,184 \geq 1$ memiliki arti bahwa daya saing ekspor teh

Indonesia ke pasar ASEAN periode tahun 2004-2013 kuat. Namun Vietnam memiliki daya saing lebih kuat dibandingkan negara pesaingnya yaitu 2,892.

2.9. Kerangka Pemikiran

Teh merupakan salah satu komoditas unggulan ekspor Indonesia dari sektor pertanian, karena sebagian besar produksi teh Indonesia ditujukan untuk pasar ekspor. Akan tetapi dari beberapa periode ekspor teh mengalami permasalahan yaitu fluktuatifnya permintaan dan penawaran ekspor teh Indonesia ke pasar Internasional. Dalam beberapa tahun terakhir ini produksi teh Indonesia berfluktuasi sehingga Indonesia banyak kehilangan pangsa pasar di negara-negara yang menjadi tujuan ekspornya. Hal ini terlihat dari pangsa pasar ekspor teh Indonesia yang mengalami penurunan. Dari segi harga teh Indonesia belum bisa dikatakan stabil karena teh dari Indonesia hanya sebagai teh pencampur dan bisa diganti dengan teh yang lain. Ketidak stabilan harga teh Indonesia juga dipengaruhi kualitas teh Indonesia. Dari segi nilai tukar IDR/RUB belum bisa dikatakan stabil karena nilai tukar selalu berubah-ubah secara cepat. Ketidak stabilan nilai tukar mengakibatkan permintaan teh dari Indonesia tidak menentu. Dari segi daya saing ekspor teh. Indonesia sangat terpengaruh dengan ekspor teh negara lain, apabila ekspor teh negara lain meningkat maka permintaan ekspor teh dari Indonesia bisa menurun dan sebaliknya, sedangkan dari segi PDB apabila PDB negara importir meningkat diharapkan permintaan ekspor teh dari Indonesia ikut meningkat dan begitupun sebaliknya.

Hubungan-hubungan antar variabel penelitian adalah sebagai berikut :

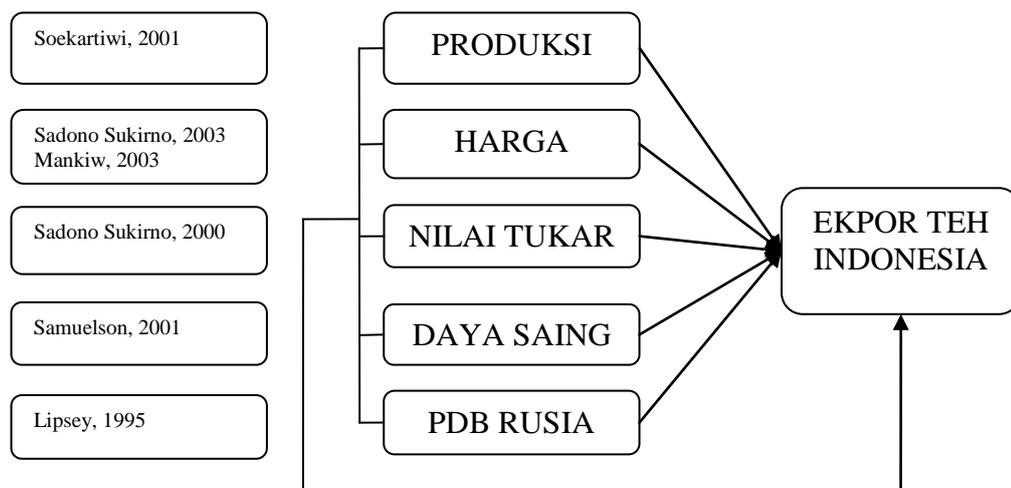
- A. Pengaruh produksi teh Indonesia terhadap ekspor teh Indonesia ke Rusia.
Menurut (Soekartiwi, 2001), menyatakan bahwa adanya surplus produksi yang dihasilkan oleh negara dapat mendorong terjadinya ekspor. Dalam penelitian ini, apabila produksi teh yang dihasilkan Indonesia surplus, maka komodi teh akan diekspor ke pasar internasional termasuk ke negara Rusia.
- B. Pengaruh harga teh Indonesia terhadap ekspor teh Indonesia ke Rusia.
Secara teori makin rendah harga suatu barang, makin banyak permintaan terhadap barang tersebut, sebaliknya makin tinggi harga suatu barang makin rendah permintaan terhadap barang tersebut (*ceteris paribus*) (Sadono Sukirno, 2003). Selanjutnya hukum penawaran (*law of supply*) menyebutkan kuantitas barang yang ditawarkan akan meningkat ketika harga barang tersebut meningkat (Mankiw, 2003). Harga adalah salah satu kunci terpenting dalam perdagangan Internasional, harga dapat ikut menentukan permintaan suatu komoditas, apakah akan tinggi atau rendah. Dalam penelitian ini, apabila harga teh Indonesia tinggi maka tingkat permintaan ekspor ke Rusia akan menurun. Dan sebaliknya. Dengan kata lain, fenomena ini dapat dihipotesiskan bahwa harga teh Indonesia memiliki pengaruh positif terhadap ekspor teh Indonesia ke Rusia.
- C. Pengaruh nilai tukar terhadap ekspor teh Indonesia ke Rusia.
Dalam sistem kurs mengambang, depresiasi atau apresiasi nilai mata uang akan mengakibatkan perubahan ke atas baik ekspor maupun impor. Jika

kurs Dolar Amerika Serikat mengalami depresiasi, nilai mata uang dalam negeri melemah dan berarti nilai mata uang asing menguat kursnya (harganya) akan menyebabkan ekspor meningkat dan impor cenderung menurun. Jadi kurs valuta asing mempunyai hubungan yang searah dengan ekspor. Apabila nilai kurs Dolar Amerika Serikat meningkat, maka ekspor juga akan meningkat (Sadono Sukirno, 2000). Dalam penelitian ini, maka lemahnya rupiah terhadap rubel Rusia akan meningkatkan daya beli mata uang rubel Rusia terhadap produk dari Indonesia, termasuk teh Indonesia. Sehingga dapat dihipotesiskan bahwa melemahnya nilai rupiah terhadap rubel Rusia akan meningkatkan ekspor teh Indonesia yang dilakukan oleh Rusia.

- D. Pengaruh daya saing ekspor teh terhadap ekspor teh Indonesia ke Rusia.
- Menurut (Simanjuntak, 1992), daya saing merupakan kemampuan suatu produsen untuk memproduksi suatu komoditi dengan biaya yang cukup rendah sehingga pada harga-harga yang terjadi di pasar Internasional kegiatan produksi tersebut menguntungkan. Dalam penelitian ini, apabila harga yang ditawarkan Indonesia dalam komoditi teh cukup rendah dan kualitas teh yang ditawarkan baik, maka daya saing ekspor dengan negara lain bukan menjadi penghambat meningkatnya ekspor teh Indonesia ke Rusia.
- E. Pengaruh produk domestik bruto Rusia terhadap ekspor teh Indonesia ke Rusia.

Menurut (Lipsey, 1995), Gross Domestic Product (GDP) atau disebut jugadengan Produk Domestik Bruto (PDB) adalah pendapatan nasional yang diukur dari sisi pengeluaran yaitu jumlah pengeluaran konsumsi, investasi, pengeluaran pemerintah dan ekspor-impor. Cara lain untuk melihat GDP adalah sebagai pengeluaran total atas output barang dan jasa perekonomian. Berdasarkan uraian tersebut karena PDB mencerminkan pengeluaran total nasional atas output barang dan jasa maka semakin besar PDB semakin besar juga pengeluaran total nasional atas output barang dan jasa, diharapkan dengan semakin besar PDB negara Rusia akan semakin besar pula pengeluaran total nasional negara tersebut untuk pembelian teh dari Indonesia.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis mengkaji perkembangan produksi dan ekspor komoditi teh Indonesia, menganalisis struktur pasar teh yang dihadapi Indonesia dalam perdagangan Internasional serta menganalisis posisi daya saing ekspor komoditi teh Indonesiadi pasar Internasional, faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran ekspor teh Indonesia. Dalam penelitian ini variable yang akan dianalisis adalah produksi, harga, nilai tukar, daya saing ekspor dan produk domestik bruto negara importir. Kerangka pemikiran ini dapat dilihat pada gambar 2.8.



Gambar 2.8
Paradigma Pemikiran

2.10. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah serta uraian kerangka teoritis di atas maka dalam penelitian ini dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

1. Produksi teh Indonesia berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor teh Indonesia ke Rusia.
2. Harga teh Indonesia berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor teh Indonesia ke Rusia.
3. Nilai tukar negara importir berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ekspor teh Indonesia ke Rusia.
4. Daya saing ekspor teh Sri Lanka berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor teh Indonesia ke Rusia.
5. Produk domestik bruto negara importir berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor teh Indonesia ke Rusia.