

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam perekonomian global perdagangan internasional merupakan salah satu cara sebuah negara untuk meningkatkan perekonomian. Dalam sebuah negara akan ada proses dimana sumber daya alam dari negaranya diolah atau diproduksi menjadi sebuah komoditas yang dapat dikomersialkan. Dalam proses produksi tersebut terkadang sebuah negara mengalami kelebihan output produksi. Hal inilah yang sering dimanfaatkan oleh sebuah negara untuk menyalurkan kelebihan output produksinya ke negara lain. Penyaluran kelebihan produksi ke luar negeri ini dinamakan ekspor. Hasil dari sebuah ekspor negara adalah berupa devisa yang dapat dipergunakan untuk membiayai impor dan negara lain sehingga kebutuhan negara tersebut dapat terpenuhi tanpa harus memproduksi seluruh kebutuhan yang dibutuhkan negara itu sendiri. Jika nilai ekspor sebuah negara terhitung tinggi maka semakin baik pula pendapatan sebuah negara.

Salah satu komoditas yang menjadi andalan ekspor dari subsektor manufaktur Indonesia adalah alas kaki. Alas kaki atau kasut adalah produk seperti sepatu dan sandal yang dipakai untuk melindungi telapak kaki. Alas kaki melindungi kaki agar tidak cedera dari kondisi lingkungan seperti permukaan tanah yang berbatu – batu, berair, udara panas, maupun dingin. Alas kaki membuat kaki tetap bersih, melindungi dari cedera sewaktu bekerja, dan sebagai

gaya busana. Sepatu dibuat oleh pengrajin sepatu atau tukang sepatu, sedangkan ahli memperbaiki sepatu disebut tukang sol sepatu. Bahan – bahan untuk alas kaki di antaranya adalah kayu, plastik, karet, kulit, tekstil, dan serat tanaman. Alas kaki seperti sepasang sandal bisa dibuat pengrajin hanya dengan menggunakan peralatan sederhana seperti pisau, jarum, dan benang.

Industri alas kaki Indonesia tumbuh seiring dengan perkembangan ekonomi Indonesia yang terjadi pada awal 1980-an. Industri alas kaki tumbuh stabil tahun demi tahun namun secara sektoral industri alas kaki belum menunjukkan kinerja yang menggembirakan. Dari perspektif skala usaha, hanya industri berskala besar yang mampu bertumbuh secara signifikan. Namun, sejak awal tahun 1990-an, industri alas kaki Indonesia tumbuh cepat seiring dengan masuknya investor asing yang khusus memproduksi alas kaki tujuan ekspor. Perkembangan industri yang terjadi sangat cepat ini juga didukung oleh upaya pemerintah yang terus berupaya menjaga situasi politik dan keamanan dalam negeri tetap kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya industri alas kaki.

Pada tahun 2000 di era reformasi, industri alas kaki mengalami perbaikan. Jika dahulu kegiatan ekspor menjadi yang utama, maka pada tahun tersebut permintaan domestik yang menjadi tumpuan. APRISINDO (Asosiasi Persepatuan Indonesia) dan pemerintah turut serta bekerja sama untuk membantu industri ini agar dapat lebih berkembang lagi. Salah satu bentuk dukungan tersebut adalah dengan mengadakan program “Kembali ke Sekolah” yang membuat respon permintaan pasar terhadap sepatu, sandal, tas, alat tulis, dan lain – lain meningkat drastis dikala liburan untuk persiapan murid – murid memasuki tahun ajaran baru.

Hasilnya pertumbuhan industri alas kaki dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Dari data Kementerian Perdagangan Indonesia penjualan alas kaki pada tahun 2011 mencapai Rp 24 triliun hingga Rp 25 triliun dan diperkirakan akan terus berkembang pada tahun 2012. Pada tahun 2014 pelaku industri alas kaki nasional saat ini berjumlah 394 perusahaan dengan investasi yang telah digelontorkan mencapai Rp 11,3 triliun dan menyerap 643 ribu tenaga kerja. Tidak hanya dari investasi dan produksi, industri alas kaki juga memberikan devisa yang sangat besar bagi negara.

Komoditas alas kaki kini dapat dikatakan tidak lagi menjadi menjadi barang kebutuhan inferior melainkan komoditas ini dapat menjadi barang kebutuhan superior. Seperti halnya busana, alas kaki kini telah memiliki beragam model fashion yang beredar di pasar. Tidak hanya model fashion alas kaki wanita saja yang kini memiliki banyak model, melainkan alas kaki untuk pria kini juga berkembang menjadi banyak model seperti model sepatu boots, pantofel, sneakers, loafers dan derby.

Alas kaki kini dapat dikatakan sebagai barang superior dapat dilihat dari kenyataan dalam sebuah pasar. Semakin seorang individu mengalami peningkatan pendapatan, maka seorang individu tersebut akan mencari kualitas bahkan merk alas kaki yang lebih bagus atau lebih mewah dari pada alas kaki yang telah dimilikinya demi menunjang penampilan serta memenuhi prestige pada lingkungan sosialnya. Selain itu setiap tahun model alas kaki di Indonesia juga selalu berganti, mendorong seorang individu berlomba – lomba mengikuti fashion dengan menggunakan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhannya.

Dalam beberapa waktu terakhir ini alas kaki juga menjadi sebuah barang mewah yang dapat menjadi investasi bagi seseorang. Beberapa merk terkenal alas kaki yang harganya spektakuler di pasaran dapat dijual kembali dengan harga yang lumayan tinggi pula. Banyak pula merk yang kita kenal sebagai merk luar negeri ternyata bahan pembuat alas kakinya di ambil dari Indonesia serta proses produksinya dilakukan di Indonesia.

Dari perkembangan model fashion tersebut itulah alas kaki Indonesia memiliki kesempatan untuk lebih mengembangkan pangsa pasarnya. Komoditi alas kaki memiliki peluang untuk berkembang di masa depan mengingat komoditi alas kaki ini merupakan industri padat karya yang sesuai dengan sumber daya manusia yang besar yang tersedia di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan pencapaian Indonesia sebagai negara terbesar ke-7 sebagai pengeksportir komoditas alas kaki:

Tabel 1.1
Top 10 Eksportir Alas Kaki (Footwear) di Dunia Tahun 2013

Peringkat	Negara	Nilai Ekspor (USD)	Pangsa Pasar (%)
1	China	46.811.268.181	41,1
2	Italy	10.835.142.363	9,51
3	Vietnam	7.515.320.994	6,59
4	China, Hongkong SAR	5.182.028.638	4,55
5	Germany	4.625.539.242	4,06
6	Belgium	4.306.439.742	3,78
7	Indonesia	3.524.592.216	3,09
8	Netherland	3.046.148.310	2,67
9	Spain	2.771.994.064	2,43
10	France	2.636.232.626	2,31

Sumber: UN COMTRADE

Menurut catatan Un Contrade pada tabel 1.1, Indonesia menduduki peringkat 7 dari 10 eksportir alas kaki terbaik di dunia, menguasai pasar alas kaki dunia dengan presentase sebesar 3,09 persen, sedangkan negara dari Asia yang berada di 10 negara eksportir terbesar di dunia masih berada di atas Indonesia dengan penguasaan pasar masing – masing, Vietnam sebesar 6,59 persen dan China 41,1 persen. Eropa juga menjadi pesaing Indonesia khususnya Italy dengan tingkat pangsa pasar sebesar 9,51 persen. Hal ini tentunya juga diharapkan agar komoditi alas kaki dapat berperan besar untuk mengatasi permasalahan defisit neraca anggaran perdagangan.

Industri alas kaki merupakan salah satu industri yang menjanjikan di masa yang akan datang bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia, karena industri ini adalah salah satu industri yang menjadi unggulan Indonesia. Setelah pemerintah kita menggalakkan ekspor dalam sektor non migas maka industri alas kaki merupakan salah satu industri manufaktur potensial dibandingkan industri manufaktur lainnya. Industri alas kaki merupakan salah satu industri yang menjanjikan dari berbagai komoditi lainnya dalam fenomena perekonomian saat ini. Produksi industri alas kaki berada dalam 10 industri produksi terbanyak di Indonesia, sedangkan produksi industri terbanyak yaitu industri peralatan listrik, sedangkan industri kulit dan alas kaki berada di peringkat ke – 7. Berikut data indeks produksi industri besar dan sedang tahun 2013-1016:

Tabel 1.2

Indeks Produksi Industri Besar Dan Sedang Tahun 2013-2016

No	Uraian	2013	2014	2015	2016
1	Industri peralatan listrik	142,33	156,33	155,55	144,10
2	Industri kendaraan bermotor, trailer dan bukan trailer	139,15	145,02	152,61	152,82
3	Industri barang logam, bukan mesin dan peralatannya	135,69	140,08	153,21	153,38
4	Industri farmasi, produk obat kimia dan obat tradisional	135,19	148,60	167,53	181,57
5	Industri makanan	133,15	147,13	157,28	166,97
6	Industri barang galian bukan logam	129,43	134,07	143,50	151,83
7	Industri kulit, barang dari kulit dan alas kaki	124,53	132,27	137,01	148,21

Sumber: Badan Pusat Statistik

Seiring dengan perkembangan zaman, dimana era perdagangan bebas lebih mengisyaratkan kemunculan liberalisasi khususnya dibidang ekonomi oleh para aktor negara, sehingga menuntut pemerintah Indonesia dalam hal ini Departemen perindustrian yang mempunyai otoritas untuk memberikan kontribusi terhadap perkembangan industri dan perdagangan dalam hal ini khususnya Alas kaki agar dapat eksis menghadapi pasar bebas dan mampu berkompetisi di era perdagangan bebas.

Dengan adanya perdagangan bebas, bagi negara maju adalah merupakan lahan baru untuk memperbesar daya jangkauan pasar serta meningkatkan keuntungan di berbagai aspek. Sementara bagi negara-negara berkembang perdagangan bebas merupakan tantangan baru yang harus dihadapi dan sekaligus sebagai ancaman bagi eksistensi mereka dan bagaimanapun mereka (negara berkembang) harus mampu bersaing dengan negara lain khususnya negara maju

yang sudah mapan dalam segi ekonominya. Pemerintah telah menetapkan industri alas kaki sebagai industri prioritas, pemerintah mengapresiasi pelaku industri alas kaki yang terus berekspansi usaha sehingga membuka lapangan kerja baru dan berkontribusi pada penyebaran industri ke daerah. Pemerintah akan berupaya mengendalikan impor dan pengamanan pasar dalam negeri dalam rangka pengembangan industri alas kaki.

Indonesia memproduksi banyak ragam alas kaki. Tingkat produksi domestik diperkirakan mencapai lebih dari 135 juta pasang dengan jumlah pekerja manufaktur alas kaki lebih dari 450 ribu orang. Nilai ekspor nya terus bertumbuh dari USD 1.7 miliar pada 2009 menjadi USD 3.86 miliar pada 2013 lalu. Termasuk dalam ekspor ini adalah jenis-jenis seperti sepatu kasual, sepatu resmi, sepatu olahraga dan bahkan sepatu boot. Adapun tujuan ekspor utamanya adalah Amerika Serikat, Uni Eropa dan Jepang.



Sumber: Kementerian Perindustrian

Gambar 1.1

Perkembangan Ekspor Alas Kaki Indonesia Tahun 2009 - 2013

Masalah dalam ekspor alas kaki Indonesia adalah bahwa Indonesia perlu mengimpor beberapa bahan baku (kulit dan karet) untuk produksi sepatu. Meskipun sebuah produsen [karet](#) utama, Indonesia masih perlu mengimpor bahan karet untuk pembuatan sepatu karena negara ini tidak memiliki fasilitas pengolahan dalam negeri yang memadai.

Industri alas kaki Indonesia telah memenuhi 3% kebutuhan alas kaki dunia. Indonesia memiliki pasokan kulit sapi Jawa yang berkualitas tinggi yang meningkatkan daya tarik industri alas kaki Indonesia. Pasar utama ekspor Indonesia adalah Amerika Serikat, Eropa, dan Jepang. Di bidang organisasi, Asosiasi Pengusaha Sepatu Indonesia (APRISINDO) bertujuan memperbaiki dan melindungi citra industri alas kaki Indonesia dan meningkatkan daya saingnya.

Memasuki era globalisasi yang semakin berkembang dewasa ini, adanya liberalisasi perdagangan tentu membuka peluang yang cukup besar bagi Indonesia untuk meningkatkan kegiatan ekspornya sedikitnya terdapat beberapa negara yang menjadi pasar utama dalam kegiatan ekspor alas kaki Indonesia antara lain, Amerika Serikat, Belanda, Belgia, Jepang, Jerman dan Itali. Namun dari keseluruhan negara tersebut, Amerika Serikat merupakan negara yang menjadi tujuan utama kegiatan ekspor Indonesia, hal ini lebih disebabkan karena besarnya kontribusi dari nilai ekspor alas kaki Indonesia yang cukup tinggi ke negara tersebut dibandingkan nilai ekspor ke negara lainnya. Berikut tabel nilai ekspor alas kaki Indonesia ke berbagai negara tahun 2004 – 2009 :

Tabel 1.3

Nilai Ekspor Alas Kaki Indonesia ke berbagai negara tahun 2004 – 2009

(Juta US\$)

Negara	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Pertumbuhan (%)
Amerika Serikat	468,80	472,21	450,37	384,00	394,01	401,60	26,76
Belanda	78,35	83,30	112,09	99,21	100,265	99,60	5,96
Belgia	90,95	104,15	121,70	146,77	187,86	183,93	8,69
Jepang	73,38	88,34	96,49	83,51	90,23	73,76	5,26
Jerman	77,76	97,11	131,64	156,53	187,07	156,88	8,40
Italy	46,62	59,86	97,43	119,74	139,54	133,81	6,21

Sumber: UN COMTRADE 2010, diolah

Berdasarkan tabel 1.3 besarnya nilai ekspor produk alas kaki khusus untuk negara Amerika Serikat mengalami penurunan dari Tahun 2004 sampai dengan Tahun 2007, namun jumlahnya kembali meningkat pada Tahun 2008 dan 2009. Berdasarkan persentase besarnya nilai ekspor produk alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat dari Tahun 2004 sampai 2009 adalah sebesar 26,76 persen, nilai ini merupakan nilai tertinggi jika dibandingkan ekspor alas kaki Indonesia untuk negara lainnya.

Ekspor alas kaki Indonesia memiliki performa yang baik pada tahun 2015 berkat melemahnya nilai rupiah. Selama tahun 2015 rupiah Indonesia terdepresiasi sekitar 10% terhadap dollar AS, menyiratkan bahwa ekspor Indonesia menjadi lebih menarik di pasar global. Selain itu, produsen sepatu lokal juga menaikkan harga produk mereka dengan adanya peningkatan biaya produksi dikarenakan upah minimum yang lebih tinggi dan impor bahan baku yang lebih

mahal (terutama kulit dan karet) karena rapuhnya nilai rupiah. Memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap perdagangan global, alas kaki Indonesia pada tahun 2016 terus meningkatkan pertumbuhannya hingga 10% apabila rupiah tetap stabil. Hal tersebut diakibatkan ekspor alas kaki Indonesia diambil alih oleh Vietnam yang terus meningkatkan ekspor alas kakinya ke pasar internasional. Indonesia salah satu produsen terbesar sepatu di dunia, sempat menduduki posisi kedua, lalu turun di posisi kelima sebelum naik lagi ke posisi ketiga dan keempat. Dengan tingkat produksi total 2 miliar saat ini, Indonesia dibawah China, Brasil dan Vietnam.

Pengambilan variabel bebas ini di latar belakang oleh adanya keterkaitan dengan variabel yang tidak bebas yaitu ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat. Variabel bebas yang pertama adalah pertumbuhan GDP Amerika Serikat. Untuk melakukan impor alas kaki dari Indonesia, Amerika Serikat menggunakan GDP nasionalnya untuk dapat membeli alas kaki dari Indonesia. GDP merupakan nilai dari total produksi barang dan jasa suatu negara yang dinyatakan sebagai produksi nasional dan nilai total produksi tersebut juga menjadi pendapatan total negara yang bersangkutan atau dengan kata lain produk nasional sama dengan pendapatan nasional. Dengan demikian GDP adalah suatu cerminan akan keadaan perekonomian negara yang bersangkutan. Tabel dibawah ini menunjukkan pertumbuhan GDP Amerika Serikat (%) tahun 2003 – 2007:

Tabel 1.4

Pertumbuhan GDP Amerika Serikat (%) Tahun 2003 – 2007

Tahun	Pertumbuhan GDP Dalam %
2003	2,8%
2004	3,8%
2005	3,3%
2006	2,7%
2007	1,8%

Sumber: World Bank

Dari tabel 1.4 menunjukkan bahwa pendapatan nasional Amerika Serikat pada tahun 2007 mengalami penurunan akibat krisis ekonomi yang dialami Amerika Serikat di tahun sebelumnya. Peningkatan GDP Amerika Serikat secara teori akan menyebabkan peningkatan ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat.

Variabel bebas yang kedua yaitu nilai tukar (kurs). Nilai tukar/kurs adalah harga suatu mata uang terhadap mata uang lainnya, apabila kondisi ekonomi suatu negara mengalami perubahan maka biasanya diikuti oleh perubahan nilai tukar secara substansi. Masalah mata uang muncul saat suatu negara mengadakan transaksi dengan negara lain, dimana masing – masing negara menggunakan mata uang yang berbeda. Jadi nilai tukar mata uang (kurs) memainkan peranan sentral dalam hubungan perdagangan internasional karena kurs memungkinkan dapat membandingkan harga – harga dan jasa yang dihasilkan oleh suatu negara.

Tabel 1.5

Perkembangan Kurs Rupiah terhadap USD Tahun 2003 – 2007 (Rp/USD)

Tahun	Kurs Rupiah terhadap USD (Rp/USD)	Perkembangan dalam %
2003	8.675	-6,89%
2004	8.661	-0,16%
2005	9.570	10,50%
2006	8.775	-8,33%
2007	8.828	0,60%

Sumber: Bank Indonesia

Dari tabel 1.5 diatas pada tahun 2005 kurs Rupiah terhadap USD melemah menjadi Rp.9.570/\$ dengan perkembangan sebesar 10,50%.

Variabel ketiga yaitu jumlah penduduk Amerika Serikat. Jumlah penduduk merupakan jumlah masyarakat asli yang lahir dan tinggal disebuah negara. Tabel dibawah ini menunjukkan perkembangan jumlah penduduk Amerika Serikat tahun 2003-2007:

Tabel 1.6

Perkembangan Jumlah Penduduk Amerika Serikat Tahun 2003-2007 (Jiwa)

Tahun	Jumlah Penduduk Amerika Serikat (Jiwa)	Perkembangan dalam %
2003	290.107.933	0,87
2004	292.805.298	0,93
2005	295.516.599	0,92
2006	298.379.912	0,98
2007	301.231.207	0,94

Sumber: World Bank

Dari tabel 1.6 diatas menunjukkan jumlah penduduk Amerika Serikat setiap tahunnya mengalami peningkatan, hal tersebut dikarenakan banyaknya imigran yang tinggal di Amerika Serikat.

Variabel bebas yang keempat yaitu harga alas kaki Amerika Serikat. Sebagai negara pengimpor alas kaki terbanyak di dunia, Amerika Serikat banyak menjadi sasaran ekspor bagi para eksportir di dunia salah satunya Indonesia. Tabel dibawah ini menunjukkan perkembangan harga alas kaki Amerika Serikat pada tahun 2003 – 2007:

Tabel 1.7

Perkembangan Harga Alas Kaki Amerika Serikat Tahun 2003-2007

(USD/ton)

Tahun	Harga Alas Kaki Amerika Serikat (USD/ton)	Perkembangan dalam %
2003	230.200	1,45
2004	262.100	13,86
2005	283.000	7,97
2006	301.000	6,36
2007	314.600	4,52

Sumber: Badan Pusat Statistik

Dilihat dari tabel diatas harga alas kaki Amerika Serikat terendah terjadi pada tahun 2003 yaitu sebesar 230.200 dengan perkembangan sebesar 1,45%.

Dan variabel bebas yang kelima yaitu inflasi Vietnam. Inflasi adalah suatu proses meningkatnya harga – harga secara umum dan terus – menerus (*continue*) berkaitan dengan mekanisme pasar yang dapat disebabkan oleh berbagai faktor, antara lain, konsumsi masyarakat yang meningkat. Pada keadaan inflasi, daya

saing untuk barang ekspor berkurang. Berkurangnya daya saing terjadi karena harga barang ekspor semakin mahal. Masih dapat menyulitkan para eksportir dan negara. Tabel dibawah ini menunjukkan perkembangan inflasi Vietnam tahun 2003-2007:

Tabel 1.8

Perkembangan Inflasi Vietnam (%) Tahun 2003 – 2007

Tahun	Perkembangan Inflasi Vietnam (%)
2003	3,2%
2004	7,7%
2005	8,2%
2006	7,3%
2007	8,3%

Sumber: World Bank

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas. Penulis bermaksud meneliti variabel-variabel yang diduga mempengaruhi tingkat ekspor alas kaki Indonesia berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan oleh pemerintah melalui Badan Pusat Statistik dan Informasi Kementerian Perdagangan Indonesia dengan judul: **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Ekspor Alas Kaki Indonesia Di Amerika Serikat Tahun 2002-2015”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka penulis menentukan dalam identifikasi masalah yang akan dibahas adalah bagaimana pertumbuhan GDP Amerika Serikat, nilai tukar, jumlah penduduk Amerika Serikat, harga alas kaki

Amerika Serikat dan inflasi Vietnam terhadap ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat.

Dari uraian diatas maka diperoleh masalah sebagai berikut :

Bagaimana pengaruh pertumbuhan GDP Amerika Serikat, nilai tukar, jumlah penduduk Amerika Serikat, harga alas kaki Amerika Serikat dan inflasi Vietnam terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat baik secara parsial maupun simultan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan GDP Amerika Serikat, nilai tukar, jumlah penduduk Amerika Serikat, harga alas kaki Amerika Serikat dan inflasi Vietnam terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat.

Dari tujuan penelitian di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan GDP Amerika Serikat, nilai tukar, jumlah penduduk Amerika Serikat, harga alas kaki Amerika Serikat dan inflasi Vietnam terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat baik secara parsial maupun simultan.

1.4 Kegunaan penelitian

1.4.1 Kegunaan teoritis/akademis

Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini diharapkan akan memberikan kegunaan secara teoritis dan akademis:

Diharapkan akan memberikan tambahan sumber informasi bagi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan khususnya mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat.

1.4.2 Kegunaan praktis/empiris

Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini diharapkan akan memberikan kegunaan secara praktis atau empiris:

1. Untuk melengkapi program perkuliahan S1, program studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
2. Sebagai salah satu media latihan untuk mengembangkan kemampuan dan keterampilan sesuai disiplin ilmu yang dipelajari.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Teori Permintaan

Permintaan diartikan sebagai suatu hukum yang menjelaskan tentang keinginan atau kesediaan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Faktor – faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang yaitu harga barang itu sendiri, harga barang lain yang terkait, tingkat pendapatan per kapita (daya beli), selera atau kebiasaan, jumlah penduduk, perkiraan harga di masa mendatang, distribusi pendapatan dan usaha – usaha produsen meningkatkan penjualan (Raharja, 2006). Teori mengenai hukum permintaan yang paling sederhana dinyatakan oleh Nicholson (1999), yang berbunyi: “Jika harga suatu barang naik, dalam kondisi *Ceteris Paribus* (faktor – faktor lain dianggap tetap), maka jumlah permintaan barang tersebut akan turun”.

Menurut Sugiarto (2002), pengertian permintaan dapat diartikan sebagai jumlah barang atau jasa yang diminta oleh pasar. Hal ini berasal dari asumsi bahwa setiap manusia memiliki kebutuhan. Karena adanya kebutuhan ini, maka terciptanya permintaan barang pemenuh kebutuhan manusia. Tetapi, apabila ditinjau dari sisi ilmu ekonomi, permintaan itu sendiri didefinisikan sebagai

sebuah fungsi yang menunjukkan kepada skedul tingkat pembelian yang direncanakan.

Permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Akan tetapi, tiap konsumen tidak mempunyai kemampuan yang sama dalam mendapatkan barang dan jasa yang disebut juga daya beli konsumen. Permintaan terhadap barang yang didukung oleh adanya daya beli konsumen disebut permintaan efektif (*effective demand*).

Sedangkan permintaan yang ada pada diri konsumen yang pemenuhannya tidak perlu disegerakan disebut permintaan potensial (*potential demand*). Selain itu juga ada permintaan absolut, yaitu permintaan terhadap barang dan jasa tanpa mempertimbangkan situasi dan kondisi yang ada saat kondisi tersebut muncul, misalnya membayar biaya jasa perawatan dokter pada saat sakit.

Permintaan baru bisa terjadi pada saat konsumen memiliki kebutuhan akan barang tersebut dan juga memiliki daya beli untuk mendapatkan produk tersebut. Permintaan yang didukung oleh kekuatan daya beli dikenal dengan istilah permintaan efektif, sedangkan permintaan yang hanya didasarkan atas kebutuhan saja disebut dengan permintaan potensial. Daya beli konsumen itu sendiri didukung oleh dua faktor mendasar, yaitu pendapatan sang konsumen dan juga harga produk yang dikehendaki, Sugiarto (2002).

Berikut adalah fungsi dari permintaan :

$$D_x = f(P_x, P_y, Y, T, N)$$

Dimana :

D_x = Permintaan akan barang x

P_x = Harga barang x

P_y = Harga barang y

Y = Pendapatan per kapita

T = Selera

N = Jumlah penduduk

D_x adalah variabel tidak bebas, karena besarnya nilai ditentukan oleh variabel lain. P_x , P_y , Y , T dan N adalah variabel bebas karena besar nilainya tidak tergantung besarnya variabel lain. Tanda positif dan negatif menunjukkan pengaruh masing – masing variabel bebas terhadap permintaan akan barang. Hukum permintaan pada hakikatnya menyatakan bahwa makin rendah harga suatu barang, makin banyak permintaan atas barang tersebut. Sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang semakin sedikit permintaan atas barang tersebut (Firdaus, 2008).

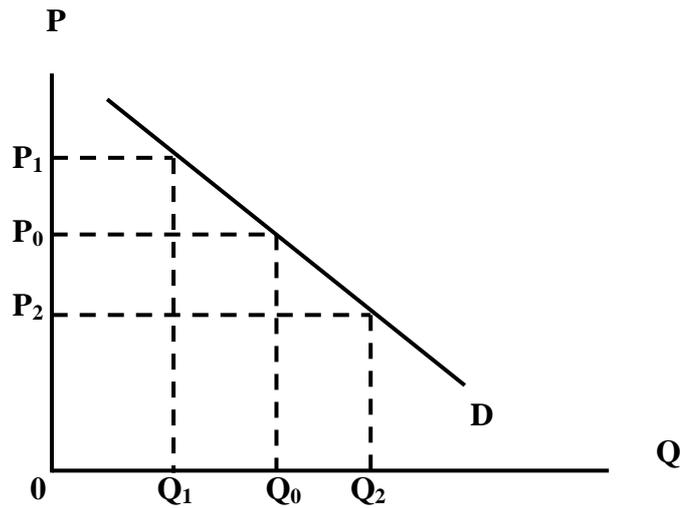
Dengan kata lain permintaan adalah jumlah kualitas, barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen pada kondisi tertentu (pada harga dan kualitas tertentu). Permintaan ini biasanya dilambangkan dengan Q_d . Permintaan akan barang dan jasa diartikan jumlah barang dan jasa yang ingin didapatkan (secara

ekonomis akan dibeli) oleh konsumen hal ini dapat dijelaskan oleh kurva permintaan.

Dalam analisis permintaan paling sederhana dapat digambarkan sebuah kurva yang memuat hubungan antara harga sebuah barang dengan kuantitas yang diminta.

Kurva adalah gambaran atau lukisan dari fungsi. Oleh karena itu, 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. Seperti halnya fungsi permintaan yang dapat berbentuk garis lurus, maka kurva permintaan ini juga bisa berbentuk garis lurus ataupun bukan garis lurus (non linier) seperti parabola, hiperbola dan sebagainya.

Gambar kurva dibawah ini menjelaskan jika harga suatu barang pada P_0 maka jumlah yang diminta adalah Q_0 . Adanya perubahan harga sebesar P_0P_1 mengakibatkan perubahan permintaan sebesar Q_0Q_1 . Demikian sebaliknya, perubahan harga sebesar P_0P_2 mengakibatkan perubahan permintaan sebesar Q_0Q_2 . Sifat dari kurva permintaan ini mempunyai arah kurva (*slope*) yang negatif. Artinya, semakin meningkat harga barang maka jumlah barang yang diminta akan menurun. Sebaliknya bila harga barang turun maka jumlah barang yang diminta akan meningkat.



Gambar 2.1
Kurva Permintaan

Keterangan:

P : Price

Q : Quantity

D : Demand

Faktor yang menjelaskan perubahan jumlah barang yang diminta sebagai akibat dari turunnya harga barang dapat dijelaskan dengan efek substitusi dan efek pendapatan. Efek substitusi adalah perubahan kuantitas suatu barang yang diminta jika ada perubahan harga, sedangkan pendapatan disesuaikan agar tingkat kepuasan konsumen tetap seperti semula. Efek substitusi akan mendorong konsumen untuk membeli lebih banyak barang yang turun harganya. Efek pendapatan adalah perubahan kuantitas barang yang diminta jika terjadi perubahan pendapatan riil. Dengan turunnya harga maka konsumen tidak perlu mengeluarkan uang sebanyak ketika harga barang belum turun untuk membeli dalam jumlah yang sama (Dewi, 2006).

2.1.1.1 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

Ekspor salah satunya dipengaruhi oleh permintaan, karena permintaan sebagai barang yang diminta oleh pasar atau konsumen. Berikut ini adalah faktor – faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan suatu komoditas antara lain (Rochma, 2009):

1. Harga Barang Itu Sendiri

Harga barang menjadi salah satu faktor utama berubahnya jumlah permintaan akan suatu produk. Harga barang itu sendiri memiliki hubungan negatif dengan permintaan, jika harga barang tersebut naik, maka secara teori jumlah permintaan akan barang tersebut akan turun. Sebaliknya, disaat harga barang tersebut turun, maka secara teori jumlah permintaan akan barang tersebut akan naik dengan asumsi faktor lainnya dianggap tetap (*Ceteris Paribus*).

2. Tingkat Pendapatan

Pendapatan dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan suatu barang. Pendapatan memiliki hubungan yang positif terhadap permintaan. Secara teoritis, peningkatan pendapatan akan meningkatkan konsumsi, sehingga permintaan akan suatu barang meningkat. Bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi tidak hanya bertambah kuantitasnya, tetapi kualitasnya juga meningkat.

3. Harga – harga lainnya

Kenaikan harga barang substitusi komoditas tertentu akan menggeser kurva permintaan kekanan yang menunjukkan peningkatan permintaan untuk komoditas tersebut pada setiap tingkat harga. Penurunan harga pada barang komplementer akan menggeser kurva permintaan kekanan yang menunjukkan peningkatan permintaan untuk komoditi tersebut pada setiap tingkat harga.

4. Selera

Perubahan dalam selera yang menguntungkan suatu komoditas menyebabkan pergeseran kurva permintaan kekanan. Artinya, pada tiap tingkat harga akan dibeli jumlah barang yang lebih banyak.

5. Distribusi pendapatan

Perubahan dalam distribusi pendapatan akan menggeser kurva permintaan kekanan yang menunjukkan peningkatan permintaan untuk komoditas yang dibeli oleh mereka yang memperoleh tambahan pendapatan tersebut dan akan menggeser kurva permintaan kekiri yang menunjukkan penurunan permintaan komoditas yang dibeli oleh mereka yang berkurang pendapatnya.

6. Jumlah penduduk

Kenaikan dalam jumlah penduduk akan menggeser kurva permintaan terhadap komoditas tersebut kekanan yang menunjukkan bahwa lebih banyak komoditas yang dibeli pada setiap tingkat harga.

Faktor yang menjelaskan perubahan jumlah barang yang diminta sebagai akibat dari turunnya harga barang dapat dijelaskan dengan efek substitusi dan efek pendapatan. Efek substitusi adalah perubahan kuantitas suatu barang yang diminta jika ada perubahan harga, sedangkan pendapatan disesuaikan agar tingkat kepuasan konsumen tetap seperti semula. Efek substitusi akan mendorong konsumen untuk membeli lebih banyak barang yang turun harganya. Efek pendapatan adalah perubahan kuantitas barang yang diminta jika terjadi perubahan riil. Dengan turunnya harga maka konsumen tidak perlu mengeluarkan uang sebanyak ketika harga barang belum turun untuk membeli dalam jumlah yang sama (Dewi, 2006).

2.1.2 Teori Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional bisa diartikan dengan perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain dengan dasar kesepakatan bersama (Iswanto, 2013). Kegiatan perdagangan yang terjadi antar negara menunjukkan bahwa negara – negara tersebut telah memiliki sistem perekonomian yang terbuka. Keuntungan yang dapat diperoleh suatu negara dalam melakukan perdagangan yaitu keuntungan dari pertukaran komoditas (*gains from exchange*) dan keuntungan dari spesialisasi (*gains from specialization*).

Kegiatan perdagangan internasional atau dapat disebut sebagai kegiatan ekspor dan impor antar negara, dimana suatu negara akan mengimpor barang – barang yang biaya produksinya di dalam negeri relatif lebih besar dibandingkan

dengan barang yang sama di luar negeri dan sebaliknya, suatu negara akan cenderung mengekspor barang yang biaya produksi di dalam negerinya relatif lebih rendah dibandingkan dengan barang yang sama diluar negeri. Oleh sebab itu, suatu negara akan mengalami selisih antara penawaran dan permintaan domestik yang lebih besar sehingga terjadi kelebihan penawaran (*excess supply*) yang dapat diartikan sebagai penawaran ekspor, sedangkan di negara lain akan mengalami kelebihan permintaan (*excess demand*) maka kedua negara tersebut akan melakukan pertukaran (Apridar, 2014).

Perdagangan internasional memainkan peranan penting dalam meningkatkan kesejahteraan dunia. Melalui perdagangan internasional, setiap negara tidak perlu memproduksi semua kebutuhannya, tetapi cukup memproduksi barang yang paling efisien dibanding negara lain.

2.1.3 Teori Keunggulan Mutlak (*Absolute Advantage*)

Teori keunggulan absolut (*absolute advantage*) dibangun oleh Adam Smith. Menurutnya, bahwa suatu negara akan mengekspor komoditas dimana negara tersebut memiliki keunggulan absolut relatif terhadap negara mitra dagangnya. Di sisi lain, negara akan mengimpor komoditas yang memiliki ketidakunggulan absolut (*absolute disadvantage*). Konsekuensinya negara akan berspesialisasi memproduksi barang yang memiliki keunggulan absolut untuk ditukar dengan komoditas yang tidak memiliki keunggulan absolut. Spesialisasi produksi barang dan jasa yang dilakukan oleh suatu negara dengan

mempertimbangkan keunggulan absolut yang dimiliki, akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat negara tersebut (Apridar, 2014).

2.1.4 Teori Keunggulan Komparatif

Kaum klasik yang diwakili oleh David Ricardo, dianggap sebagai pelopor dalam teori perdagangan internasional yang mengacu kepada prinsip keunggulan komparatif. Menurutnya, suatu negara mungkin saja tidak memiliki keunggulan absolut pada semua barang yang diproduksi namun negara tersebut dapat mengekspor komoditas yang memiliki ketidakunggulan absolut yang terkecil (*comparative advantage*) dan mengimpor komoditas yang memiliki ketidakunggulan absolut terbesar (*comparative disadvantage*). Konsekuensi logis dari teori ini adalah negara akan berspesialisasi dalam memproduksi barang yang memiliki keunggulan komparatif. Faktor yang mempengaruhi keunggulan komparatif suatu negara tidak terlepas dari *factor endowment* yang dimiliki negara tersebut (Apridar, 2014).

2.1.5 Teori Heckscher-Ohlin

Teori Modern yang dikembangkan oleh Heckscher-Ohlin (Teori H-O) menyatakan bahwa perdagangan internasional terutama digerakkan oleh perbedaan karunia sumber daya antar negara. Heckscher dan Ohlin menyatakan bahwa keunggulan komparatif yang dimiliki suatu negara terhadap negara lain berasal dari perbedaan kekayaan faktor – faktor produksi, entah itu tenaga kerja ataupun modal. Dalam pandangan H-O, harga barang sangat ditentukan oleh harga input (faktor produksi) yang digunakan. Barang yang dalam produksinya

lebih memerlukan faktor produksi yang relatif melimpah di suatu negara karenanya dapat diproduksi dengan biaya lebih murah daripada barang yang diproduksinya lebih memerlukan faktor produksi yang sulit didapatkan (Arifin, Sjamsul, Dian Ediana Rae dan Charles P.R Joseph, 2007). Temuan utama teori H-O ini yaitu menjelaskan suatu barang cenderung untuk mengekspor barang yang menggunakan lebih banyak faktor produksi yang relatif melimpah di negara tersebut (*factor endowment*) dan dalam waktu yang sama negara tersebut juga akan mengimpor barang yang menggunakan faktor produksi yang relatif langka di negara tersebut.

2.1.6 Teori Keunggulan Kompetitif (Competitif Advantage)

Teori *Diamond* yang dikembangkan oleh Michael E. Porter untuk memahami mengapa (perusahaan-perusahaan) suatu negara mempunyai daya kompetisi yang lebih baik daripada negara lain. Pemahaman tentang teori ini, misalnya, membantu kita untuk mengevaluasi keunggulan dan kerugian kompetitif yang dimiliki perusahaan – perusahaan Indonesia serta merumuskan strategi apa saja diperlukan untuk memperbaiki daya kompetisi tersebut (Arifi, Sjamsul, Dian Ediana Rae dan Charles P.R Joseph, 2007).

2.1.7 Pengertian Alas Kaki

Alas kaki atau kasut adalah produk seperti [sepatu](#) dan [sandal](#) yang dipakai untuk melindungi [kaki](#) terutama bagian [telapak kaki](#). Alas kaki melindungi kaki agar tidak cedera dari kondisi lingkungan seperti permukaan tanah yang berbatu-batu, berair, udara panas, maupun dingin. Alas kaki membuat kaki tetap bersih,

melindungi dari [cedera](#) sewaktu bekerja, dan sebagai gaya busana. Sepatu dibuat oleh pengrajin sepatu atau tukang sepatu, sedangkan ahli memperbaiki sepatu disebut tukang sol sepatu. Bahan-bahan untuk alas kaki di antaranya adalah [kayu](#), [plastik](#), [karet](#), [kulit](#), [tekstil](#), dan [serat](#) tanaman. Alas kaki seperti sepasang sandal bisa dibuat pengrajin hanya dengan menggunakan peralatan sederhana seperti pisau, jarum, dan benang. Sementara itu, sepatu olahraga dibuat di pabrik sepatu dengan bantuan mesin-mesin.

Sebelum memakai alas kaki, orang sering mengenakan [kaus kaki](#) atau [stoking](#) agar kaki lebih nyaman dan tidak lecet. Selain itu, kaus kaki berfungsi sebagai penyerap keringat dan kelembapan sehingga kaki lebih bersih dan higienis. Dalam kebudayaan Barat, orang boleh tidak melepas alas kaki sewaktu berada di dalam rumah, sehingga berkembang perabot rumah tangga seperti [kursi](#). Sebaliknya dalam kebudayaan [Asia Timur](#), alas kaki dilepas sewaktu berada di dalam rumah.

2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Ekspor

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai ekspor yang dalam hal ini faktor – faktor yang dapat mempengaruhi nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat, yaitu pertumbuhan GDP Amerika Serikat, kurs, jumlah penduduk Amerika Serikat, harga alas kaki Amerika Serikat dan inflasi Vietnam.

2.2.1 Ekspor

Ekspor adalah berbagai macam barang dan jasa yang diproduksi didalam negeri lalu dijual diluar negeri (Mankiw, 2006). Menurut Lipey (1995), ekspor dapat diartikan sebagai total penjualan barang yang dapat dihasilkan oleh suatu negara, kemudian diperdagangkan kepada negara lain dengan tujuan mendapatkan devisa. Kegiatan ekspor adalah suatu sistem perdagangan dengan cara mengeluarkan barang – barang dari dalam negeri keluar negeri dengan memenuhi ketentuan yang berlaku. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ekspor ialah berupa nilai sejumlah uang dalam valuta asing atau bisa disebut dengan istilah devisa, yang merupakan salah satu sumber devisa negara (Todaro, 2000). Fungsi penting komponen ekspor dari perdagangan luar negeri adalah negara memperoleh keuntungan dan pendapatan nasional akan naik.

Dalam hal ini nilai ekspor alas kaki yang dimaksud yaitu jumlah permintaan komoditas alas kaki dikali harga jual alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat dengan berupa sejumlah uang dalam satuan mata uang USD. Menurut teori mengenai harga, semakin rendah harga suatu barang maka akan meningkatkan permintaan terhadap barang tersebut dan sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang maka semakin rendah permintaan terhadap barang tersebut (*ceteris paribus*). Selanjutnya hukum penawaran (*law of supply*) menyebutkan kuatitas barang yang ditawarkan akan meningkat ketika harga barang tersebut meningkat.

2.2.2 Gross Domestic Product (GDP)

Dalam analisis makro ekonomi selalu digunakan istilah pendapatan nasional atau national income dan biasanya istilah tersebut dimaksudkan untuk menyatakan nilai barang dan jasa yang dihasilkan dalam suatu negara. Dengan demikian dalam penggunaan tersebut istilah pendapatan nasional mewakili arti produk domestik bruto atau pendapatan nasional bruto (Sukirno, 2009). Produk nasional atau pendapatan nasional dapat diukur dalam bentuk pendapatan nasional bruto (PNB) atau pendapatan domestik bruto (PDB). PDB sering dianggap sebagai cerminan kinerja ekonomi. PDB diartikan sebagai perekonomian total dari setiap orang di dalam perekonomian (Mankiw, 2009).

Pertumbuhan ekonomi dapat dilihat berdasarkan Produk Domestik Bruto (PDB). *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. GDP nominal digunakan untuk mengukur nilai barang dan jasa pada suatu tingkat harga yang berlaku. Sedangkan GDP riil digunakan untuk mengukur nilai barang dan jasa berdasarkan harga konstan.

Permintaan ekspor dapat dipengaruhi GDP riil dari negara tujuan maka terdapat korelasi positif antara GDP negara tujuan ekspor dengan permintaan produk impornya. Pada negara importer, peningkatan GDP merupakan peningkatan pendapatan masyarakat.

2.2.3 Nilai Tukar (Kurs)

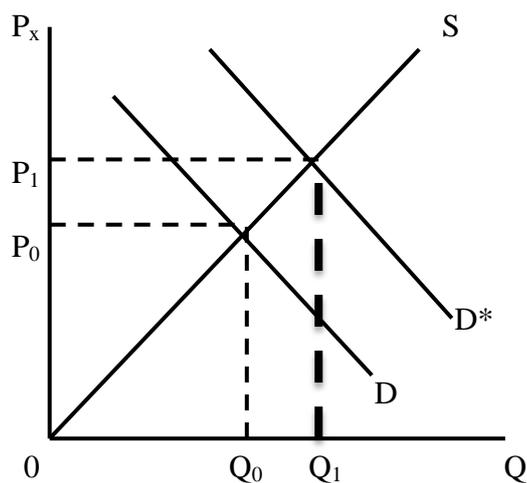
Kurs atau nilai tukar didefinisikan sebagai harga mata uang suatu negara terhadap negara lain atau mata uang suatu negara dinyatakan dalam mata uang negara lain (Krugman, 2005). Sedangkan menurut Sukirno, peningkatan kurs mata uang negara pengimpor terhadap mata uang negara pengekspor dapat meningkatkan daya beli negara pengimpor yang mengakibatkan nilai ekspor negara pengekspor akan meningkat (Sukirno, 2009).

Kurs memainkan peranan yang sangat penting dalam hubungan perdagangan internasional, karena kurs memungkinkan untuk dapat membandingkan harga – harga barang yang dihasilkan oleh suatu negara. Kurs dibedakan menjadi 2 yaitu kurs nominal dan kurs riil. Kurs nominal (*nominal exchange rate*) adalah harga relatif dari mata uang dua negara, sedangkan kurs riil (*real exchange rate*) adalah harga relatif dari barang – barang diantara dua negara. Kurs riil diantara kedua negara dihitung dari nilai tukar nominal dan tingkat harga di kedua negara sehingga jika kurs riil tinggi maka harga barang – barang domestik relatif murah sedangkan harga barang – barang luar negeri mahal (Mankiw, 2000). Dalam mekanisme pasar, kurs dari suatu mata uang akan selalu mengalami fluktuasi yang berdampak langsung pada harga barang ekspor maupun impor. Perubahan yang dimaksud yaitu:

- a. Apresiasi, yaitu peristiwa menguatnya nilai tukar mata uang secara otomatis akibat adanya kekuatan – kekuatan penawaran dan permintaan atas mata uang yang bersangkutan dalam sistem pasar bebas. Artinya nilai

mata uang domestik menguat dan nilai mata uang asing melemah. Sebagai akibat dari hal tersebut, harga pokok negara domestik bagi pihak luar negeri akan semakin mahal maka harga ekspor menurun, sedangkan harga impor bagi penduduk domestik menjadi lebih mahal.

- b. Depresiasi, yaitu berlawanan dengan apresiasi, merupakan peristiwa penurunan nilai tukar mata uang secara otomatis akibat adanya kekuatan – kekuatan penawaran dan permintaan atas mata uang yang bersangkutan dalam sistem pasar bebas. Artinya nilai mata uang domestik menurun sedangkan nilai mata uang asing menguat. Sebagai akibat dari hal tersebut, harga pokok negara domestik bagi pihak luar negeri akan semakin murah maka harga ekspor cenderung meningkat, sedangkan harga impor bagi penduduk domestik menjadi lebih mahal.



Sumber: Salvator, 1997

Gambar 2.2

Pergeseran Kurva Permintaan Negara II

Dalam perekonomian hanya terdapat dua negara, apresiasi nilai tukar negara II terhadap nilai tukar perdagangan akan meningkatkan permintaan ekspor barang di negara II. Peningkatan ini terjadi karena harga barang di negara II relatif lebih mahal daripada harga barang di negara I sehingga kondisi ini akan mengacu negara II untuk memenuhi kebutuhan domestiknya dengan meningkatkan impor ke negara I karena memiliki harga relatif lebih murah. Permintaan ekspor yang semakin besar di negara II akan menggeser kurva permintaan dari D menjadi D* (Rochma, 2009).

2.2.4 Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi (*Economic Growth*) adalah perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat. Masalah pertumbuhan ekonomi dapat dipandang sebagai masalah makro ekonomi dalam jangka panjang. Perkembangan kemampuan memproduksi barang dan jasa sebagai akibat pertambahan faktor – faktor produksi pada umumnya tidak selalu diikuti oleh pertambahan produksi barang dan jasa yang sama besarnya.

Pertambahan potensi memproduksi seringkali lebih besar dari pertambahan produksi yang sebenarnya. Dengan demikian perkembangan ekonomi adalah lebih lambat dari potensinya (Sadono Sukirno, 1994). Pertumbuhan ekonomi umumnya didefinisikan sebagai kenaikan GDP riil per kapita. Produk Domestik Bruto (*Gross Domestic Product*, GDP) adalah nilai pasar keluaran total sebuah negara, yang merupakan nilai pasar semua barang jadi dan

jasa akhir yang diproduksi selama periode waktu tertentu oleh faktor – faktor produksi yang berlokasi di dalam sebuah negara. Kenaikan GDP dapat muncul melalui:

1. Kenaikan Penawaran Tenaga Kerja

Penawaran tenaga kerja yang meningkat dapat menghasilkan keluaran yang lebih banyak. Jika stok modal tetap sementara tenaga kerja naik, tenaga kerja baru cenderung akan kurang produktif dibandingkan tenaga kerja lama.

2. Kenaikan Modal Fisik atau Sumber Daya Manusia

Kenaikan stok modal dapat juga menaikkan keluaran, bahkan jika tidak disertai oleh kenaikan angkatan kerja. Modal fisik menaikkan baik produktivitas tenaga kerja maupun menyediakan secara langsung jasa yang bernilai. Investasi dalam modal sumber daya manusia merupakan sumber lain dari pertumbuhan ekonomi.

3. Kenaikan produktivitas.

Kenaikan produktivitas menunjukkan setiap unit masukan tertentu memproduksi lebih banyak keluaran. Produktivitas masukan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor termasuk perubahan teknologi. Kemajuan pengetahuan lain, dan ekonomisnya skala produksi. (Case dan Fair, 1999;326).

2.3 Penelitian Terdahulu

1. Siska Nurwulan Yunia (2015), meneliti mengenai “*Analisis Daya Saing Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Alas Kaki Indonesia Ke*

Amerika Latin". Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis daya saing ekspor alas kaki Indonesia serta mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor alas kaki ke Amerika Latin pada tahun 2010-2013. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alas kaki Indonesia mempunyai daya saing komparatif, hal ini ditunjukkan dengan $RCA > 1$. Namun pada hasil estimasi EPD alas kaki Indonesia rata-rata menunjukkan pangsa ekspor yang meningkat namun tidak diikuti peningkatan permintaan produk alas kaki. Pada hasil *gravity model* menunjukkan bahwa GDP Indonesia, dan jarak ekonomi mempunyai hubungan negatif dan signifikan, GDP negara tujuan, dan nilai tukar mempunyai hubungan positif dan signifikan, sedangkan harga ekspor alas kaki Indonesia mempunyai hubungan negatif dan tidak signifikan terhadap nilai ekspor alas kaki ke Amerika Latin.

2. Ukke Hentresna Lestari (2011), meneliti mengenai "*Analisis Daya Saing Ekspor Produk Alas Kaki Indonesia Di Pasar Amerika Serikat Periode 2000 – 2009*". Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis posisi daya saing produk alas kaki Indonesia di pasar Amerika Serikat (dibandingkan dengan Cina sebagai Negara pesaing utama). Metode yang digunakan untuk menganalisis keunggulan komparatif Alas Kaki Indonesia dan Cina di pasar Amerika Serikat yakni dengan menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Sedangkan metode yang digunakan untuk menganalisis daya saing khususnya dalam mengukur dinamika tingkat daya saing suatu industri alas kaki Indonesia di pasar Amerika Serikat

adalah metode *Constant Market Share Analysis (CMSA)*. Penggunaan kedua metode tersebut diolah dengan bantuan software Microsoft Excel 2007. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya saing secara komparatif baik untuk komoditi sepatu olahraga yang menggunakan bahan kulit maupun sepatu olahraga yang menggunakan bahan kulit atau plastik lebih baik jika dibandingkan dengan Cina. Hal ini disebabkan ekspor alas kaki Indonesia memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap total ekspor Indonesia ke Amerika Serikat. Berdasarkan hasil penelitian Indonesia memiliki daya saing yang lemah jika dibandingkan dengan Negara pesaingnya, oleh karena itu seharusnya Indonesia dapat terus mengembangkan inovasi produk, strategi dan persaingan serta tetap menjaga kualitas design mutu produk untuk dapat mempertahankan permintaan dalam dan luar negeri sehingga kinerja ekspornya dapat meningkat.

3. I Made Dias Pratama (2015), meneliti mengenai "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Ekspor Kerajinan Kerang Di Provinsi Bali*". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh suku bunga kredit, kurs dollar Amerika Serikat dan jumlah kunjungan wisatawan ke Bali secara simultan dan parsial terhadap nilai ekspor kerajinan kerang provinsi Bali tahun 1993-2012. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil analisis data ternyata menunjukkan bahwa suku bunga kredit, kurs dollar Amerika dan jumlah kunjungan wisatawan ke Bali secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai

ekspor kerajinan kerang provinsi Bali tahun 1993-2012. Secara parsial, suku bunga kredit dan jumlah kunjungan wisatawan ke Bali berpengaruh negatif dan signifikan secara parsial terhadap nilai ekspor kerajinan kerang sedangkan kurs dollar Amerika berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap nilai ekspor kerajinan kerang di Provinsi Bali.

4. Bram Agustian Zahro (2013), meneliti mengenai “*Analisis Daya Saing Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Aliran Ekspor Alas Kaki Indonesia Di Kawasan ASEAN Dan China*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis daya saing produk alas kaki Indonesia dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi aliran ekspor alas kaki Indonesia. Penelitian ini menggunakan *Gravity Model* dengan metode data panel, mencakup lima negara tujuan ekspor Indonesia tahun 2000-2001. Variabel bebas yang digunakan adalah (*Gross Domestic Product*) GDP Indonesia, GDP negara tujuan, jarak ekonomi, nilai tukar riil rupiah serta dummy pemberlakuan ACFTA. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan metode *Revealed Comparative Advantages* (RCA) untuk menganalisis daya saing produk alas kaki Indonesia. Nilai RCA menunjukkan bahwa produk alas kaki Indonesia berdaya saing tinggi baik di pasar Asia Tenggara maupun pasar dunia. Aliran ekspor alas kaki Indonesia dipengaruhi oleh GDP riil Indonesia dan GDP nominal negara tujuan dan nilai tukar riil rupiah.

2.4 Kerangka Pemikiran

Indonesia sebagai negara eksportir alas kaki ke Amerika Serikat, permintaan akan alas kaki Indonesia dari Amerika Serikat di pengaruhi oleh pertumbuhan GDP Amerika Serikat, nilai tukar, jumlah penduduk Amerika Serikat, harga alas kaki Amerika Serikat dan inflasi Vietnam sebagai pesaing Indonesia. Dari penjelasan diatas maka dapat dibuat suatu kerangka pemikiran untuk mengkaji bagaimana hubungan antara variabel tidak bebas nilai ekspor alas kaki Indonesia (NEAKI) terhadap variabel bebasnya yaitu:

1. Pertumbuhan *Gross Domestic Product* Amerika Serikat (PGDP)
2. Nilai tukar (KURS)
3. Jumlah penduduk Amerika Serikat (JP)
4. Harga alas kaki Amerika Serikat (HAKAS)
5. Inflasi Vietnam (INV)

Paradigma pemikiran dapat dilihat pada gambar 2.3

Dari paradigma pemikiran, maka hubungan variabel penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Pengaruh pertumbuhan GDP Amerika Serikat terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia

Nilai GDP dapat dihitung dengan menggunakan harga yang berlaku atau harga dasar yang konstan. GDP nominal mengukur nilai barang dan jasa akhir

dengan harga yang berlaku di pasar pada tahun tersebut. Sedangkan GDP riil mengukur nilai barang dan jasa akhir dengan menggunakan harga yang tetap.

Pertumbuhan GDP sama dengan pertumbuhan daya beli, apabila pertumbuhan GDP meningkat maka daya beli meningkat, dengan meningkatnya hal tersebut maka permintaan impor alas kaki meningkat begitu juga dengan permintaan ekspor alas kaki Indonesia meningkat.

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan pertumbuhan GDP negara pengimpor berpengaruh positif terhadap ekspor alas kaki. Jika GDP meningkat maka nilai ekspor alas kaki akan meningkat pula dan begitu pula sebaliknya.

b. Pengaruh kurs terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia

Menurut Krugman (2005), nilai tukar atau kurs didefinisikan sebagai harga mata uang suatu negara terhadap negara lain atau mata uang suatu negara dinyatakan dalam mata uang negara lain. Menurut Deni Iswanto (2013), nilai tukar mata uang asing atau sering disebut dengan nama kurs adalah perbandingan antara suatu mata uang terhadap mata uang asing lainnya. Kurs akan mempengaruhi tinggi rendahnya jumlah ekspor sehingga dapat mempengaruhi nilai ekspor.

Secara teori, kurs akan mempengaruhi nilai ekspor secara positif. Apabila nilai mata uang USD melemah (*depresiasi*) terhadap Rupiah maka nilai ekspor Indonesia akan menurun sedangkan apabila nilai mata uang USD menguat (*apresiasi*) terhadap Rupiah maka nilai ekspor Indonesia akan meningkat.

Jadi jika nilai tukar USD terhadap Rupiah meningkat maka harga relatif barang Indonesia dimata penduduk Amerika Serikat menjadi lebih murah, juga menyebabkan permintaan ekspor dari Indonesia meningkat. Jadi kurs Rupiah terhadap USD berpengaruh positif terhadap ekspor Indonesia.

- c. Pengaruh jumlah penduduk Amerika Serikat terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia

Jumlah penduduk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan barang dalam pasar. Berdasarkan teori permintaan, ketika jumlah penduduk di suatu negara meningkat, maka permintaan akan barang dalam pasar juga akan meningkat. Dengan bertambahnya penduduk pada suatu negara maka akan meningkatkan konsumsi di negara tersebut. Hal ini menyebabkan ekspor di Indonesia akan ikut meningkat saat jumlah penduduk Amerika Serikat juga meningkat. Hubungan antara jumlah penduduk Amerika dengan nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat ini dapat dikatakan memiliki hubungan yang positif.

- d. Pengaruh harga alas kaki Amerika Serikat terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia

Menurut Secara teori sesuai dengan hukum permintaan oleh Nicholson (2005) “jika harga suatu barang naik, dalam kondisi *Ceteris Paribus* (faktor-faktor lain dianggap tetap), maka jumlah permintaan barang tersebut akan turun”. Harga adalah salah satu kunci terpenting dalam perdagangan internasional, harga dapat ikut menentukan permintaan suatu komoditas, apakah akan tinggi atau rendah.

Harga internasional dipandang sebagai suatu keseimbangan antara permintaan dan penawaran ekspor. Ketika harga suatu komoditi meningkat dapat menyebabkan jumlah barang yang ditawarkan meningkat (Khusaini, 2013).

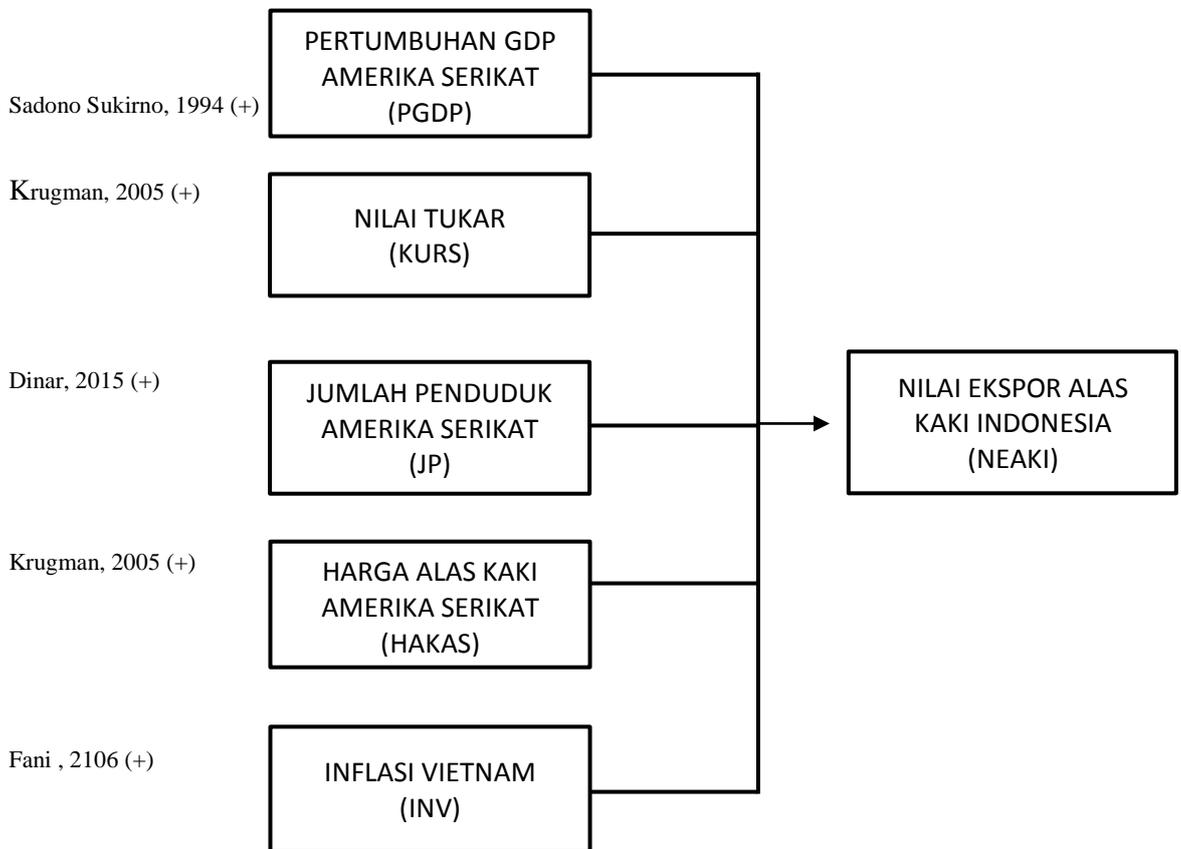
Jika harga alas kaki Amerika Serikat meningkat maka penduduk Amerika Serikat lebih menyukai untuk impor dari negara lain. Sehingga apabila harga alas kaki Amerika Serikat meningkat maka permintaan ekspor ke Indonesia akan meningkat, sehingga permintaan ekspor Indonesia meningkat.

e. Pengaruh inflasi Vietnam terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat

Inflasi adalah suatu proses meningkatnya harga-harga secara umum dan terus-menerus (*continue*) berkaitan dengan mekanisme pasar yang dapat disebabkan oleh berbagai faktor, antara lain konsumsi masyarakat yang meningkat, berlebihan likuiditas di pasar yang memicu konsumsi atau bahkan spekulasi, sampai termasuk juga akibat adanya ketidaklancaran distribusi barang. Dengan kata lain inflasi merupakan proses menurunnya nilai mata uang secara kontinu. Inflasi adalah proses peristiwa, bukan tinggi rendahnya tingkat harga. Artinya, tingkat harga yang dianggap tinggi belum tentu menunjukkan inflasi.

Pada keadaan inflasi, daya saing untuk barang ekspor berkurang. Berkurangnya daya saing terjadi karena harga barang ekspor makin mahal. Masih dapat menyulitkan para eksportir dan negara. Negara mengalami kerugian karena daya saing barang ekspor berkurang, yang mengakibatkan jumlah penjualan berkurang. Devisa yang diperoleh juga semakin kecil.

Salah satu negara pesaing terberat Indonesia untuk ekspor alas kaki adalah Vietnam, maka dari itu pada keadaan ini apabila inflasi Vietnam tinggi maka akan menurunkan nilai ekspor negara tersebut. Sehingga akan memberikan kesempatan Indonesia untuk meningkatkan nilai ekspor alas kaki, hubungan antara inflasi Vietnam terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat ini dapat dikatakan memiliki hubungan positif.



Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian ini akan dirumuskan hipotesis guna untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia. Hipotesis sementara yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Pertumbuhan *Gross Domestic Product* (GDP) Amerika Serikat diduga berpengaruh positif terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat secara parsial maupun simultan.
2. Nilai tukar Rupiah terhadap USD diduga berpengaruh positif terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat secara parsial maupun simultan.
3. Jumlah penduduk Amerika Serikat diduga berpengaruh positif terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat secara parsial maupun simultan.
4. Harga Alas Kaki Amerika Serikat diduga berpengaruh positif terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat secara parsial maupun simultan.
5. Inflasi Vietnam diduga berpengaruh positif terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat secara parsial maupun simultan.

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Industri alas kaki Indonesia lebih banyak dihasilkan oleh industri besar dan menengah baik dari segi nilai maupun dalam jumlah produksi. Hingga kini, industri alas kaki di Indonesia mencapai 394 perusahaan yang tersebar di 8 provinsi, yaitu, Sumatera Utara (2 perusahaan), Sumatera Barat (5 perusahaan), DKI Jakarta (55 perusahaan), Jawa Barat (216 perusahaan), DI Yogyakarta (3 perusahaan), Jawa Tengah (13 perusahaan), Jawa Timur (100 perusahaan). Untuk sebaran industri kecil dan mikro alas kaki di seluruh Indonesia, sebanyak 82% berada di Provinsi Jawa Barat dan Jawa Timur. Konsentrasi sektor tersebut di wilayah Jawa Barat, meliputi Bogor, Bandung dan Tasikmalaya, sedangkan, Jawa Timur, berada di Pasuruan, Sidoarjo, Mojokerto, Jombang dan Magetan. Alas kaki buatan Indonesia telah memperoleh nama di pasar internasional. Alas kaki Indonesia bergantung pada kreativitas. Sejak awal tahun delapan puluhan, industri ini telah berkembang dengan pesat dengan masuknya investasi asing diarahkan memproduksi sepatu untuk pasar eksternal, bahan baku tersebut berlimpah di Indonesia, yaitu turunan hewan, seperti sapi, domba dan berbagai kulit, buaya dan kulit ular. Indonesia olah raga dan sepatu non-olah raga produk yang terkenal diseluruh dunia dan sangat dihargai kualitasnya.

3.1.1 Nilai Ekspor Alas Kaki Indonesia Ke Amerika Serikat

Tabel dibawah ini menjelaskan tentang perkembangan ekspor alas kaki Indonesia sepanjang tahun 2002-2015.

Tabel 3.1

Nilai Ekspor Alas Kaki Indonesia Ke Amerika Serikat 2002-2015 (USD)

Tahun	Nilai Ekspor Alas Kaki Indonesia Ke Amerika Serikat (USD)	Perkembangan (dalam %)
2002	475.491,3	
2003	462.352,2	-2,76
2004	468.713,4	1,37
2005	472.167,7	0,74
2006	450.319,1	-4,63
2007	383.963,0	-14,73
2008	393.952,6	2,60
2009	401.546,6	1,93
2010	564.083,5	40,48
2011	721.690,5	27,94
2012	890.483,9	23,39
2013	1.032.671,4	15,97
2014	1.120.594,7	8,51
2015	1.267.123,3	13,07

Sumber : Badan Pusat Statistik

Nilai ekspor alas kaki ke Amerika Serikat pada tahun 2003 mengalami penurunan sebesar -2,76%, hal tersebut karena adanya daya saing dari China yang terus meningkatkan ekspor alas kakinya ke Amerika Serikat mengakibatkan tingkat ekspor alas kaki Indonesia tertinggal jauh dari China sehingga menyebabkan ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat menurun (Nanug, 2006). Nilai Ekspor alas kaki paling rendah yaitu pada tahun 2007 sebesar 383.963,0 USD atau turun sebesar -14,73% dari tahun sebelumnya yang disebabkan persoalan perburuhan menjadi kendala utama bagi industri alas kaki.

Akibatnya, stagnasi produksi menjadi semakin tak terhindarkan. Kondisi tersebut mengakibatkan banyak industri alas kaki Indonesia mengurangi produksinya bahkan mengalami kebangkrutan.

Pada tahun 2008-2015 ekspor alas kaki Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya hal tersebut disebabkan Indonesia terus meningkatkan daya saing kuat di pasar internasional, terbukti dengan menempati posisi ke-5 sebagai eksportir di dunia setelah Tiongkok, India, Vietnam, dan Brazil. Sementara itu, industri alas kaki dan produk kulit merupakan sektor strategis dan menjadi prioritas untuk terus dikembangkan karena mampu memberikan kontribusi cukup signifikan terhadap perekonomian nasional (Gati, 2015).

3.1.2 Pertumbuhan *Gross Domestic Product* Amerika Serikat (GDP)

Pertumbuhan GDP dari negara pengimpor yang menggambarkan sebagai salah satu alat pengukur kemakmuran dari negara pengimpor. Tabel di bawah ini menjelaskan tentang pertumbuhan GDP Amerika Serikat pada tahun 2002 – 2015. Pertumbuhan GDP Amerika Serikat pada tahun 2002 – 2005 terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, namun pada tahun 2007 – 2009 GDP Amerika Serikat mengalami penurunan yang dikarenakan krisis yang dialami oleh Amerika Serikat. Kemudian pada tahun 2010 meningkat kemudian pada 2011 dan 2013 mengalami penurunan kembali.

Tabel 3.2

Pertumbuhan GDP Amerika Serikat 2002-2015 (%)

Tahun	PGDPAS
2002	1,8
2003	2,8
2004	3,8
2005	3,3
2006	2,7
2007	1,8
2008	0,3
2009	0,3
2010	2,5
2011	1,6
2012	2,2
2013	1,7
2014	2,4
2015	2,6

Sumber: World Bank

Keterangan: PGDPAS (Pertumbuhan GDP Amerika Serikat)

Dari tabel diatas dapat dilihat pertumbuhan GDP Amerika Serikat, Amerika Serikat dalam 14 tahun terakhir tidak mengalami penurunan pertumbuhan GDP yang drastis. Kenaikan yang baik terlihat pada tahun 2003 yaitu pertumbuhan GDP Amerika Serikat sebesar 2,8% dan pada tahun 2004 menjadi 3,8%. Penurunan pertumbuhan ekonomi pun terjadi di Amerika Serikat yaitu pada tahun 2007 GDP Amerika Serikat 1,8% dan pada tahun 2009 menjadi 0,3%, penurunan pertumbuhan GDP Amerika Serikat dikarenakan krisis yang dialami oleh Amerika Serikat pada dua tahun tersebut.

3.1.3 Nilai Tukar (KURS)

Nilai tukar atau biasa dikenal dengan istilah kurs merupakan salah satu kunci terpenting dalam perdagangan internasional. Kurs sangat mudah untuk berubah karena berbagai sebab. Mulai dari inflasi, tingkat suku bunga, aktifitas

neraca pembayaran dan lain – lain. Berikut adalah data mengenai kurs atau nilai tukar Rupiah Indonesia terhadap Dollar Amerika Serikat dari tahun 2002 – 2015.

Tabel 3.3

Kurs Rupiah terhadap USD 2002-2015 (IDR/USD)

Tahun	Kurs (IDR/USD)	Perkembangan (dalam %)
2002	9.316	
2003	8.675	-6,89
2004	8.661	-0,16
2005	9.570	10,50
2006	8.775	-8,33
2007	8.828	0,60
2008	9.234	4,60
2009	10.713	16,01
2010	9.012	-15,88
2011	8.574	-4,86
2012	9.190	7,18
2013	9.722	5,79
2014	11.532	18,62
2015	12.937	12,18

Sumber: Bank Indonesia

Pada tahun 2009 rupiah sempat melemah yaitu sebesar 10.713 IDR per USD, hal tersebut dikarenakan krisis keuangan yang terjadi di Amerika Serikat yang kemudian meluas hingga menjadi krisis keuangan dunia. Kurs rupiah terhadap USD terkuat yaitu pada tahun 2011 sebesar 8.574 IDR per USD. Pada tahun 2014, rupiah kembali melemah menjadi sebesar Rp. 11.532 per USD. Kemudian pada tahun 2015, rupiah kembali melemah menjadi sebesar Rp. 12.937 per USD.

3.1.4 Jumlah Penduduk Amerika Serikat

Jumlah penduduk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan barang dalam pasar. Berikut adalah data jumlah penduduk Amerika Serikat tahun 2002-2015:

Tabel 3.4

Jumlah Penduduk Amerika Serikat Tahun 2002-2015 (Jiwa)

Tahun	Jumlah Penduduk Amerika Serikat (Jiwa)	Perkembangan (dalam %)
2002	287.625.193	
2003	290.107.933	0,87
2004	292.805.298	0,93
2005	295.516.599	0,92
2006	298.379.912	0,98
2007	301.231.207	0,94
2008	304.093.966	0,96
2009	306.771.529	0,89
2010	309.348.193	0,81
2011	311.663.358	0,77
2012	313.998.379	0,70
2013	316.204.908	0,73
2014	318.563.456	0,76
2015	320.896.618	0,72

Sumber: World Bank

Tabel 3.4 diatas menunjukkan jumlah penduduk Amerika Serikat terus bertambah setiap tahunnya. Hal tersebut dikarenakan banyaknya pendatang dari penjuru dunia yang tinggal di Amerika Serikat. Dengan bertambahnya jumlah penduduk Amerika Serikat maka akan bertambahnya kebutuhan seperti sandang, pangan di negara tersebut sehingga permintaan terhadap ekspor alas kaki ke Indonesia juga akan mengalami peningkatan seiring dengan ha tersebut.

3.1.5 Harga Alas Kaki Amerika Serikat

Alas kaki atau kasut merupakan produk seperti sepatu atau sandal yang dipakai untuk melindungi kaki terutama bagian telapak kaki. Alas kaki melindungi kaki agar tidak cedera dari kondisi lingkungan. Dengan begitu alas kaki merupakan barang kebutuhan untuk sehari – hari sehingga banyak dicari oleh masyarakat. Harga alas kaki pun merupakan faktor yang menjadi pertimbangan bagi masyarakat yang membelinya. Dalam tabel 3.5 di bawah ini merupakan data harga alas kaki Amerika Serikat tahun 2002-2015:

Tabel 3.5

Harga Alas Kaki Amerika Serikat Tahun 2002-2015 (USD/Ton)

Tahun	Harga Alas Kaki Indonesia (USD/Ton)	Perkembangan (dalam %)
2002	226.900	
2003	230.200	1,45
2004	262.100	13,86
2005	283.000	7,97
2006	301.000	6,36
2007	314.600	4,52
2008	284.600	-9,53
2009	245.200	-13,84
2010	283.400	15,58
2011	275.700	-2,72
2012	265.700	-3,63
2013	306.900	15,51
2014	337.300	9,91
2015	356.000	5,54

Sumber: Badan Pusat Statistik

Setiap tahunnya harga alas kaki Amerika Serikat mengalami naik maupun turun, kemudian harga tertinggi alas kaki Amerika Serikat terjadi pada tahun 2015 yaitu sebesar 356.000 dengan perkembangan sebesar 5,54%. Harga alas kaki terendah terjadi pada tahun 2002 yaitu sebesar 226.900.

3.1.6 Inflasi Vietnam

Vietnam merupakan salah satu pesaing ekspor alas kaki di Asean, Vietnam menempati posisi ke 3 sebagai eksportir alas kaki di dunia. Alas kaki Vietnam telah dikirim ke lebih dari 50 negara dan wilayah di seluruh dunia. Di Amerika Serikat, Uni Eropa dan Jepang. Untuk ekspor ke Amerika Serikat saat ini Vietnam lebih unggul dari Indonesia karena beberapa hal seperti biaya bea masuk Indonesia ke Amerika Serikat lebih mahal sebesar 4,95% dibandingkan Vietnam dan juga akibat jarak dan harga. Kendala lainnya adalah masalah kenaikan upah. Selisih upah pokok antara Vietnam dan Indonesia mencapai 32,5%, lebih rendah Vietnam. Pendapatan ekspor alas kaki Vietnam mengalami pertumbuhan 16% sampai 20% pada 2016 mencapai target USD17 miliar. Posisi Vietnam yang mengungguli Indonesia, sangat ironis bagi negara yang justru menjadi salah satu negara tujuan investasi favorit. Hanya saja, industri persepatuan ini kurang mendapat dukungan regulasi dari pemerintah sehingga Vietnam sukses menyalip Indonesia. Inflasi Vietnam melambat ke kecepatan terlemah pada tahun 2013, saat ini pemerintah Vietnam sedang berusaha untuk memperbaiki kondisinya dengan meningkatkan ekspor ke berbagai negara dan salah satunya ekspor alas kaki ke Amerika Serikat. Dalam tabel 3.6 dibawah ini merupakan data harga alas kaki Vietnam tahun 2002-2015:

Tabel 3.6

Inflasi Vietnam Tahun 2002-2015 (%)

Tahun	Inflasi Vietnam
2002	3,83
2003	3,22
2004	7,75
2005	8,28
2006	7,38
2007	8,30
2008	23,11
2009	7,05
2010	8,86
2011	18,67
2012	9,09
2013	6,59
2014	4,08
2015	0,87

Sumber: World Bank

Pada tabel diatas inflasi Vietnam tertinggi terjadi pada tahun 2008 yaitu sebesar 23,11%, hal tersebut dikarenakan permasalahan internasional yang terjadi di Vietnam, dengan mningkatnya laju inflasi di Vietnam maka menekan belanja para konsumen. Pertumbuhan inflasi terendah terjadi pada tahun 2015 yaitu sebesar 0,87%.

3.2 Metode Penelitian yang Digunakan

3.2.1 Metode Analisis

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Metode analisis deskriptif, yaitu analisis dengan melakukan identifikasi secara umum terhadap kondisi variabel – variabel yang diteliti secara

faktual sehingga didapatkan suatu deskripsi secara sistematis, akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan fenomena.

2. Metode analisis verifikatif, yaitu analisis dengan melakukan uji hipotesis melalui pengolahan dan pengujian data secara statistik dan model ekonometrik yang dikembangkan, sehingga akan memberikan penjelasan atau makna hasil pengujian yang dijelaskan berdasarkan data di lapangan dan teori – teori serta hasil – hasil penelitian yang mendukung penelitian.

3.2.2 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data dari tahun 2002 sampai tahun 2015. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder (*time series data*) yang diperoleh dari berbagai sumber resmi. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mencari dari berbagai sumber seperti buku, situs resmi, dan komputer yang ada di Badan Pusat Statistik, Bank Indonesia, *World Bank*, UNCOMTRADE. Selain itu, untuk melengkapi studi kepustakaan diperoleh dari internet, makalah, jurnal, dan bahan – bahan lainnya dari perpustakaan.

3.3 Definisi Dan Operasional Variabel

3.3.1 Definisi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014), variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Variabel Independen, variabel yang sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini meliputi pertumbuhan GDP Amerika Serikat (PGDP), nilai tukar (KURS), jumlah penduduk Amerika Serikat (JP), harga alas kaki Amerika Serikat (HAKAS) dan inflasi Vietnam (INV).
2. Variabel Dependen, sering disebut sebagai variabel *output, kriteria, konsekuen*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah nilai ekspor alas kaki Indonesia (NEAKI).

3.3.2 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah definisi dari variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dan menunjukkan cara pengukuran dari masing – masing variabel tersebut. Pada setiap indikator dihasilkan dari data sekunder dan dari suatu perhitungan terhadap formulasi yang mendasarkan pada konsep teori. Definisi dan operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan makna variabel

yang sedang diteliti. Adapun operasional variabel dari penelitian ini dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3.7

Definisi dan Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Satuan
1	Nilai Ekspor Alas Kaki Indonesia ke Amerika Serikat (NEAKI)	Jumlah permintaan komoditi alas kaki Indonesia dikali harga jual alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat tahun 2002-2015.	USD
2	Pertumbuhan <i>Gross Domestic Product</i> Amerika Serikat (PGDP)	Pertumbuhan GDP diperoleh dari GDP tahun sekarang dikurang GDP tahun sebelumnya dibagi GDP tahun sebelumnya dikali 100%.	%
3	Nilai Tukar (KURS)	Nilai tukar (<i>exchange rate</i>) atau rupiah Indonesia dinyatakan dalam dollar Amerika (USD).	IDR/USD
4	Jumlah Penduduk Amerika Serikat (JP)	Jumlah masyarakat yang lahir dan tinggal di negara yang bersangkutan. Jumlah penduduk yang berada di negara pengimpor yaitu Amerika Serikat.	Jiwa
5	Harga Alas Kaki Amerika Serikat (HAKAS)	Harga komoditi alas kaki Amerika Serikat yang dihitung dengan USD/Ton.	USD/Ton
6	Inflasi Vietnam (INV)	Meningkatnya harga-harga secara umum dan berkelanjutan di negara Vietnam.	%

3.4 Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan model penelitian analisis regresi linier berganda dengan metode OLS (*Ordinary Least Square*), dengan data runtun waktu pertumbuhan GDP negara tujuan ekspor, nilai tukar/kurs, jumlah penduduk Amerika Serikat, harga alas kaki Amerika Serikat dan inflasi Vietnam. Alasan regresi dengan metode regresi inilah yang dirasa paling tepat untuk menganalisa hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, untuk

menelaah kegiatan nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat selama periode tahun 2002 – 2015 dan menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi nilai ekspor alas kaki Indonesia, maka penulis menggunakan model penelitian sebagai berikut:

3.4.1 Model Regresi

Fungsi persamaan regresi:

$$\text{NEAKI} = f(\text{PGDP}, \text{KURS}, \text{JP}, \text{HAKAS}, \text{INV})$$

Dari formulasi diatas, maka model untuk analisis regresi dengan menggunakan pendekatan OLS adalah sebagai berikut:

$$\text{NEAKI} = \beta_0 + \beta_1 \text{PGDP} + \beta_2 \text{KURS} + \beta_3 \text{JP} + \beta_4 \text{HAKAS} + \beta_5 \text{INV} + \mu$$

Keterangan:

NEAKI = Nilai Ekspor Alas Kaki Indonesia ke Amerika Serikat
(USD)

PGDP = Pertumbuhan *Gross Domestic Product* Amerika Serikat
(%)

KURS = Nilai Tukar (*IDR/USD*)

JP = Jumlah Penduduk Amerika Serikat (Jiwa)

HAKAS = Harga Alas Kaki Amerika Serikat (*USD/Ton*)

INV = Inflasi Vietnam (%)

μ = error term

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_5$ = Parameter Koefisien Regresi Variabel Bebas

3.4.2 Uji Kriteria Statistik

3.4.2.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menghitung koefisien regresi masing – masing variabel bebas sehingga dapat diketahui pengaruh masing – masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Gujarati (2002) dalam Devi (2014), adapun prosedur pengujiannya :

- $H_0 : \beta_1 \neq 0$
 - Variabel bebas (pertumbuhan GDP Amerika Serikat) secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat (NEAKI).
 - Variabel bebas (nilai tukar) secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat (NEAKI).
 - Variabel bebas (jumlah penduduk Amerika Serikat) secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat (NEAKI).
 - Variabel bebas (harga alas kaki Amerika Serikat) secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat (NEAKI).
 - Variabel bebas (inflasi Vietnam) secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat (NEAKI).
- $H_1 : \beta_1 = 0$

- Variabel bebas (pertumbuhan GDP Amerika Serikat) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat (NEAKI).
- Variabel bebas (nilai tukar) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat (NEAKI).
- Variabel bebas (jumlah penduduk Amerika Serikat) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat (NEAKI).
- Variabel bebas (harga alas kaki Amerika Serikat) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat (NEAKI).
- Variabel bebas (inflasi Vietnam) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat (NEAKI).

Jika $t_{stat} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya variabel bebas yang tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat. Namun, jika $t_{stat} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya variabel bebas yang diuji berpengaruh nyata terhadap variabel terikat.

3.4.2.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama

– sama terhadap variabel terikat. Adapun prosedur yang digunakan :

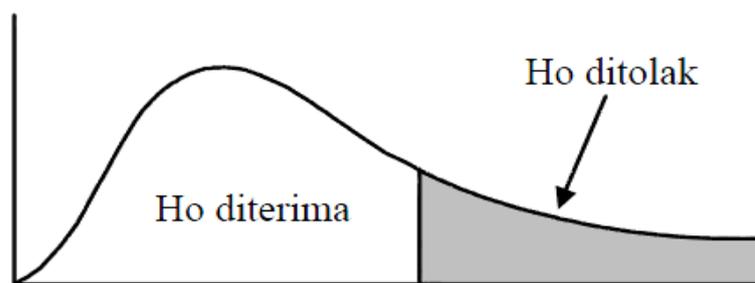
- $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$

Diduga secara simultan atau bersama – sama variabel bebas (PGDP, KURS, JP, HAKAS, INV) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (NEAKI).

- $H_1 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq \beta_5 \neq 0$

Diduga secara simultan atau bersama – sama variabel bebas (PGDP, KURS, JP, HAKAS, INV) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (NEAKI).

Apabila $F_{stat} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima yang berarti bahwa variabel bebas secara keseluruhan tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat. Sedangkan apabila $F_{stat} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak yang berarti bahwa variabel bebas berpengaruh nyata terhadap variabel terikat. Di bawah gambar 3.1 yaitu kurva uji F :



Sumber: Gujarati (2006)

Gambar 3.1

Kurva Uji F

3.4.2.3 Koefisien Determinan (R^2)

Nilai R^2 mencerminkan seberapa besar keragaman dari variabel terikat yang dapat diterangkan oleh variabel bebasnya. Nilai R^2 memiliki besaran positif dan kurang dari satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika nilai R^2 bernilai nol maka keragaman dari variabel terikat tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya. Sebaliknya, jika nilai R^2 bernilai satu maka keragaman dari variabel terikat secara keseluruhan dapat dijelaskan oleh variabel bebas secara sempurna (Gujarati, 2006).

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang kemudian disebut dengan asumsi klasik, Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas Uji Normalitas, Uji Multikoleniaritas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Autokorelasi.

3.4.3.1 Uji Normalitas

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametik (statistik inferensial). Pendugaan persamaan dengan menggunakan metode OLS harus memenuhi sifat kenormalan, karena jika tidak normal dapat menyebabkan varians infinitif (ragam tidak hingga atau ragam yang sangat besar). Hasil pendugaan yang memiliki varians infinitif menyebabkan pendugaan dengan metode OLS akan menghasilkan nilai dugaan yang non meaningful (tidak berarti). Salah satu metode yang banyak digunakan untuk menguji normalitas adalah *Jarque-Bera* (JB) *test*. Dengan pengujian hipotesis normalitas sebagai berikut :

- H_0 : residual berdistribusi normal
- H_1 : residual tidak berdistribusi normal

Jika $JB > X^2$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sebaliknya jika $JB < X^2$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Pada mulanya multikolinearitas berarti adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Tepatnya istilah multikolinearitas berkenaan dengan terdapatnya lebih dari satu hubungan linier pasti, dan istilah kolinearitas berkenaan dengan terdapatnya satu hubungan linier (Gujarati, 2006).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dilakukan beberapa cara sebagai berikut :

1. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi sangat tinggi, tetapi secara individual variabel – variabel bebas tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
2. Menganalisis matrik korelasi variabel – variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,80) mengindikasikan ada multikolinearitas.

3. Melalui nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Suatu model regresi bebas dari masalah multikolinearitas apabila nilai *tolerance* kurang dari 0,1 dan nilai VIF lebih dari 1,0.

3.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji white.

Prosedur pengujiannya dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut :

- H_0 : Tidak ada heteroskedastisitas
- H_1 : Ada heteroskedastisitas

Jika $Obs^*R-Squared > X^2$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sebaliknya jika $Obs^*R-Squared < X^2$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, atau $Prob. Chi-Square > \alpha$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sebaliknya jika $Prob. Chi-Square < \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3.4.3.4 Uji Autokorelasi

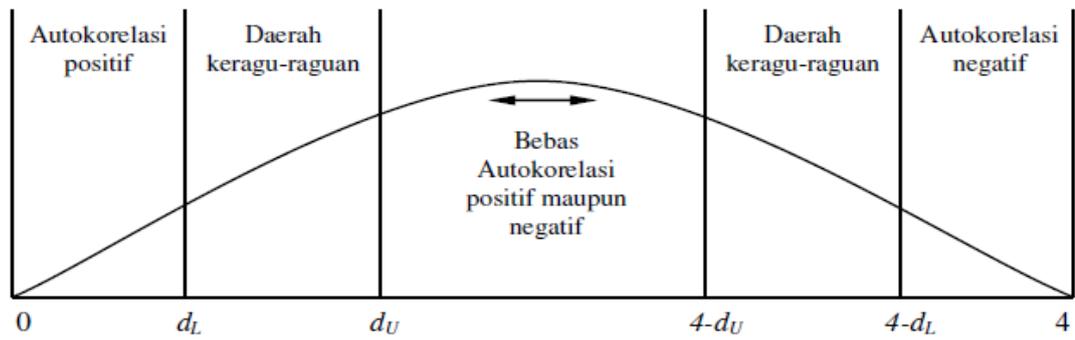
Autokorelasi adalah kondisi variabel gangguan pada periode tertentu berkorelasi dengan variabel gangguan pada periode lain, dapat dikatakan bahwa variabel gangguan yang tidak random. Ada beberapa penyebab terjadinya autokorelasi, diantaranya kesalahan dalam menentukan model penggunaan lag

pada model, tidak memasukkan variabel yang penting. Autokorelasi ini sendiri mengakibatkan parameter yang di estimasi menjadi bias dan variannya tidak meminimum, sehingga tidak efisien (Bayu Setyoko, 2013).

Masalah autokorelasi dalam model dapat menunjukkan adanya hubungan antara variabel gangguan (error term) dalam suatu model. Gejala tersebut dapat terdeteksi melalui Durbin-Watson test (Gujarati, 2003). Durbin-Watson yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi dalam sebuah model regresi. Maka untuk mengetahuinya harus membandingkan antara nilai DW yang dihasilkan dengan nilai DW pada tabel dengan kepercayaan tertentu.

Hipotesis untuk mendeteksi ada tidaknya serial korelasi :

- a. Jika $d < d_L$, maka H_0 ditolak : artinya terdapat serial korelasi positif antar variabel.
- b. Jika $d > d_L$, maka H_0 diterima : artinya terdapat serial korelasi negatif antar variabel.
- c. Jika $d_u < d < 4-d_u$, maka H_0 diterima : artinya tidak terdapat serial korelasi positif maupun negatif antar variabel.
- d. Jika $d_L < d < d_u$ atau $4-d_u < d < 4 - d_L$, artinya tidak dapat diambil kesimpulan. Maka pengujian dianggap tidak meyakinkan.



Sumber: Gujarati (2006)

Gambar 3.2
Kurva Pengujian Durbin Watson